

Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 113 (2005)
Heft: 44

Heft

Nutzungsbedingungen

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

Conditions d'utilisation

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

Terms of use

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

Download PDF: 17.08.2025

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

hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE UND TOURISMUS

Avec cahier français



AKTUELL

5

Abstimmung | Die Branchenverbände setzen sich dafür ein, dass Läden in Bahnhöfen und Flughäfen sonntags offen sein dürfen.



AKTUELL

7

«Mehr Winter» | Schweiz Tourismus steckt mit seinen Partnern 18 Mio. Franken in die anlaufende Winterpromotion.



FOKUS

21

Peter Keller | Seine Thesen am VSTM-Management-Seminar fordern zum Nachdenken auf.

htr

KOMMENTAR

Der direkte Kontakt ist der glaubwürdigste

Gudrun Schlenzcek

■ Es ist fast wie Weihnachten, nur eben alle zwei Jahre. Die Aussteller schnüren ihre Neuheiten-Pakete für die Igeho. Die Gastgewerbetler freuen sich auf ihren arbeitsfreien Igeho-Tag. Hier sind sie die Gäste. Das grosse Fest der Branche wartet mit vielen Höhepunkten auf: Award-Night, Kochkunst am Salon Culinaire etc. In gut zwei Wochen ist es soweit. Kein Anlass sonst, der soviel Branche, Fachwissen und Kontakte auf einen Schlag bietet. Und zwar persönlich: Auch im Internet-Zeitalter nicht wegzudenken. Das ist Marketing: Der direkte Kontakt ist immer der glaubwürdigste. Das wissen die Zulieferer nur zu gut. Gerade für die Schweizer Anbieter, die im Preiswettbewerb nicht die leichteste Position haben, ist es essentiell, sich über Qualität und besten Service zu qualifizieren. Zum Beispiel in der Küchentechnik, bei der neue Anbieter aus dem nahen Ausland den Verdrängungswettbewerb anheizen.

Dieser steigt noch durch die Technik selbst: Die Geräte werden immer multifunktionaler und automatisieren zunehmend den Garprozess. Dadurch braucht es nicht nur weniger Hände, sondern auch weniger Apparate in der Küche. Den Investor der Gastro-Liegenschaft kanns freuen. Die Küchenhersteller weniger. Die Entwicklung kommt dem Trend zu offenen Kleinküchen, die in den Gastraum hineinreichen, entgegen. Nur der sprichwörtliche Blick in den Kochtopf könnte dem Gast trotz transparenter Küchen immer mehr verwehrt bleiben. Denn wenn es nach verschiedenen Herstellern geht, wird der Herd und somit auch der geliebte Kochtopf, dank anderer neuzeitlicher Geräte, bald ein Relikt sein.

Siehe auch Seite 15

Seminare und Kongresse

Was die Grossfirmen wünschen

■ Grossfirmen stellen besondere Anforderungen an Seminar- und Kongresshotels. Oft sind die zur Verfügung stehenden Kapazitäten ein Problem.

Daniel Stampfli

Wenn die UBS für einen Kongress 500 Zimmer buchen will, «wird es in der Schweiz sehr schwierig», sagt Ulla Zumbühl, Senior-Projektleiterin Events. Deshalb würden oft die gleichen Hotels gebucht, welche über die notwendigen Kapazitäten an Zimmern und eine gute Konferenzinfrastruktur verfügten. Auch Bettina Müller von der Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft KPMG beklagt das kleine Angebot für Grossanlässe. Oft würden die Teilnehmer auf zwei Hotels aufgeteilt. Der Pharmamulti Roche führt jährlich rund 500 Seminare durch, die meisten davon in der Nähe des Firmensitzes in Basel. Roche hat für ihre Mitarbeitenden eine firmeneigene Reisezentrale, so quasi ein internes Reisebüro. Dieses ist aufgeteilt in eine Flug- und eine Seminarabteilung. Letztere beschäftigt sich mit dem Organisieren von Kongressen und Seminaren.

Siehe Seite 19



■ Welches ist der ideale Ort? Kongress- und Seminarhotels gibt es deren viele. Aber längst nicht alle entsprechen den hohen Anforderungen der schweizerischen Grosskonzerne. Im Bild die «Arena» im Allegro Grand Casino Kursaal Bern. Foto: zvg

GV und «Plattform '05»

Zürcher Hoteliers: Neuer Präsident

■ Der 40-jährige John Rusterholz, Leiter der Gruppe der 11 Sorell-Hotels, wurde an einer ausserordentlichen GV zum Präsidenten der Zürcher Hoteliers gewählt. Er ist Nachfolger von Guglielmo L. Brentel, der am 15. Juni zum Präsidenten der hotelieriesuisse gewählt wurde. Nach der GV wurde auf der «Plattform '05» der Zürcher Hoteliers über «Risiko – Chance oder Gefahr?» diskutiert. Danach wurde der 1. Zürcher Hotelier-Preis verliehen. KJV

Siehe Seiten 2 und 3

Diffuse Angst vor der Vogelgrippe

■ Unter der Diskussion um die Vogelgrippe leiden auch die Geflügelfleisch-Verarbeiter und -anbieter. Vorsichtsmassnahmen getroffen haben die Peninsula-Hotels in Asien und den USA.

Der Pouletverarbeiter Fredag AG in Root beklagt derzeit einen Einbruch beim Gastro-Absatz um 20 bis 25 Prozent. Prodega Cash & Carry verkauft infolge des emotionalen Themas Vogelgrippe rund 30 Prozent weniger Geflügel. Martin Spahr von Proviande: «Es herrscht eine diffuse Angst.» Er rät, die Gäste gut zu informieren. Ebenfalls ein

Thema ist die Vogelgrippe bei den Peninsula-Hotels in Asien und den USA. Ein Vier-Phasen-Plan ist allen Peninsula-Direktoren via Internet zugänglich. «Wenn es losgeht, zählt jede Minute», sagt Peter Borer, Chef der Peninsula-Gruppe. Da der Vogelgrippe-Virus durch einen Gast eingeschleppt werden könnte, ist das Personal aufgefordert, auf Krankheitszeichen nicht nur bei den Kollegen, sondern ebenso bei den Gästen zu achten. Das Peninsula Hongkong Hotel verfügt sogar über ein Fieberkontrollsystem. DST/GSG

Siehe Seite 6

Hotela Travel Summit

TUI-Chef setzt stark aufs Internet

■ «Mut zur Weichenstellung» lautete das Motto des Hotela Travel Summit, der letzte Woche von 240 Vertretern der Incoming- und Outgoingbranche besucht wurde. Diesen Mut bewiesen hat TUI-Chef Michael Frenzel, der den ehemaligen Industriekonzern innert weniger Jahre in Europas grössten Reisekonzern umbaute. Heute sieht er das Internet als grössten Wachstumstreiber für den Tourismus an. TUI wird deshalb konsequent darauf ausgerichtet. TL

Siehe Seite 14



Adresse: Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern | Redaktion: Telefon: 031 370 42 16, Fax: 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch | Verlag: Telefon: 031 370 42 22, Fax: 031 370 42 23, E-Mail: verlag@htr.ch

illy

illegio 05. Reihe 1.1 Sound C26

CAFE AG 8800 THALWIL www.illycafe.ch

HOTEL KREDIT SGH®

den Aufbruch finanzieren

SCH SGH SCA

Telefon 01 209 16 16 www.sgh.ch

Ihr Erfolg ist unser Ziel

HOREGO

Horego AG Zürich, Tel. 044 366 50 50
einkauf@horego.ch, www.horego.ch

Die Konkurrenz wird schma ten.

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

CHECK IN DATA

www.checkindata.com

Klein, aber

OHO

* Dieses Werbefeld kostet brutto s/w CHF 460.– pro Erscheinung (exkl. 7,6% MwSt).

Top-Platzierung inklusive! Buchen?

Tel. 031 370 42 42
inserate@htr.ch

htr AUS DEM INHALT

Abstimmungen vom 27.11. 5

Am 27. November 2005 wird darüber abgestimmt, ob die Geschäfte in den grossen Bahnhöfen und auf den Flughäfen sonntags alle geöffnet sein dürfen oder nicht.

Vogelgrippe 6

Nach dem Motto «Das Schlimmste befürchten und das Beste erhoffen» sind die Peninsula-Hotels in Asien und in den USA vorbildlich gerüstet. Dafür sorgt Peter Borer, der oberste Chef der Peninsula-Hotelgruppe.

Behinderten-Integration. 10

Körperlich und geistig Behinderte arbeiten im neuen Basler 3-Sterne-Haus «Breite-Hotel». Cyrille de Bruin von der Geschäftsleitung lobt ihre «tolle, hohe Motivation».

Bahnhofs-Gastronomie 11

«Il Baretto» heisst das jüngste Kind der Candrian Catering AG. Es ist eine kleine italienische Caffè-Bar im Hauptbahnhof von Zürich: ein schnörkelloser Glaskubus zwischen einem Kiosk und einer Snackbar.

Hotela Travel Summit 14

Antworten auf Zukunftsfragen lieferten am 2. Hotela Travel Summit in Montreux Michael Frenzel, Chef des Touristikkonzerntes TUI, sowie Tourismus- und Trendforscher Martin Lohmann.

Küchentechnik an der Igeho 15

Die Neuheiten der Igeho 2005 in Basel werden es zeigen: Der Küchentechnik-Trend geht klar in Richtung personalisierende Automatisierung und platzsparende Multifunktionsgeräte.

htr CAHIER FRANCAIS

ST lanciert den Winter CF 1

Schweiz Tourismus hat seine Winterkampagne lanciert. Sie ist mit 18 Mio. Franken budgetiert, gegenüber 17,7 Mio. Franken im letzten Jahr. An der Auftakt-Veranstaltung wurden die Leitmotive präsentiert.

Informations-Austausch CF 3

Der Hotela Travel Summit der letzten Woche in Montreux war eine grosse Gelegenheit für den Informations-Austausch unter den Profis der Tourismus-Branche.

Seilbahnen CF 4

Als Rückgrat des alpinen Tourismus können die Schweizer Seilbahnen ihre Zukunft mit besonderer Abklärbarkeit angehen. Eine Studie zeigt, dass sie ihre wirtschaftliche Situation verbessern konnten.

Reklamationen CF 5

Eine nicht repräsentative Umfrage der htr bei Hotels der 4- und 5-Sterne-Klasse zeigt unter anderem, dass es, im Verhältnis zu der Anzahl der Gäste, nur sehr wenige Reklamationen gibt.

STANDPUNKT

Auf in den Schnee!

Jürg Schmid*

■ «Alles fährt Schii, alles fährt Schii, Schii fährt die ganze Nation.» Ja, das waren noch Zeiten, als die Schüler beim ersten Mittags-Pausengong hochschnellten und nach Hause rannten, um ja den Anfang eines Skirennens nicht zu verpassen! Als die Familien nicht in der Küche, sondern vor dem Fernseher in der Stube assen und den Schweizern die Daumen drückten! Tempi passati.



Auch «Alles fährt Schii» wird längst nicht mehr im Radio gespielt. Aber ich wette, Sie wissen noch immer, wie der Gassenhauer – fast könnte man sagen die zweite Nationalhymne – weitergeht: «d' Mamma, dr Bappe, dr Sohn.» Warum? – Damals war der Wintersport in den Bergen nicht nur ein positives Erlebnis, sondern auch selbstverständlich.

Das war nicht immer so. Wintersport in der Schweiz war in den Anfängen der Elite vorbehalten. Dass er Sache der Nation wurde, ist einem ideenreichen und konsequenten Marketing zu verdanken. Im Jahr 1943 lancierte Schweiz Tourismus – damals noch unter dem Namen Schweizerische Zentrale für Verkehrsförderung – eine Kampagne mit dem Slogan «Das ganze Volk fährt Ski».

Heute fehlt dieses Selbstverständnis. Die Jugendlichen erleben die Faszination des Wintersports oft erstmals im Schneeporlager, doch diese werden immer seltener durchgeführt. Mit neuen Schneekanonen und modernen Sesselliften allein bringt man die Jugendlichen nicht auf die Ski. Da braucht es mehr: zum Beispiel eine nationale Initiative wie anno 1943.

Und deshalb gibt es seit 2004 die IG Schnee, die sich aus Vertretern von Seilbahnen Schweiz, Swiss Snowsports, J&S, Swiss-Ski, STV und ST zusammensetzt. Mit gemeinsamen Aktionen wie «Snowli on tour» und «Schneeporlager online» will man gezielt die Jugendlichen wieder für den Wintersport begeistern. Also, «Auf in den Schnee»!

«Alles fährt Schii» gipfelte einst den Erfolg einer konsequenten Förderung des Wintersports. Hoffen wir, dass die Tourismusbranche dieses Ziel nun mit der gleichen Kreativität und Ausdauer wie damals verfolgt. Und dann singen wir wieder: «Es git halt nüt schöners juhee, juhee, als Sunneschiin, Bärge und Schnee!»

* Jürg Schmid, Direktor Schweiz Tourismus

John M. Rusterholz

«Man muss selber innovativ sein»

■ Was steht in der Zürcher Hotellerie an? Der neu gewählte Präsident des Zürcher Hotelier Vereins, John M. Rusterholz, im Interview.

Marietta Dedual

► Was war Ihre Motivation, für das Amt des Präsidenten der Zürcher Hoteliers zu kandidieren? Ich habe mir vor der Zusage, als Kandidat für dieses Amt zur Verfügung zu stehen, sehr intensive Gedanken gemacht. Guglielmo L. Brentel hat durch sein Engagement während der letzten sieben Jahre einen sehr hohen Standard gesetzt und es dadurch seinem Nachfolger nicht leicht gemacht. Es gilt ja, das Niveau zu halten. Die Motivation ist, diese für mich grosse Herausforderung anzunehmen und die Arbeit im gleichen professionellen und erfolgreichen Stil weiterzuführen. Da würde ich gerne meinen Teil beitragen. Dies auch, weil wir, die ZFV-Unternehmungen, elf Hotels in der Deutschschweiz führen und es auch für uns sehr wichtig ist, einem gut funktionierenden, einflussreichen und aktiven Verband anzugehören.

► Werden Sie das Spektrum der Aktivitäten – Silvesterzauber, Plattform usw. – beibehalten oder gar ausbauen? Sicher ist, dass man den Silvesterzauber beibehalten muss. Die Plattform entspricht einem Bedürfnis, und die damit gesteckte Zielsetzung, auch Mitgliedern des Kaders unserer Mitgliederhotels eine Weiterbildung mit Infotainment-Charakter zu bieten, soll weiter im Auge behalten werden. Eine Neugestaltung kann durchaus im Kreise der damit betrauten Arbeitsgruppe diskutiert werden. Auf jeden Fall aber nutze ich die ersten Monate zur Einarbeitung und zur Schaffung des Überblickes über alle bisherigen Aktivitäten.

«OFT SIND WIR ETWAS «CHLÖNIS»»

► Was wird Ihre erste Handlung sein? Ich werde nicht mit grossen, neuen Schlagwörtern oder Ideen daherkommen. Bevor man Neues lanciert, möchte ich Projekte, Strategien und Aktivitäten erst analysieren und kennen lernen. Wichtig ist mir, neben den eigentlichen verbandspolitischen Aufgaben, auch der Ausbau des Mitgliedernutzens.

► Was sind die Stärken und was die Schwächen der Zürcher Hotellerie? Zu unseren Stärken gehört, dass wir Hotels haben, welche im 5-, 4-, aber auch im 3- und 2-Sterne-Bereich auf einem sehr hohen Niveau sind. Dies im Bereich der Qualität des Ausbaustandards, aber auch in der Qualität der guten Dienstleistungen. Eine Schwäche ist – und das gilt sicher nicht nur für die Zürcher sondern generell für die Hotel-



■ Freut sich auf seine neue Aufgabe: John M. Rusterholz.

Foto: Marietta Dedual

lerie –, dass wir oft etwas «Chlönis» sind, anstatt das Positive zu suchen und dort anzusetzen. Man findet immer schnell einen Grund für das Nichterreichen eines Zieles ... und sei es auch nur das Wetter.

► Wie möchten Sie diese «Chlöni-Mentalität» angehen? Jeder Hotelier sein Umfeld wahrnimmt, analysiert und sich eingestellt, dass Jammern nichts bringt. Mit der Behauptung, «dies oder jenes sei schuld», kommt man nicht weiter. Man muss selber innovativ sein. Dazu gehört, sich mit der Konkurrenz, auch in anderen Städten, auseinander zu setzen und dann die notwendige Initiative zu ergreifen und den Mut für Änderungen aufzubringen.

► Wo sehen Sie die grosse Herausforderung für die Zürcher Hoteliers? Vor einem Jahr öffnete das Park Hyatt Hotel mit 142 Zimmern seine Tore und es kommen weitere grosse Hotelprojekte hinzu. So eröffnet die Arabella-Sheraton-Gruppe im Frühjahr 2007 das erste Haus der Marke «Four Points Hotels» in der Schweiz im Areal der Sihlcity mit 132 Zimmern. Geplante Projekte stehen im Flughafen an, SAS Radisson und das vom SV Service geführte Hotel in Zürich-Oerlikon, das Courtyard by Marriott mit 152 Zimmern. Dies führt zu einem verstärkten Konkurrenzkampf um einen nicht grösser werdenden Kuchens. Diese Hotels sind nun einfach da.

Aufgabe jedes einzelnen Hoteliers ist, die Gäste in seinem Segment zu halten und nicht mit Preisdumping den Markt aus dem Gleichgewicht zu bringen.

► Welche Impulse werden vom neuen «Dolder» ausgehen? Im 5-Sterne-Segment wird das neue Dolder, so wie es auch das Park Hyatt getan hat, einen neuen Standard setzen. Man spricht über die Zürcher Hotellerie; darüber, dass diese ausgezeichnete Produkte anbietet.

«ES IST WICHTIG, DASS DIE REGIONALVERBÄNDE ANALOG HOTELLERIESUISSE ARBEITEN.»

► Zürich will nicht nur die Geschäftshotellerie fördern, sondern hin zu mehr Lifestyle. Wie weit ist dieses Konzept realisiert? Die Zürcher Hotellerie ist auch hier – zusammen mit Zürich Tourismus – auf einem guten Weg, um Zürich auch als Leisure-Destination und nicht nur als Business-Destination zu verkaufen. Der Weg ist aber noch lang.

► Sie sind als Leiter der Sorell-Hotels sehr engagiert. Bleibt Ihnen genügend Zeit, um den Job als Präsident des Zürcher Hotelier-Vereins wahrzunehmen?

Da muss ich vorweg Regula Pfister, Präsidentin der ZFV-Unternehmungen, einen grossen Dank aussprechen. Sie hat mir zugesichert, dass mir Zeit für die Ausübung dieses Mandates zur Verfügung gestellt wird. In Prozentzahlen hat man mir gesagt, dass es sich um 20 Prozent handelt, aber es werden sicher auch einmal 30 oder 35 Prozent sein, je nachdem, was ansteht.

► Wo setzen Sie Prioritäten? Priorität haben die Mitglieder von unserem Zürcher Hotelier-Verein, deren Anliegen und Wünsche. Ich muss spüren: «Was wollen unsere Mitglieder?» und dementsprechend den Fokus auf das eine oder andere richten.

► Wie stark werden Sie sich für den Kongressbereich einsetzen? Dass der Zürcher Hotelier-Verein Mitglied der Interessengemeinschaft Neues Zürcher Kongresszentrum ist, zeigt, wie wichtig das neue Kongresszentrum nicht nur für uns, für die Hotellerie, für den Tourismus, sondern für den ganzen Standort Zürich ist. Wir werden den eingeschlagenen Weg weiter verfolgen.

► Was können Sie als Präsident überhaupt bewirken? Vieles ergibt sich aus den Wünschen der Mitglieder. Wichtig scheint mir das situative Agieren und Reagieren bei auftretenden Themen seitens der Politik. Diese Aufgabe, will ich als Präsident wahrnehmen in der Hoffnung, mein Handeln werde Wirkung zeigen.

► Was wünschen Sie sich von hoteleriesuisse, von Ihrem Vorgänger Guglielmo L. Brentel? Ich wünsche mir, dass es mit hoteleriesuisse so weitergeht, wie es mit dem Zürcher Hotelier-Verein unter seiner aktiven Führung gelaufen ist. Wir sind hier in Zürich mit Guglielmo Brentel einen markanten Schritt weitergekommen. Es ist sehr wichtig, dass die Regionalverbände analog hoteleriesuisse arbeiten. Zudem wünsche ich mir von hoteleriesuisse viele Informationen und einen intensiven Gedankenaustausch. Das Lobbying, auf nationaler und regionaler Stufe muss als Daueraufgabe betrachtet und entsprechend bearbeitet werden.

Zur Person

■ Der 1965 geborene John Marcus Rusterholz ist seit 2001 Leiter der Sorell-Hotels, die zu den ZFV-Unternehmungen gehören. Einige Stationen seines beruflichen Werdeganges: Kellnerlehre im Hotel Waldhaus Dolder in Zürich, Chef de Service im Restaurant Blaue Ente in Zürich. Ausserdem war er fast zehn Jahre im Ausland, zum Beispiel in Südafrika, Hongkong und Saudi-Arabien. Für John M. Rusterholz, der «kein Motto und keinen Slogan» hat, ist der Beruf zugleich Hobby. Seine Freizeit verbringt er mit seinen zwei Kindern. MD

Buchers Nachfolger gewählt

■ **Bürgenstock Hotels & Resort.** Die Hotelbesitzerin Rodebud hat einen neuen Generaldirektor gewählt: Philippe Rubod. Das bestätigt Cedric Bonvin, Direktor der Rosebud Héritage SA. Rubod folgt auf Theophil Bucher, der den «Bürgenstock» im Frühling 2006 verlässt. Im Herbst 2006 dann sollen die Hotels geschlossen werden. Rosebud gibt an, die Hotels sanieren zu wollen (die htr berichtet). Der neue «Bürgenstock»-Generaldirektor war früher Direktor im Hotel Richemond

in Genf, das den gleichen Besitzern gehörte, sowie im Hotel Angleterre in Genf. Die Rosebud-Gruppe will «einen kleinen Bürigenstock in der Westschweiz» kaufen, sagte Verwaltungsratspräsident Victor Armleder in einem Interview mit dem «Cash». Zudem habe sie letztes Jahr die Hotels California in Genf und «Rue Royal» in Brüssel gekauft. Rosebud hat nun das Immobilienunternehmen SPG Inter-city mit der Führung der Liegenschaftsgeschäfte beauftragt. CK

Das ist neu

■ **ITB Berlin.** Neben dem traditionellen Messekatalog lässt die «Internationale Tourismus Börse» ITB erstmals einen ITB-Quickfinder produzieren. Den neuartigen Messebegleiter erhalten sämtliche Fachbesucher der ITB, die vom 8. bis 12. März 2006 in Berlin stattfindet. Eine weitere Neuigkeit zum 40. ITB-Jubiläum: Die Messe beginnt ab 2006 an einem Mittwoch und endet am Sonntag (Fachbesucher Mittwoch bis Freitag). Bislang fand sie freitags bis dienstags statt. CK

Kommen New Yorker ins Grand Hotel Locarno?

■ **Locarno.** Nächstes Wochenende wird das Grand Hotel Locarno geschlossen. Die Eigentümer lösen den Pachtvertrag mit Direktor Urs Zimmermann früher auf, schreibt die Berner Tageszeitung «Bund». Die Eigentümer um Giancarlo Cotti wollen das Hotel für 22 Mio. Fr. verkaufen (die htr berichtete mehrmals). Unter den potenziellen Interessenten befindet sich auch die New Yorker Film Academy, die eine Niederlassung in der Schweiz gründen möchte. Die Interessenten haben von

«Location Switzerland», der Beratungs- und Dienstleistungsstelle des Seco zur Förderung des Unternehmensstandorts Schweiz, eine ganze Reihe von Hotels für ihre Schweiz-Niederlassung vorge schlagen bekommen, die zu kaufen oder mieten wären: Hotel Chateau Gütsch, Luzern; Hotel Albana, Weggis; Grand Hotel Muralto und Hotel Cademario, beide Tessin; Parkhotel Mattenhof und Hotel Krebs, beide in Interlaken; Grand Hotel Regina, Grindelwald; Grand Hotel Regi-

na, Adelboden; Congress Hotel Seepark, Thun; Le Mirador Kempinsky, Vevey; Hotel Ambassador, Crans-Montana; Hotel Maloja Palace, Engadin; Hotel Telsplatte, Sisikon; Hotel Eden, Brunnen sowie einige Objekte in Aeschi bei Spiez, Lenk, Sierre, Champéry, Davos und Hasliberg. Vielleicht wird das Grand Hotel Locarno aber vor einer Umnutzung gerettet: Private um Hotelier Urs Zimmermann lancieren eine schweizweite Spendenaktion, um das Hotel zu retten. CK

Zürcher Hoteliers

Neuer Präsident und Mut zum Risiko

■ **John Rusterholz** wurde einstimmig zum neuen Präsidenten der Zürcher Hoteliers gewählt. Die Wahl ging der «Plattform»-Veranstaltung zum Thema «Risiko» voraus. Zuletzt wurde der neu lancierte Zürcher Hotelier-Preis in seinen zwei Kategorien verliehen.

Karl Josef Verding

Der neue, achtzehnte Präsident der Zürcher Hoteliers, John Rusterholz, tritt die Nachfolge von Guglielmo L. Brentel an, der am 15. Juni zum Präsidenten von hotelieressuisse gewählt wurde. Der 40-jährige Rusterholz leitet die Gruppe der 11 Sorell-Hotels, eine ZFV-Unternehmung. Der Interims-Präsident und amtierende Vizepräsident der Zürcher Hoteliers, Jörg-Rudolf von Rohr, charakterisierte ihn als «kreativen Hotelier, der die Front kennt».

Risiko-Debatte: «Es muss sich lohnen, etwas zu verändern»

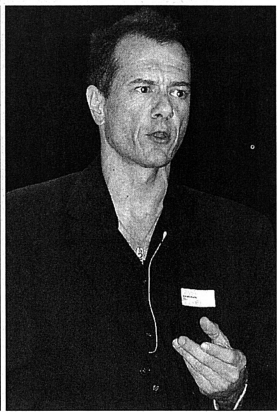
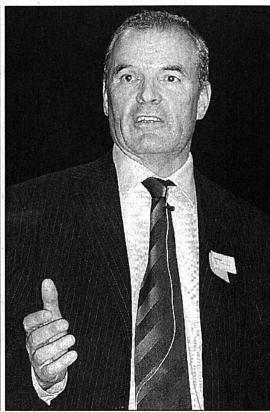
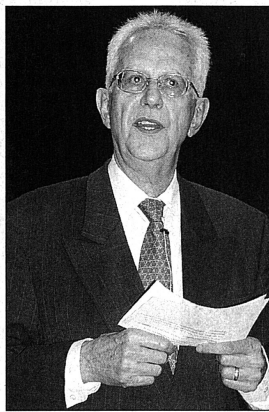
Auf der ausserordentlichen GV zur Wahl des neuen Präsidenten folgte vor grossem Publikum die «Plattform 05» der Zürcher Hoteliers – als achte Veranstaltung dieser Art und nach abschliessender Einschätzung von Guglielmo L. Brentel «die beste». Peer Teuwens von der Chefredaktion des «Magazin» leitete die Diskussion von Peter Friedli, Investment-Banker und Präsident von Friedli Corporate Finance, Walter Wittmann, Publizist und Buchautor, Martin Venetz, Psychologe und Risikosport-Spezialist, sowie Guglielmo L. Brentel zum Thema «Risiko – Chance oder

Gefahr?». – «Wer nicht Geld verlieren kann, kann auch kein Geld verdienen», sagte Friedli, der 170 Firmen finanziert hat. Und: «Ich lese nie einen Businessplan, bevor ich nicht zwei- bis dreimal die Leute gesehen und geprüft habe, ob sie authentisch und ehrlich sind.» – «Die beste Schule kann tüchtige Leute nicht verderben», so Wittmann über Friedli. Keine Risiken zu nehmen und auf dem gegenwärtigen Stand zu bleiben, bedeute Abstieg, weil die ändern sich bewegen. Guglielmo L. Brentel fasste die Risiko-Debatte zusammen: «Man muss die Sicherheit geben, dass es sich lohnt, etwas zu verändern.»

Verleihung des 1. Zürcher Hotelier-Preises

Im Frühling hatten die Zürcher Hoteliers ihr 125-Jahre-Jubiläum mit der Ver-nissage des Buches «Hotel Zürich» gefeiert und angekündigt, dass sie aus Anlass des runden Geburtstages den «Zürcher Hotelier-Preis» lancieren werden. Er wird alle zwei Jahre verliehen, die Jury besteht aus Exponenten der Wirtschaft, der Politik und des Tourismus. Mit dem Preis will der Zürcher Hotelier-Verein zeigen, dass die Hotellerie eine Branche ist, in welcher vielfältige und interessante Karrieren von der Pike auf möglich sind: Durch die vielen verschiedenen Berufe, welche die Hotellerie zu bieten hat, sind Wechsel möglich, zum Beispiel von der Küche ins Food & Beverage und später ins Marketing; je nach Fähigkeit und Leistungswille.

Der erste Preisträger als «Junger Zürcher Hotelier» heisst Magnasch Joos, ist 29 Jahre alt, F&B-Manager und Geschäftsleitungsmitglied im grössten Seminar- und Kongresshotel der Schweiz, dem «Seedamm Plaza» in



■ «Plattform 05». Walter Wittmann, Publizist und Buchautor, Peter Friedli, Investment-Banker und Präsident von Friedli Corporate Finance, und Martin Venetz, Psychologe und Risikosport-Spezialist, auf der Zürcher «Plattform» (v.l.n.r.). Fotos: Marietta Dedual

Pfäffikon SZ. Der F&B-Umsatz beträgt in diesem Haus rund 10 Mio. Franken. Joos hat die Jury durch seine «zielstrebige und zielbewusste Karriere» beeindruckt. Seine Begeisterung für die Sache – das Essen und Trinken – könne er dank hoher Sozialkompetenz, breitem Wissen und überdurchschnittlichem Einsatz erfolgreich umsetzen. Die Auszeichnung «Junger Zürcher Hotelier» bringt dem jungen Berufsmann aus Andeer GR eine Aus- oder Weiterbildung nach freier Wahl im Wert von 10000 Franken, die durch hotelieressuisse und die Zürcher Hoteliers ermöglicht wird.

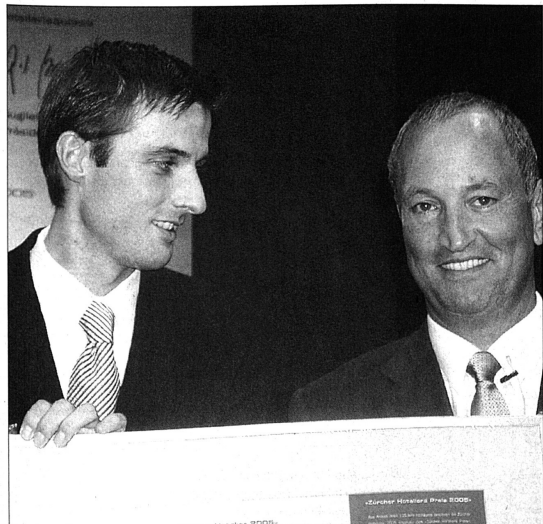
Den Zürcher Hoteliers sind auch die vielen Partner sehr wichtig, die wertvolle Beiträge zu einem attraktiven und

konkurrenzfähigen Tourismus-Projekt «Zürich» leisten.

Wichtiger Partner des Tourismus gewürdigt

Anlässlich des Silvesterzaubers 2004/05 hatte sich Entsorgung + Recycling Zürich ERZ spontan und unbürokratisch bereit erklärt, während des Festes am 31. Dezember 2004 für die Tsunami-Opfer in Südostasien Spenden zu sammeln. Die organisierenden Zürcher Hoteliers wären selbst nicht in der Lage gewesen, diese Aktion in diesem Umfang so kurzfristig durchzuführen. Nicht nur für diesen speziellen Einsatz, der allen schlussendlich grossen Nutzen – 30000

Franken wurden der Glückskette überwiesen – und Goodwill gebracht hat, wurde das ERZ nun mit dem «Zürcher Hotelier Preis» in der Kategorie «Engagement Zürcher Tourismus» ausgezeichnet. Den mit 8000 Franken dotierten Preis erhält das ERZ auch, weil die Aufgaben der Stadtreinigung für den Tourismus einen hohen Stellenwert haben. Die Stadt Zürich gilt bei internationalen Gästen als eine sehr saubere Stadt. Nach allen Anlässen, von denen die Stadtbehörden jährlich rund 432 bewilligen, zeigt sich Zürich bereits in den frühesten Morgenstunden im gewohnt gepflegten Kleid, und das auch «von Sonntag auf Montag», wie an der Preisverleihung betont wurde.



■ 1. Zürcher Hotelier-Preis. Guglielmo L. Brentel (rechts), Präsident von hotelieressuisse, gratuliert Magnasch Joos, dem Gewinner des 1. Zürcher Hotelier-Preises.

Anzeige

Lohnbuchhaltung gehört nicht zu Ihren Lieblingsbeschäftigungen?

Wir erledigen für Sie

- ★ monatlichen Lohnabrechnungen
- ★ sämtliche Abrechnungen mit den Sozialversicherungen
- ★ Lohnausweise

Rufen Sie uns an! Wir beraten Sie gerne.

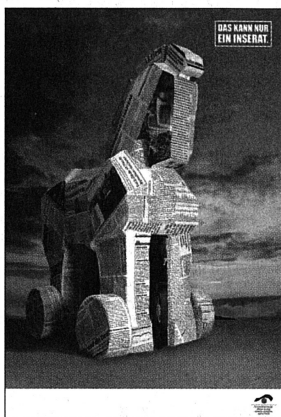
Gastroconsult AG – professionell – diskret – wirtschaftlich

Gastroconsult
TREUHAND FÜR HOTELIERIE & RESTAURATION

Telefon 0844 88 44 24
www.gastroconsult.ch

Wählen Sie Ihr Lieblingsinserat und gewinnen Sie eines von drei Autos im Gesamtwert von 115'000 Franken.

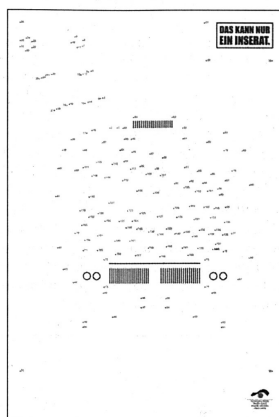
**DAS KANN NUR
EIN INSERAT.**



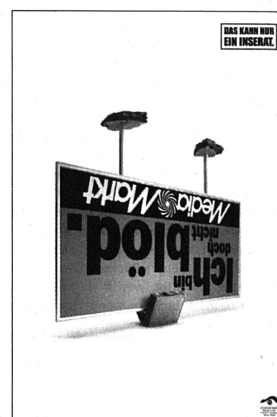
Nr. 1 (Werbeagentur Bluespirit). Ein Inserat verschafft Ihnen Zugang zu jeder Gesellschaft.



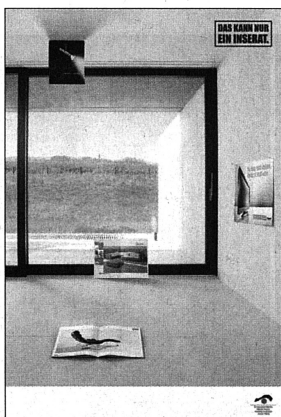
Nr. 2 (Werbeagentur TBWA/SWITZERLAND). Inserate liefern überzeugende Argumente.



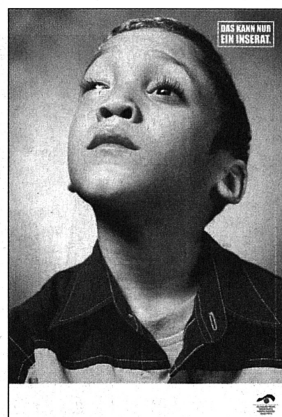
Nr. 3 (Werbeagentur metzgerlehner worldwide partners). So gesehen – leicht nachvollziehbar was ein Inserat alles kann.



Nr. 4 (Werbeagentur Lesch+Frei). Nur ein Inserat ist so mobil wie Ihre Kunden.



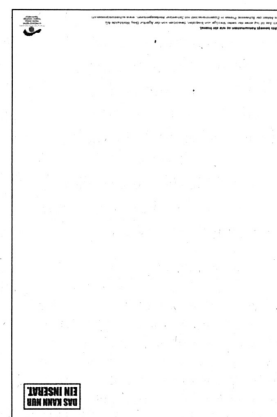
Nr. 5 (Werbeagentur Pucci, Sulzer). Ein Inserat lässt sich genau da platzieren, wo es am meisten Wirkung zeigt.



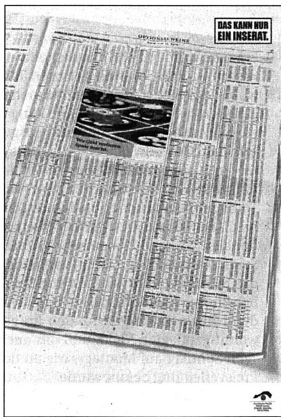
Nr. 6 (Werbeagentur Burson-Marsteller). Wie dieses Inserat wirkt, zeigen Sie am besten persönlich mit Ihrer Spende: PC-2515000-6.



Nr. 7 (Werbeagentur Grendene, Ogilvy & Mather). Ein Inserat wirkt länger, als man liest.



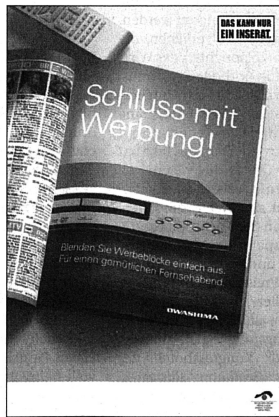
Nr. 8 (Werbeagentur Grey Worldwide AG). Nichts bewegt Konsumenten so wie ein Inserat.



Nr. 9 (Werbeagentur Zogg, Kettiger, Gasser). Ihre Zielgruppe punktgenau erreichen und eine maximale Aufmerksamkeit generieren.



Nr. 10 (Werbeagentur Favo). Dasselbe gilt auch für Zeitschriften.



Nr. 11 (Werbeagentur JWT+H+F). Offensichtlich sind Inserate das zuverlässigste Medium, um seine Zielgruppe mit Erfolg zu erreichen.



Nr. 12 (Saatchi & Saatchi Simko). Die Wirkung einer Anzeige hat kein Verfallsdatum.

So funktioniert.

Der Verband SCHWEIZER PRESSE und verschiedene Werbeagenturen haben in den letzten Monaten in über 100 Zeitungen und Zeitschriften Werbung fürs Inserat gemacht. Und jetzt können Sie gewinnen. So gehts: Sagen Sie uns, welches Inserat Ihnen am besten gefallen hat, und nutzen Sie die Chance beim grossen Gewinnspiel 2005 vom Verband SCHWEIZER PRESSE, eines von drei Autos zu gewinnen. Geben Sie Ihre Stimme mit diesem Coupon (abtrennen und auf eine Postkarte kleben) oder auf www.schweizerpresse.ch/wahl ab. Teilnahmeschluss ist der 7. Dezember 2005.

Das können Sie gewinnen.

Corolla 1.8 TS, 3-türig
(Wert CHF 35'273.-)



Avenis Sportswagon 2.4 D4 Linea Sol
(Wert CHF 43'000.-)



Corolla Verso 2.0 D-4D Linea Sol
(Wert CHF 36'850.-)



TODAY TOMORROW TOYOTA

Ab die Post.

Mein Favorit ist das Inserat Nr. _____.

Name: _____

Vorname: _____

Strasse, Nr.: _____

PLZ, Ort: _____

Auf Postkarte kleben und senden an: Verband SCHWEIZER PRESSE, «Das kann nur ein Inserat» Postfach, 8099 Zürich

Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Über den Wettbewerb wird keine Korrespondenz geführt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.



SCHWEIZER PRESSE
PRESSE GROSSE
STAMPA SVIZZERA
SWISS PRESS

Abstimmungen vom 27. November

Sonntags zu – was sagt der Gast?

■ Nach den beiden europapolitischen Vorlagen steht bereits wieder eine Abstimmung an, die Auswirkungen auf den Tourismus hat: Es geht um die Frage, ob die Geschäfte in den grossen Bahnhöfen und auf den Flughäfen sonntags alle geöffnet sein dürfen oder nicht.

Theres Lagler

«Geschlossene Ladentüren sind keine Visitenkarte für die Schweiz. Gerade Touristen schätzen gute Einkaufsmöglichkeiten, wenn sie in der Schweiz ankommen oder auf Bahnhöfen umsteigen», hält Judith Renner-Bach unmissverständlich fest. Die Direktorin des Schweizer Tourismus-Verbands (STV) plädiert deshalb dafür, am 27. November die Revision des Arbeitsgesetzes anzunehmen, die die Ladenöffnungszeiten in den 25 grössten Schweizer Bahnhöfen und auf den Flughäfen auf eine eindeutige rechtliche Basis stellt.

Bedürfnisse der Reisenden: Umstrittene Definition

Die heutige Situation ist verworren und beruht auf Ausnahmegewilligungen. So dürfen Verkaufsgeschäfte in Bahnhöfen und Flughäfen sonntags zwar Personal beschäftigen – allerdings nur wenn sie Waren und Dienstleistungen anbieten, die auf die Bedürfnisse der Reisenden ausgerichtet sind. Doch was heisst das genau? Die Gewerkschaften gingen bis vor Bundesgericht, um diese Frage zu klären. Das Gericht hielt in seinem Urteil im Jahr 2002 fest, dass Geschäfte wie Blumenläden, Apotheken oder Buchhandlungen bis zu einer Verkaufsfläche von 70 m² und Lebensmitteläden bis zu einer Fläche von 120 m² die Anforderungen für Sonntagsarbeit erfüllen. Bei den Kleider-, Schuh-, Optiker- und Fotogeschäften sowie Weinhandlungen hat es dies hingegen verneint. Um zu verhindern, dass Bahnhofsgeschäfte wegen dieses Bundesgerichtsurteils Angestellte entlassen mussten, bewilligte der Bund die Sonntagsarbeit von Personal in diesen Geschäften bis zur anstehenden Abstimmung vom 27. November. Bei einer Ablehnung müssten die Ausnahmegewilligungen aber allesamt entzogen werden. Der Wirtschaftsverband Economiesuisse geht davon aus, dass rund 150 Geschäfte und 2000 Arbeitsplätze davon betroffen wären.

Präjudiz für Öffnungszeiten in Tourismusorten befürchtet

Der Branchenverband hotellerieuisse hegt aber noch eine andere Befürchtung: «Wird die Vorlage abgelehnt, besteht die Gefahr, dass auch die Ladenöffnungszeiten in den Tourismusorten eingeschränkt werden müssen.

Das aber würde die Attraktivität der Tourismusgebiete schwächen», schreibt der Verband in einem Communiqué. Klassische Tourismuskantone wie Bern kennen derzeit relativ liberale Ladenöffnungszeiten. So dürfen die Geschäfte in Tourismusorten von Adelboden über Interlaken bis Wilderswil von 6.00 bis 22.30 Uhr geöffnet sein – und zwar sieben Tage in der Woche.

Gentechfreies Essen als Profilierungsmöglichkeit

Die zweite Abstimmungsvorlage betrifft die Branche weniger direkt: Es geht dabei um die Volksinitiative, die verlangt, dass während den nächsten

fünf Jahren in der Schweizer Landwirtschaft keine Pflanzen angebaut und Tiere gehalten werden dürfen, die gentechnisch verändert sind. Während hotellerieuisse die Initiative ablehnt, da sie den Import von gentechnisch veränderten Pflanzen nicht verhindern kann, setzt sich die Stiftung für Konsumentenschutz für ein Ja ein. Geschäftsführerin Jacqueline Bachmann ist überzeugt, dass sich nicht nur die Schweizer Landwirte mit gentechfreien Produkten profilieren können, sondern auch die Gastronomen. Unabhängig vom Ausgang der Abstimmung bleibt eines: Die Verwendung von gentechnisch veränderten Lebensmitteln muss auf der Speisekarte deklariert sein.



■ Sonntags-Shopping – hier im Flughafen Zürich – erhitzt die Gemüter. Foto: Unique

Anzeige

New



PRODUKTLINIE TIEFGEKÜHLTE PASTA

ORIGINAL ITALIENISCHE PASTA



FERTIG IN 1 MINUTE!

Barilla FoodService präsentiert eine neue Produktlinie vorgekochter, vorgesalzener und in Einzelstücken tiefgekühlter Pasta. Zum neuen Pastakonzzept gehört

eine reiche Auswahl an frischen, nicht pasteurisierten Tiefkühl-Saucen. In nur 1 Minute kann so ein vorzügliches, authentisch italienisches Pastagericht zubereitet werden.



Spaghetti



Penne Rigate



Fusilli



Orecchiette



Tagliatelle



Pappardelle



Sauce Pomodoro



Sauce Arrabbiata



Sauce Olive



Sauce Funghi



Sauce Bolognese



Sauce Carbonara



Sauce Pesto alla Siciliana



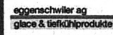
Sauce 4 Formaggi

ige ho

Besuchen Sie uns!
Halle 1.1 - Stand B 28

Erhältlich bei:




ERWIN AEBY

Barilla S.A. - Zugerstrasse 76 B
CH-6340 Baar
Tel.: 041 767 00 80
Fax: 041 767 00 89
foodservice.ch@barilla.it



Der Parolenspiegel

■ Die verschiedenen Parteien, Organisationen, Wirtschafts- und Branchenverbände geben folgende Parolen für die zwei eidgenössischen Abstimmungen vom 27. November ab:

Änderung des Arbeitsgesetzes (Ladenöffnungszeiten in Zentren des öffentlichen Verkehrs)

Ja: FDP, CVP, SVP, Economiesuisse, hotellerieuisse, Gastrosuisse und Schweizer Tourismus-Verband (STV).
Nein: SP, Grüne, EVP.

Volksinitiative «für Lebensmittel aus gentechnikfreier Landwirtschaft»

Ja: SP, Grüne, EVP, Schweizerischer Bauern-Verband (SBV), Stiftung für Konsumentenschutz.
Nein: FDP, CVP, SVP, Economiesuisse, hotellerieuisse, Gastrosuisse. TL

2. Generation: Mit acht neuen Destinationen

■ **Enjoy Switzerland.** Das Pilotprojekt soll mit seinen Erkenntnissen und Ergebnissen in einem neuen Projekt weitergeführt werden – als Enjoy Switzerland 2. Generation mit acht neuen Destinationen. Die 2. Generation soll operativ per Januar 2007 starten und 2 Jahre beziehungsweise bis Dezember 2008 dauern, wie Schweiz Tourismus (ST) mitteilt. Als Erstes wird am 12. Januar 2006 eine allgemeine Info-Veranstaltung stattfinden. Diese steht allen In-

teressenten offen. Von Mitte Januar bis Ende März 2006 läuft das Bewerbungsverfahren, wo die Destinationen die nötigen Abklärungen vor Ort machen und die entsprechenden Unterlagen einreichen können. Destinationen, die alle Anforderungen erfüllen, werden von Vertretern von ST und den Enjoy-Pilotdestinationen besucht, die sich vor Ort ein Bild machen. Im April entscheidet ein Gremium, das sich aus Schweiz Tourismus und weiteren geeigneten Vertretern zusammensetzt,

welche Destinationen den Zuschlag erhalten. Die Destinationen werden Anfang Mai über die Entscheidung informiert und diese am Ferientag von ST, am 5. Mai 2006 öffentlich bekannt gegeben. Von Juni bis Dezember 2006 werden die Vorbereitungsarbeiten an die Hand genommen, so dass ab Januar 2007 die Arbeit operativ aufgenommen werden kann. DST

Anmeldung für die Info-Veranstaltung vom 12. Januar 2006 bis 25. November an: mauro.ghirardi@switzerland.com

TFA-Problem

■ **Kanton Bern.** Um die Tourismusförderungsabgabe (TFA) bei der Parahotellerie erheben zu können, muss der Kanton Bern gemäss Bundesgericht sein Steuergesetz revidieren. Der Regierungsrat beantragt dem Grossen Rat deshalb eine Gesetzesänderung. Neu soll festgehalten werden, dass Besitzer und Dauermieter von Wohneigentum in der Gemeinde dann steuerpflichtig sind, wenn sie ihre Wohnungen gegen Entgelt an kurztenantpflichtige Personen vermieten. TLsda

Besserung

■ **Konjunkturprognose.** Aus der Sicht der Expertengruppe des Bundes setzt sich im Jahr 2005 der konjunkturelle Aufwärtstrend abgeschwächt fort. Eine leichte Beschleunigung ist für 2006 zu erwarten, wie das Staatssekretariat für Wirtschaft Seco mitteilt. Die Experten rechnen neu mit einem Wachstum des realen Bruttoinlandsprodukts (BIP) von 1,3 Prozent für 2005 und 1,7 Prozent für 2006. Die Konjunkturrisiken erscheinen für 2006 laut Seco ausgewogen. DST

Geld bewilligt

■ **Tourismusbeiträge.** Der Obwaldner Kantonsrat hat letzte Woche die Beiträge an die Tourismusorganisationen genehmigt: Vierwaldstättersee Tourismus erhält in den nächsten fünf Jahren je 60 000 Franken, Engelberg-Titlis Tourismus je 40 000 Franken. Das Geschäft war unbestritten. Im weiteren genehmigte das Parlament die Vereinbarung über den Ortsbus Engelberg, der jährlich rund 460 000 Franken kostet. Die öffentliche Hand leistet 115 000 Franken daran. TLsda

Pouletkonsum

Erholung nicht vor dem Frühling

■ Die Vogelgrippe lässt die Nachfrage nach Pouletfleisch unabhängig von der Herkunft drastisch einbrechen. Eine Erholung ist nicht in Sicht.

Gudrun Schlenczek

Diesmal hat es den Pouletmarkt richtig erwischt. Ein Grippe legt die Nachfrage flach: Beim Poulet-Verarbeiter Fredag AG in Root liegt der Gastro-Absatz 20 bis 25 Prozent tiefer als normal, bei Prodega Cash & Carry wurde in den letzten zehn Tagen rund 30 Prozent weniger Geflügel verkauft, bei Proviande spricht man sogar von einem Rückgang von bis zu 50 Prozent. Beim Branchenverband der Schweizer Fleischwirtschaft ist man über die Auswirkungen nicht erstaunt. «Das ist leider normal in einer solchen Situation», meint Martin Spahr, stellvertretender Kommunikationsleiter bei Proviande.

Diffuse Angst: Paniertes Poulet hat es leichter

Die Nachfrage würde, so Remo Hansen, Geschäftsleiter der Fredag AG, nicht bei allen Poulet-Produkten gleichermassen einbrechen: «Je mehr das Fleisch als solches erkennbar ist, desto stärker der Nachfragerückgang.» Paniertes Poulet hätte es also leichter. Es sei aber keine Frage der Herkunft des Fleisches. Das zeigt, wie emotional der Konsument mit diesem Thema umgeht. Martin Spahr: «Es herrscht eine diffuse Angst. Der Konsument weiss nicht genau, was er machen soll.» Deshalb setzt man bei Proviande auf Aufklärung: Ab nächster Woche will man eine PR-Kampagne starten. «Es ist ein Fehler, Poulet gar nicht mehr anzubieten. Der Wirt sollte den Kontakt zu seinen Gästen suchen und ihnen die Fakten erklären», wirbt Spahr. Diese sehen so aus, dass eine Ansteckungsgefahr über erhitztes Poulet nicht besteht und infiziertes Fleisch sowieso nicht importiert werden darf. Die Verarbeitung des Fleisches birgt für den Koch kein Risiko, wenn Hygieneregeln wie Händewaschen etc. beachtet werden. Eine Virusinfektion erfolgt über Atemwege oder Tröpfcheninfektion.

Auf Gäste-Aufklärung setzt man beim Restaurant «Roter Kamm» in Zürich. Das Lokal ist auf «Mistkratzerli» und Co. spezialisiert und macht 90 Prozent des Umsatzes mit Hühnerfleisch. «Wir haben das Merkblatt des Bundesamtes für Gesundheit unseren Stammgästen geschickt», erzählt Geschäftsführerin Sandra Wismer. Von der Tageskarte wurden die Pouletspezialitäten durch andere Fleischsorten ersetzt. Trotzdem sei der Gästeeinbruch spürbar, so Wismer. Mit einer Entschärfung der Situation rechnet Spahr von Proviande frühestens im Frühjahr: «Bei BSE haben wir die Erfahrung gemacht, dass es Jahre dauert, bis sich der Markt richtig erholt.»

Vogelgrippe

Jede Minute kann entscheiden

■ **Peter Borer, oberster Chef der Peninsula-Hotel-Gruppe, lässt sich von einer Vogelgrippe-Epidemie nicht überraschen. Nach dem Motto «Das Schlimmste befürchten und das Beste erhoffen» sind die Peninsula-Häuser in Asien und in den USA vorbildlich gerüstet.**

Silvia Pfenniger

Während sich noch viele Schweizer, auch Schweizer Hoteliers, eher gegen die vermeintliche «Medienhysterie» wappnen als gegen eine mögliche schwere Ansteckungskrankheit und am liebsten von der ganzen Sache nichts wissen möchten, sind in den Peninsula-Hotels in Hongkong und in den USA bereits sämtliche Vorsichtsmassnahmen getroffen. Ein 4-Phasen-Plan ist allen Peninsula-Direktoren abrufbereit via Internet zugänglich.

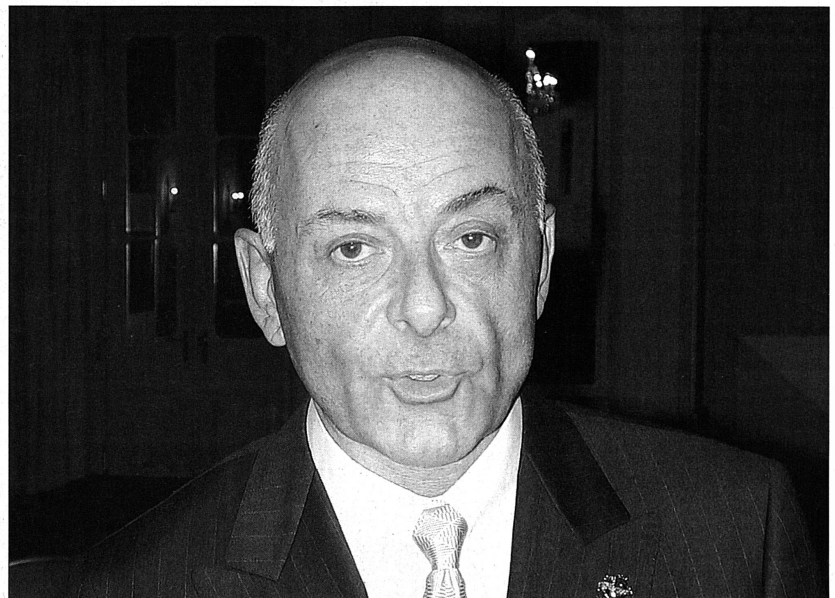
Nicht zuletzt bei der Konfrontation mit Sars hat Peter Borer, Chef der Peninsula-Gruppe, erfahren: «Wenn es losgeht, zählt jede Minute.» Erwartet er denn wirklich eine Epidemie von auf den Menschen übertragener Vogelgrippe? «Als Hotelier muss ich mich auf die Warnungen von Wissenschaftlern verlassen», sagt Borer.

Gratis-Grippeimpfung für Hotelpersonal

Eine Grippeimpfung wird allen Mitarbeitenden der Hotelkette auf Kosten des Hauses empfohlen, der Vorrat von Gesichtsmasken, sterilen Handschuhen und Desinfektionsmitteln ist aufgestockt. «Mitarbeiter, die einen Pflüßel haben, tragen sofort Atemschutzmasken, um niemand anzustecken», erklärt der aus einer Schweizer Hotelierfamilie



■ Das Peninsula Hong Kong Hotel verfügt über ein System, das in einer Schleuse automatisch das Fieber misst. Foto: zvg



■ Peninsula-Chef Peter Borer zum Vogelgrippe-Notfallplan: «Mitarbeiter, die einen Pflüßel haben, tragen sofort Atemschutzmasken, um niemanden anzustecken.» Foto: Marietta Dedual

stammende Peter Borer. «Dies ist seit Sars auch in Hongkong Sitte.»

Das gesamte Personal ist für die drohende neue Grippegefahr sensibilisiert und durch Fachleute instruiert worden. Es ist ausschlaggebend, dass jeder Einzelne motiviert ist, allfällige Vorschriften unbedingt zu befolgen. Die harten Erfahrungen mit Sars, als das legendäre «Peninsula Hongkong» von einem Tag auf den anderen leer stand, respektive noch gerade vier Gäste zählte, haben Peter Borer gezeigt, wie wichtig schnelles und konsequentes Handeln ist.

Das Sars-Virus wurde damals in einem kleineren Hotel in Hongkong entdeckt, das sofort unter Quarantäne gestellt wurde. Während Tagen waren Personal und Gäste in diesem Hotel eingeschlossen und von der Umwelt total abgeriegelt. Ganze Wohnblöcke mit Tausenden von Bewohnern durften in Hongkong ihre von Polizei umstellten Quartiere während der akuten Sars-Gefahr nicht mehr verlassen.

Gäste werden aufmerksam beobachtet

Naheliegender Gedanke, dass auch ein (Vogel-)Grippevirus von einem Gast eingeschleppt werden könnte. Das Hotelpersonal ist deshalb aufgefordert, auf Krankheitszeichen nicht nur unter den Kollegen, sondern auch bei den Gästen zu achten. Das gilt für den Concierge ebenso wie für den Kellner oder die Putzfrau. Fühlt sich ein Gast unwohl oder macht er einen

kränklichen Eindruck, werden ihm sofort die Dienste einer Krankenschwester oder eines Arztes empfohlen und angeboten. Selbstverständlich tragen auch sie Masken und Handschuhe, um sich im Kontakt mit einem kranken Gast vor einer allfälligen Ansteckung zu schützen.

Das legendäre Peninsula Hongkong Hotel verfügt seit geraumer Zeit auch über ein Fieberkontrollsystem, wie es auf gewissen Flughäfen zum Beispiel in Hongkong verwendet wird. Wer durch die entsprechende Schleuse tritt, dem wird automatisch die Temperatur gemessen, ohne dass er dies merkt. Bei der Alarmstufe 3, das heisst, wenn das Virus bei einem Menschen in der Stadt entdeckt wird, wo sich das Hotel befindet, ist Fiebermessen für Mitarbeitende und Gäste vorgeschrieben. Stufe 4 hat noch kein Peninsula-Hotel durchsetzen müssen. «Das bedeutet die Quarantäne», erklärt Peter Borer.

Beizug von Ärzten und der Gesundheitsbehörde

Bereits bei Stufe 3 würden wie damals bei Sars rund 30 Prozent des «Honkong Peninsula» Personals auf Abruf heimgeschickt. «Damit wir eine Notmannschaft zur Verfügung hätten, wenn im Hotel etwas passiert und sich eine Quarantäne aufdränge», sagt Borer. Pläne für die Evakuierung des Hotels sowie für eine Dekontamination wurden mit den beratenden Ärzten und der Gesundheitsbehörde ausgearbeitet.

Türfallen und Liftknöpfe werden immer öfter desinfiziert – während dem Sars-Alarm alle 15 Minuten. Handschuhe und Schutzmasken sind auch bei den Annahmestellen von Federvieh obligatorisch, ebenso wie eine fachspezifische Kontrolle, wofür das Personal von einem Veterinär angeleitet und trainiert wurde.

Verwendung von pasteurisierten Eiern

Rigoros sind die Desinfektionsmassnahmen auch in der Küche. «Ausschlaggebend ist, dass es genügend Desinfektionsstationen gibt, damit niemand sagen kann, er habe das Desinfektionsmittel nicht gefunden», betont Hoteldirektor Borer. In der Küche werden ausschliesslich pasteurisierte Eier verwendet, was gleichzeitig auch die Salmonellengefahr ausschliesst. Im Peninsula Palace Beijing und dem Peninsula Manila und Bangkok, wo der oberste Chef die Gefahr höher einstuft als in Hongkong und in den USA, ist Geflügel weitgehend von den Menüs gestrichen, auch in den Personal Küchen. Eine drastische Massnahme in Ländern, wo Geflügel extrem beliebt ist.

Und die Kosten? Die Hotelgruppe ist entsprechend versichert. «Die Gefahr von ansteckenden Krankheiten zu versichern, kostet uns fast so viel wie die Brandversicherung», sagt Peter Borer. Doch die Versicherung hat den «Sars-Schadenfall» im «Hongkong Peninsula» voll übernommen.

Kampagne «Mehr Winter»

ST setzt die Höhenlage als Trumpf ein

■ 18 Millionen Franken investiert Schweiz Tourismus (ST) mithilfe seiner Partner in die Winterkampagne, die in diesen Tagen anläuft. Die Höhenlage der Schneesportorte in der Schweiz soll besser vermarktet werden. Als Zielgruppe im Fokus bleiben die Familien.

Theres Lagler

29 Wintersportgebiete in der Schweiz liegen auf einer Höhe von über 2800 Metern über Meer. Das entspricht gemäss Schweiz Tourismus (ST) einem Europarekord und schafft gute Voraussetzungen für die Zukunft. Eine Studie von BAK Basel Economics, die im Auftrag des Staatssekretariats für Wirtschaft (Seco) durchgeführt wurde und deren Details im kommenden Dezember veröffentlicht werden, kommt nämlich zum Schluss, dass die Höhe des Skigebietes den stärksten Einfluss auf die Performance, die Auslastung und das Preisniveau einer Winterdestination hat.

«Das Schneegeschäft der Schweiz ist gut positioniert, sowohl topographisch als auch bezüglich der Angebotsvielfalt», folgert ST-Direktor Jürg Schmid. «Bei uns fahren die Gäste länger die Piste runter und vor ihrem Hotel erwartet sie mit grösserer Wahrscheinlichkeit Schnee.» Diese Trumpfkarte soll in der diesjährigen Kampagne «Mehr Winter»

gezielt ausgespielt werden. In vier Angebotswellen preist www.MySwitzerland.com besonders attraktive Winterpauschalen an. Die ersten 35 Angebote sind bereits aufgeschaltet, weitere folgen am 20. Dezember, 3. Februar und 24. März. Ab Ende November ergänzen über 400 Schneebeizli und Restaurants an Pisten, Loipen oder Wanderwegen sowie der täglich aktualisierte Schneebericht den Online-Auftritt.

Die Hauptmärkte der Kampagne sind – neben der Schweiz – Deutschland, England, Nordamerika, Frankreich, Italien, die Benelux-Staaten und Russland. Thematisiert wird der Schweizer Winter aber auch in den übrigen 26 Märkten, die ST bearbeitet. Die Broschüre «Mehr Winter» umfasst 108 Seiten und enthält nebst den Basisinformationen über das Winterangebot in den Bergen erstmals auch ein Kapitel über Schweizer Winter-Städte-reisen. Partner der ST-Kampagne sind Graubünden, Berner Oberland, Wallis, Région du Léman, Zentralschweiz, Ostschweiz, Freiburgerland, Ticino und Zürich. Gemeinsam stecken sie 18 Mio. Franken in die Winterpromotion.

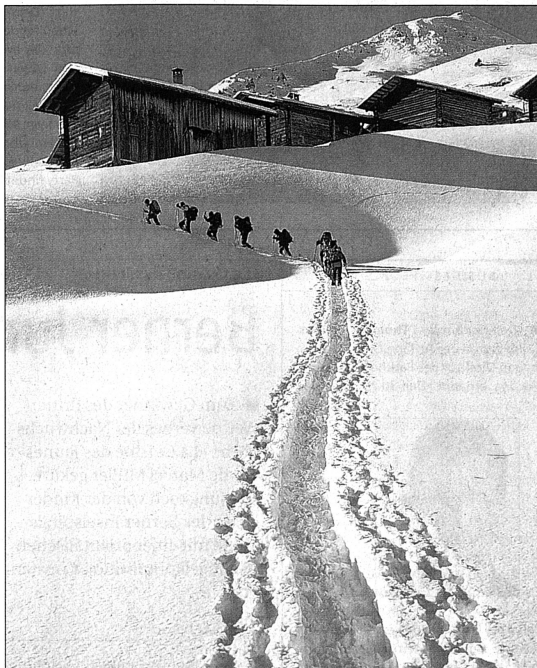
Vieles weist auf Wachstum bei den Logiernächten hin

«Das sanfte Wachstum geht weiter», ist ST-Direktor Jürg Schmid überzeugt. Er stützt sich dabei auf die Analysen der Experten von BAK Basel Economics, die für die Wintersaison 2005/06 ein

Wachstum an Hotelübernachtungen von 1,1% prognostizieren. Die ausländische Nachfrage dürfte dabei stärker ansteigen als die Binnennachfrage. Gemäss Schmid lässt sich das auch bei den Frühbucher-Indikatoren ablesen, die auf einen markanten Logiernächteanstieg bei den Gästen aus den USA, Russland, Grossbritannien und den Niederlanden hinweisen.

Buchungsplattform für Schneesportlager geplant

Speziell im Auge behalten will Schweiz Tourismus die Familien – und damit den Nachwuchs der Winterferiengäste. Ist das Pistenerlebnis bei Kindern und Jugendlichen noch ein Bedürfnis? Womit verbringen sie im Winter ihre Zeit? Das Marktforschungsinstitut Demoscope befragte im Auftrag von ST 600 Eltern in der Deutsch- und Westschweiz zum Freizeitverhalten ihrer Kinder. Und siehe da: Sport erwies sich bei den 7- bis 19-Jährigen als wichtigstes Hobby (71%), vor Bücher lesen (20%), Gamen am Computer (19%) und Fernsehen (17%). 90% der befragten Eltern gaben an, dass ihre Kinder Schneesport betreiben. 51% der 12- bis 15-Jährigen besuchten letzten Winter ein Schneesportlager. Lager gibt es gemäss Bundesamt für Sport aber immer weniger. Um diesen Trend zu brechen, will die IG Schnee, der auch ST angehört, ab 2007 eine Buchungsplattform für Lager-Organisatoren zur Verfügung stellen.



■ Zu Fuss durch tief verschneite Landschaft. Winterwandern wird gemäss Schweiz Tourismus in der kommenden Saison richtiggehend zum Trend. Foto: Swiss-Image

Anzeige

McCANN ERICKSON

**Ihr Geschäft können Sie auf vielen Wegen ins Rollen bringen.
Hier einer der wirtschaftlichsten.**

Opel. Frisches Denken
für bessere Autos.

Combo Van

Movano

Vivaro

Die Nutzfahrzeuge von Opel bieten für jede Transportaufgabe die passende, individuelle und vor allem wirtschaftlich attraktive Lösung. Mit exklusivem Opel Dienstleistungs- und Servicepaket «all-in» auf Vivaro und Movano. Auf Wunsch und je nach Motorisierung auch mit neuem MTA-Tecshift-Getriebe (automatisierte Schaltung). So lässt sich gut wirtschaften.
Infoline 0848 810 820.

3 Jahre oder 100.000 km
Gratis-Service* und
Gratis-Reparaturen
*Voll-Motormieter

Opel Leasing

Opel Mobilitätsgarantie

www.opel.ch

Luzern: Rollenwechsel an der Mitarbeiter-Party



■ **4 to 4.** In Luzern fand zum vierten Mal eine Party für sämtliche Mitarbeitenden aller Mitgliederbetriebe von Luzern Hotels statt. Diese Party ist ein Dankeschön für den unermüdlichen Einsatz der Mitarbeitenden – von den Direktoren, die für einmal hinter den Bars standen. Nicht zuletzt will sich Luzern damit als attraktiver Arbeitsstandort positionieren. Über 1800 Personen haben teilgenommen. Die «4to4»-Party findet im 18-Monate-Rhythmus statt. CK

Mütterfreundliche Hotels

■ **Marriott International.** Zum 15. Mal hat die amerikanische Zeitschrift Working Mother die Hotelkette Marriott International, zu der auch rund 50 Hotels in Deutschland, Österreich und der Schweiz gehören, unter die «100 besten Unternehmen für arbeitende Mütter» gewählt. Bewertet werden besondere Programme für arbeitende Mütter, die Bereitschaft der Manager, diese Programme umzusetzen, und die Möglichkeiten für Frauen, gut bezahlte Top-Positionen zu über-

nehmen. In diesem Jahr wurde besonderes Gewicht auf flexible Arbeitszeiten, Auszeiten für junge Eltern und Kinderbetreuung gelegt. Zu Marriotts innovativsten Programmen gehört eine eigene Telefonhotline, die fachkundige Ratschläge und Hilfestellungen für persönliche Probleme anbietet. Zudem können Marriott-Mitarbeiter über kostenfreie Nummern Sozialarbeiter – und damit professionelle Hilfe – in mehr als 100 Fremdsprachen rund um die Uhr erreichen. CK

ZITAT DER WOCHE

«Wer nicht Geld verlieren kann, kann auch kein Geld verdienen»

Peter Friedli, Präsident von Friedli Corporate Finance, an der «Plattform 05» der Zürcher Hoteliers zum Thema «Risiko – Chance oder Gefahr?», auf Seite 3

BUSINESS-PEOPLE

■ Der Südtiroler **Thomas Steiner** (Bild) wurde per Anfang Oktober zum neuen Direktor des Parkhotel Delta in Ascona ernannt. Der 30-Jährige, der



seit April 2005 als Stellvertreter der Direktion im Fünf-Sterne-Betrieb fungiert, übernimmt die Nachfolge von **Adrian Stalder**. Sein erstes Ziel ist es, neue Gäste für den Winteraufenthalt im Tessin zu begeistern. TL

■ **Tatjana Amstutz** (29) ist seit diesem Sommer Leiterin Human Resources im Widder Hotel Zürich. Nach der Hotelfachschule Belvoirpark in Zürich



sammelte die gebürtige Walliserin in den Bereichen Réception, Administration und F&B Erfahrung in diversen Schweizer Betrieben. TL

■ **Juck Egli**, Marketingleiter, verlässt das Schweizerische Freilichtmuseum Ballenberg auf Ende Jahr. Der Tourismusfachmann FH und Betriebsökonom HF will sich neu orientieren. Der Stiftungsrat hofft, bis zur Saison 2006 einen Nachfolger zu präsentieren. TL

■ **Tobias Burkhalter** (Bild) wurde mit dem Preis des Berner Handels- und Industrievereins ausgezeichnet. Der 36-jährige Gastronom ist seit März Päch-



ter des Kultur-Casinos Bern. Der Preis wurde zum 21. Mal an eine Person vergeben, die den Wirtschaftsstandort Bern besonders fördert. RD

■ Küchenchef **Patrik Scheidegger**, wird Geschäftsführer des Aarauer Restaurants «Einstein». Die Betreiber reorganisieren das Restaurant und trennen sich von der bisherigen Geschäftsführerin **Catherine Nauer**. Ab Dezember wird **Jeannette Zehnder** als Gastgeberin im «Einstein» tätig sein. RD

«La Cuisine des Jeunes»

Berner Jungkoch siegte

■ Zum Gewinner des dritten Wettbewerbes der Nachwuchsköche «La Cuisine des Jeunes» wurde **Marcel Müller** gekürt. Der Jungkoch von der Kinderklinik des Berner Inselspitals siegte mit einer orientalischen «Geflügelkomposition Constantinople».

Renate Dubach

Die professionellen Jungköche durften sich rund um das Thema «Orient Express» von Gewürzen, Farben und orientalischem Flair inspirieren lassen, bei der dritten Auflage des Kochwettbewerbes der Branchenorganisation «Proviande». Zudem mussten sie die Lehrabschlussprüfung zwischen 2002 und 2005 bestanden haben. Und schliesslich sollten sie Rezepte für ein ausgefallenes Menü mit einem Schweizer Pouletbrustchen austüfeln.

Von den ursprünglich 160 jungen Köchinnen und Köchen, die sich für eine Teilnahme am Wettbewerb interessierten, schafften es nur noch vier in den Final, der am 26. Oktober in Bern stattfand. **Martina Magliano** und **Pascal Schmutz** vom Restaurant «Apropos» in Roggwil, **Thomas Bissegger** von der «Moospinte» in Münchenbuchsee und **Marcel Müller** von der Kinderklinik des Inselspitals Bern hatten zweieinhalb Stunden Zeit, um ihre recht umfang-



■ **Talentierte Nachwuchsköche.** Die «Cuisine-des-Jeunes»-Finalisten: **Marcel Müller**, **Pascal Schmutz**, **Martina Magliano** und **Thomas Bissegger** (von links). Foto: zvg

reichen Menüs unter den Augen von Jury und Gästen zu kochen und anzurichten.

Die vierköpfige Jury mit dem ehemaligen Gastronomie-Fachlehrer **Erhard Gall**, der Silbergewinnerin des «Swiss Culinary Cup 2005» **Christa Ringger** und den beiden Küchenchefs **Dominic Bucher** und **Pierre-André Ayer** fand am meisten Gefallen an der «Geflügelkomposition Constantinople» des 22-jährigen **Marcel Müller**. Diese

bestand aus einem Geflügelbrustchen mit getrockneten Aprikosen, Kreuzkümmeljus, gefüllten Burek-Teigblättern, Bulgur, Sultaninen und Sumak sowie einer serbischen Gemüse-Variation.

Marcel Müller erhielt die Trophäe und die 1500 Franken Preisgeld gleich anschliessend an das Finalkochen in der Berner Shisha-Bar, wo sich alle Finalisten mit der Jury und den Gästen zum Apéro trafen.

Barkeeper-Weltmeisterschaften

Bronze für Schweizer Barkeeper

■ **Hasan Sivrikaya**, Chef de bar im Hotel «Park Inn» in Rümlang, holte sich an den Barkeeper-Weltmeisterschaften in Helsinki die Bronzemedaille.

Jedes Jahr treffen sich die besten Barkeeper zu den Weltmeisterschaften der International Bartenders Association (IBA). Dieses Jahr war Helsinki der Austragungsort. Die besten Barkeeper aus 50 Nationen traten in den zwei Kategorien «Classic Fancydrink» und «Flairtending» – besser bekannt als Showmixen – gegeneinander an.

Barkeeper aus der Schweiz waren in den letzten Jahren schon mehrfach international erfolgreich, auch in diesem Jahr schaffte es wieder ein Schweizer aufs Podest: **Hasan Sivrikaya**, der als Chef de bar im Hotel «Park Inn» in Rümlang arbeitet. Er holte sich hinter dem amtierenden Weltmeister **Danile Oribe** aus Uruguay und dem amerikanischen Vize-Weltmeister **Michel Delpech** den 3. Platz. Seine Show und sein Drink «Rhythm of Passion» überzeugte die Jury in Helsinki.

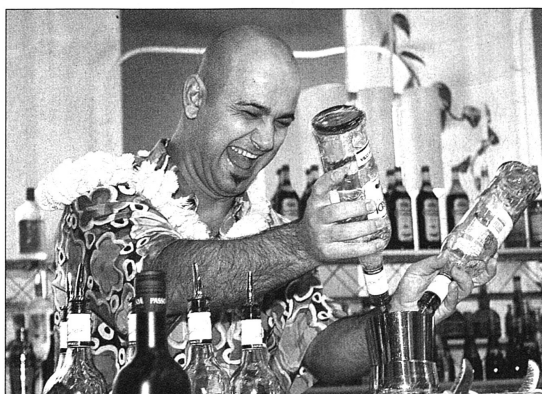
Sivrikaya wird die Trophäe zu den bereits gewonnenen stellen: Er war

bereits 2002 Vize-Weltmeister, 2003 Bronzemedailen-Gewinner und vierfacher Schweizer Meister.

Man kann dem frischgebackenen Medaillengewinner bei seiner Show zusehen: **Hasan Sivrikaya** nimmt an

den Schweizer Meisterschaften im Flairtending teil. Sie finden am 20. November während der Igeho in Basel statt. RD

Infos dazu: www.barkeeper-union.ch



■ **Im Rhythmus der Leidenschaft.** **Hasan Sivrikaya** mixt an den Weltmeisterschaften in Helsinki seinen Drink «Rhythm of Passion». Foto: zvg

GLOSSE

Die Paarung

Hanspeter Gsell*

■ Ich habe bis heute keine Ahnung, weshalb dieser Hotelprospekt genau in meiner bescheidenen Schreibstube gelandet ist. Eigentlich wollte ich ihn direkt vernichten, zögerte jedoch etwas zu lange, und erblickte plötzlich folgende Weisheit: «Bei uns paart sich Tradition und Innovation.»



Obwohl ich mich erheblich darum bemühte, sowohl den Satz als auch die Paarung zu verstehen, musste ich vorzeitig aufgeben. Auch wenn sich die Tradition mit der Innovation paaren würde – wenn sie denn überhaupt könnte – das Ergebnis wäre wohl in jeder Hinsicht eine Katastrophe. Auch fand ich im Text keinen Hinweis darüber, welche Art von Tradition denn in Frage kommt. Meint man die doch eher üble Tradition der Christenverfolgung im alten Rom oder das Ausrauben von Gästen im Wilden Westen? Bei den Phöniziern soll es sogar Tradition gewesen sein, unbotmässige Werbetexter im Euphrat zu ertränken. Oder sollen eher gute, alte Traditionen wie «Zimmer mit fliessendem Wasser» oder «durchgehende Küchen» zur Paarung aufgeführt werden?

Aber auch Innovationen – so ganz allein gelassen – bergen erhebliche Gefahren in sich. So waren ja auch Atombomben, Energy-Drinks und Beaujolais-Nouveau einst Innovationen. Wenn sich nun also unbekannte Traditionen mit nicht näher definierten Innovationen paaren, dann behüte uns der Hühnervogel vor den Spätfolgen!

Im gleichen Prospekt lässt der Texter «Weltoffenheit auf Qualitätsbewusstsein treffen» und verbindet als Höhepunkt «Toleranz und Gästebetreuung zu den tragenden Merkmalen des Betriebes». Nehmen wir mal an, man habe die tragenden Merkmale mit den bekannten Säulen verwechselt. Mit diesem neckischen Schachzug kann immerhin verhindert werden, dass der qualitätsbewusste Betrieb in sich zusammenfällt. Und wir vermeiden damit, dass die Toleranz der weltoffenen Gäste allzu arg von den umherfliegenden Worthülsen strapaziert wird. Den Texter aber schicken wir in die Wüste. Mit nichts mehr als einem Duden, etwas Tradition und einer Portion Innovation. Irgend etwas wird er damit schon zusammenpaaren können.

* Hanspeter Gsell lebt in Basel. Über 25 Jahre Erfahrung in Gastronomie und Weinhandel sowie seine Reiseleidenschaft haben bei ihm einen grossen Ideenfundus entstehen lassen.



HOTELLERIE 10

«Breite-Hotel» | Im neuen Basler 3-Sterne-Hotel mit 36 Zimmern und 54 Betten arbeiten körperlich und geistig Behinderte.



GASTRONOMIE 11

Neue Kaffeebar | Endlich gibt es mit «Il Baretto» auch im Zürcher Hauptbahnhof eine typische italienische Kaffeebar.



TOURISMUS 13

Seilbahnen | Die erheblichen Probleme ihrer Branche diskutierten Verbände aus drei Ländern am Bodensee.



Tourismus für Quereinsteiger

Simulation der touristischen Welt

■ Kurzvorträge, Konfliktsituationen, Streitgespräche: Mit einer Simulation der touristischen Welt wurde am Samstag der erste «Nachdiplomkurs für Quereinsteiger/-innen» abgeschlossen. Am Lehrgang – eine neuartige Ausbildung im Tourismus – nahmen 10 Personen teil.

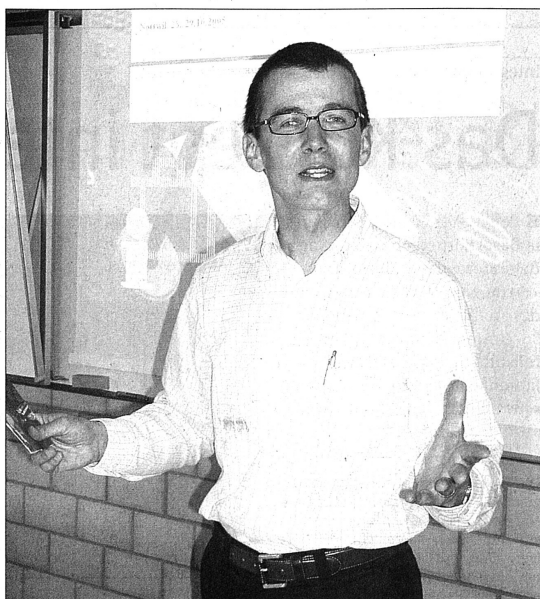
Marietta Dedual

«Ziel des Nachdiplomkurses ist es, gut ausgebildete Leute für den Tourismus zu gewinnen.» So Martin Barth, Leiter Weiterbildung am ITW Institut für Tourismuswirtschaft Luzern. Hanspeter Danuser, Kurzdirektor von St. Moritz, findet, dass die Branche «dringend eine Blutauffrischung braucht» und hat sich für den Lehrgang als Coach zur Verfügung gestellt. Danuser: «Quereinsteiger sorgen für Impulse und Know-how.» Der Kurs bietet einen neuen Approach in der touristischen Weiterbildung. «Eine grosse Chance für das Destinationskader», meint der Touristiker.

Der Kurs, der auf fünf Module angelegt ist (siehe Kasten), schloss mit einer «Simulation der touristischen Welt» ab. Die Übungsunterlagen dazu, Situationen aus dem touristischen Alltag, sind in Zusammenarbeit mit der Militärakademie (Milak) erarbeitet worden, die grosse Erfahrung mit der Assessment-Technik hat. Hubert Annen, Dozent für Militärpsychologie und -pädagogik: «Die «soft skills» werden immer wichtiger und entscheidender.»

Während die Milak aber überwiegend Selektions-Assessments macht, wurde für diesen Kurs ein «Entwicklungs-Assessment» erarbeitet. Mit der «Simulation der touristischen Welt» erhalten die Teilnehmer ein Stärken-Schwächen-Profil ihrer sozialen Kompetenz. Martin Barth: «Diese Selbsterkenntnisse werden ihnen in ihrer weiteren Tätigkeit helfen, die richtigen Aufgaben zu übernehmen und sich gezielt weiter zu entwickeln.»

Beobachtet und beurteilt wurden «soft skills» wie Innovationsfähigkeit, Beeinflussungsverhalten, Konflikt- und Krisenfähigkeit, Teamverhalten, Strukturierungsvermögen, Fachwissen usw. Durch die Vielzahl der Beobachter – den zehn Teilnehmern standen 18 Moderatoren und Beobachter gegenüber – wird die Leistung der einzelnen Kursteilnehmer von mehreren Personen beurteilt. So ist gewährleistet, dass möglichst objektiv beurteilt wird. In einer Übung werden in verschiedenen Dimensionen mehrere Beobachtungselemente beurteilt. Zum Schluss der Simulation erhalten die Teilnehmenden ein persönliches Feedback.



■ Kursleiter Martin Barth: «Zuerst wurden die im Tourismus wichtigsten Dimensionen («soft skills») festgehalten, danach wurden die entsprechenden Übungen erarbeitet.»

Fotos: Marietta Dedual

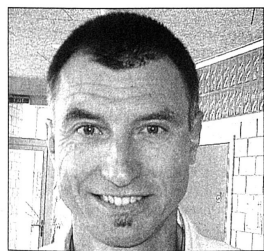
Auch als «stand-alone»

■ Der Nachdiplomkurs Tourismus für Quereinsteiger ist modular aufgebaut und umfasst Themenblöcke wie: Tourismusrelevante Umwelt; Welt der touristischen Anbieter; Vermarktung der touristischen Welt; Simulation der touristischen Welt. Die Studiendauer beträgt 14 Tage in Präsenzunterricht und 50 Lektionen in Selbststudium. Für den erfolgreichen Abschluss des Kurses wird das Zertifikat Nachdiplomkurs «Tourismus für Quereinsteiger/-innen» abgegeben.

Das Institut für Tourismuswirtschaft der HSW Luzern will das Modul «Simulation der touristischen Welt» künftig auch als «stand-alone» anbieten. Denkbar wäre auch, dass die Simulation für eine ganze Destination durchgeführt würde. Die möglichen Teilnehmer: Vom Tourismusdirektor bis zum VR-Präsident der Bergbahnen. Der nächste «Nachdiplomkurs Tourismus für Quereinsteiger/-innen» beginnt im Herbst 2006. An ihrer Aus- und Weiterbildungsmesse «Tourismus und Mobilität» informiert die HSW Luzern am 12. November (10 bis 15 Uhr) über die touristischen Aus- und Weiterbildungsangebote. MD

Weitere Infos: www.itw.ch

Was bringt Ihnen diese Ausbildung und was fasziniert Sie am Tourismus?



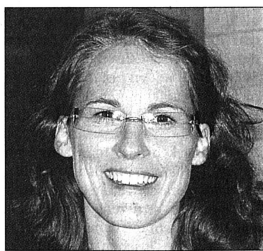
Für Roger Friedli, Geschäftsführer Niesenbahn AG und mit 48 Jahren der älteste Teilnehmer, war der Kurs eine Grundlagentiefenvermittlung, um Einfluss auf das Destinationsmanagement zu nehmen und um gute Kontakte im Destinationsmarketing zu knüpfen. Er ist von «seinem» Produkt begeistert und bezeichnet den Niesen als den schönsten Aussichtsort im Berner Oberland. Friedli schätzt den direkten Kundenkontakt mit direktem Feedback und den intensiven Kontakt mit Menschen aus dem näheren Umfeld (Region).



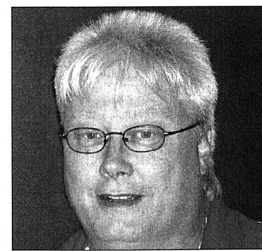
Reto Niethammer (31), Assistent Fachhochschule beider Basel, will sich touristisches Fachwissen in kompakter Form aneignen. «Der Lehrgang ist auch eine ideale Möglichkeit, um Kontakte für den Einstieg in den Tourismus zu knüpfen. Was gibt es Schöneres, als einem Gast unvergessliche Momente verkaufen zu können?» Ihn fasziniert die Dynamik, welcher die Branche unterliegt, die abwechslungsreichen Tätigkeitsgebiete, der Kontakt mit Menschen und die Auseinandersetzung mit diversen Anspruchsgruppen.



Irene Burch (34), Projektleiterin Aus-/Weiterbildung Strassenverkehr beim Bundesamt für Strassen, hat den Kurs gemacht, um ihre Chancen auf dem Arbeitsmarkt zu vergrössern und weil sie sich gut vorstellen kann, im Tourismusgebiet Projektaufgaben zu übernehmen. Im Tourismus könne man Möglichkeiten schaffen, damit sich andere erholen, etwas erleben und so eine gute Zeit verbringen können. «Ausserdem finde ich die Schweiz ein schönes Land und will es deshalb auch anderen Menschen näher bringen.»



Carmen Heinrich (36), Leiterin Corporate Marketing & PR, Grand Hotels Bad Ragaz, wünscht sich den Adlerblick über die tourismusrelevanten Themen, die man im Alltag nur operativ berührt. Der Kurs bringe ihr ein grösseres Verständnis über Zusammenhänge und Hintergründe, Networking und fördere das «Denken über den Teller- rand hinaus». Sie ist von der immateriellen Dienstleistung fasziniert, die es kreativ und professionell auszugestalten gilt, mag die Internationalität und den Umgang mit Menschen, Kulturen und Sprachen.



Markus Hostettler (45), Direktor Bergbahnen Adelboden AG, vertieft sein Wissen über die Branche. Ausserdem sei es für ihn eine gute Gelegenheit, neue Ansätze und Ideen zu finden und es ergäben sich auch Gelegenheiten, um Netzwerke zu knüpfen.

Adresse: Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern | Redaktion: Telefon: 031 370 42 16, Fax: 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch | Verlag: Telefon: 031 370 42 22, Fax: 031 370 42 23, E-Mail: verlag@htr.ch

«MEHR LEISTUNG STATT MEHRKOSTEN: DAS IST DIE HOTELA.»

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



hoteljob

Die Stellenvermittlung für Hotellerie und Gastronomie



Suchen Sie ... MitarbeiterInnen? eine neue Stelle?

Telefon 031/370 43 33
Fax 031/370 43 34
hoteljob.be@swiss-hotels.ch
www.hoteljob.ch



La qualità è servita

ipppergros

www.ipppergros.ch



Tisch Bett Küche Bad

Von Experten – für Experten



ZETAG
gastrotexilien

ZETAG AG
Textilwerk Somtal, Postfach 28, 9213 Hauptwil
Tel 071 424 62 50, Fax -51, www.zetagtexilien.ch

Hotel nutzt «iPod» von Apple

■ **Best Western.** Im Best Western Hotel Ypsilon in Essen können Gäste kostenfrei den neuen Apple iPod Video mit 60 Gigabyte Speicherplatz nutzen. Zudem bietet das 4-Sterne-Haus als erstes Hotel in Deutschland eine eigene «Podcastshow». Podcasts sind kommerziell oder privat produzierte «Radioshows» für den iPod. Hersteller Apple hat allein im vergangenen Quartal 6 Mio. iPods verkauft. Als erstes deutsches Hotel bietet das 101-Zimmer-Haus in der Essener City seinen Gästen mit

den iPod-Geräten Unterhaltung im Hotelzimmer, beim Jogging oder im Fitnessraum und den Solarien. Die Gäste haben die Wahl zwischen 300 Musiktiteln oder den «Podcastshows». Das Hotel Ypsilon hat – auch im Internet – den ersten deutschen «Hotelpodcast» eröffnet. «Primäre Idee ist es, Entwicklungen der Hotelbranche und nette Geschichten aus dem Berufsleben der «Gastgeber» zu erzählen», so Ralf J. Hoffmann, Geschäftsführer des Best Western Hotel Ypsilon. **KJV**

Gewinnzone

■ **Choice Hotels.** Nach fünf Verlustjahren schreibt das Franchiseunternehmen im Geschäftsjahr 2004 schwarze Zahlen: Der operative Gewinn wurde auf 5,52 Mio. Euro verdreifacht. Der Gewinn vor Steuern und aussergewöhnlichen Abschreibungen beträgt rund 0,9 Mio. Euro. Der Umsatz steigerte sich um 5,2% auf 115,3 Mio. Euro. Im Sommer 2004 hatte das Unternehmen eine Kapitalerhöhung von 7,3 Mio. Euro vorgenommen, um in verschiedene Hotels zu investieren. **CK**

Wachstum

■ **Small Luxury Hotels of the World.** Die Hotelvereinigung erzielte in den ersten drei Quartalen von 2005 eine Umsatzsteigerung von 12%. Sowohl bei der Reservierung als auch bei der Belegung verzeichnete sie ein Plus von rund 10%. Die Vereinigung führt ihren Erfolg zurück auf die höhere Bereitschaft der Gäste, höhere Zimmer- und Suitenkategorien zu buchen. Small Luxury Hotels of the World umfasst erstmals weltweit über 350 Luxus-hotels in über 60 Ländern. **CK**

Neue Besitzer von Raffles

■ **Eigentümerwechsel.** Raffles International Ltd. hat seinen Eigentümerwechsel von der Raffles Holdings Ltd. zur Colony Capital, LLC, bekannt gegeben. Er folgt dem erfolgreichen Verkaufsabschluss des Hotelgeschäfts der Raffles Holdings an Colony Capital, LLC, mit einem Unternehmenswert von 1,72 Milliarden Singapur-Dollar. Colony Capital, LLC, die nun 100 Prozent direkte Kapitalbeteiligung an Raffles International Ltd. hält, ist eine private internationale Investment-

gesellschaft, kontrolliert durch den global operierenden Investor Thomas J. Barrack Jr. Seit 1991 konnte Colony Capital über diverse Unternehmens-, Portfolio- und Immobilientransaktionen über 15 Milliarden Singapur-Dollar in mehr als 8000 Beteiligungen investieren. Grant L. Kelley, der CEO von Colony Capital Asia Ltd., baut auch in Zukunft auf «Raffles-Stärken» wie die vorhandenen Ressourcen, Netzwerke, Produkte und talentierten Mitarbeiter. **HRF**

KURZ UND BÜNDIG

Hamburg: Hotel mit Philharmonie

■ Hamburg erhält mit der Elbphilharmonie der Basler Architekten Herzog & de Meuron ein spektakuläres Konzerthaus. Der futuristische Glasbau wird 186 Mio. Euro kosten. 74 Mio. Euro soll ein Investor aufbringen, der in dem Gebäude ein Hotel und Appartements unterbringen will. Eine Grossspende zum Bau beläuft sich auf 30 Mio. Euro. **KJV**

Projekt in Baden: Blue City Hotel

■ Unmittelbar bei Bahnhof, Grossfirmen, Trafo-Center und Casino soll in Baden ein neues Hotel entstehen: das «Blue City Hotel». Seit längerem plante die Brauerei Müller, ihre Liegenschaft «Alter Löwen» zu verkaufen. Der Kontakt zu Party Pur Production brachte in der Folge deren Teilhaber Werner Eglin und Stefan Wetzel auf den Plan. Das «Blue City Hotel» – in Anlehnung an die «Blaue Stadt» des gesamten Bäderquartiers – wird aus dem Altbau des «Alten Löwen» und einem gegen den Bahnhof ausgerichteten Neubau bestehen. Laut «Aargauer Zeitung» hofft man, im Sommer 2007 die Eröffnung zu feiern. **KJV**

Weiteres Luxus-hotel für Berlin

■ Berlin bekommt ein weiteres Luxushotel: Nahe dem Kurfürstendamm eröffnet am 1. November das «Hotel Concorde Berlin». Zum Jahresende hat die deutsche Hauptstadt damit 21 Hotels auf 5-Sterne-Niveau. Die französische Grandhotel-Kette Concorde setzt im auffälligen Bau des Architekten Jan Kleihues in der City West auf Art-Déco-Stil und moderne Kunst. Das 5-Sterne-Haus an der Augsburger Strasse hat 267 Zimmer und 44 Suiten. Die Eröffnungspreise liegen zwischen 109 und 139 Euro (169 und 262 Franken). Bauherr des laut «Mitteldeutscher Zeitung» 70 Mio. Euro teuren Gebäudes ist der Duisburger Immobilieninvestor und Kunstsammler Hans Grothe. **KJV**

25% Gesundheits-Tourismus

■ Im Kurbezirk des niederösterreichischen Baden wurde das 4-Sterne-Hotel «Badenerhof» eröffnet. Es ist eine Investition der Gruppe Harbach. Mit ihr engagiert sich ein Profi des österreichischen Gesundheits-Tourismus. Die Gruppe lancierte bereits in der Waldviertler Region im Rahmen der «Xundheitswelt» (www.xundheitswelt.at) erfolgreiche Betriebe. Ein Viertel aller Logiernächte in Niederösterreich wird im Gesundheits-Tourismus erzielt. Das Bundesland ist damit österreichweit im Spitzenfeld platziert, laut den «Niederösterreichischen Nachrichten». **KJV**

Integration

Das Konzept integriert Behinderte

■ Seit letzter Woche managen in Basel körperlich und geistig Behinderte das 3-Sterne-Haus «Breite-Hotel». Gleichzeitig ist das architektonisch gelungene 36-Zimmer-Hotel komplett rollstuhlgängig. Bis in zwei Jahren will Direktor Ueli Genner schwarze Zahlen schreiben.

Pieter Poldervaart

«Breite», so heisst das an Birsfelden grenzende Basler Quartier. Das neue «Breite-Hotel» trägt seinen Namen auch aus einem zweiten Grund: Sämtliche Türen und Durchgänge sind nicht nur ohne Schwellen, sondern auch etwas breiter als üblich – und machen damit das Drei-Sterne-Hotel von der Tiefgarage bis ins zweite Zimmergeschoss durchwegs rollstuhlgängig.

Teils permanent, teils «ad hoc» behindertentauglich

Ein Hotel für Behinderte will man aber nicht sein, und ein Rundgang durch den im neu erstellten Breite-Zentrum domizilierten 36 Zimmer-Betrieb mit 54 Betten lässt den Eindruck auch gar nicht erst aufkommen. Auffällig ist, dass im Lift die Tasten unüblich tief angebracht sind – was aber nicht weiter stört. Umgekehrt ist man sehr wohl auch auf grössere Gruppen von Behinderten eingerichtet. So stehen zwei Spitalbetten zur Verfügung, die Lavabos sind konsequent mit dem Rollstuhl unterfahrbare, die Duschen kommen ohne Schwellen aus. Wird ein Zimmer von einer behinderten Person gebucht, können Haltegriffe auf der entsprechenden Höhe mit Saugnäpfen angebracht werden – in der übrigen Zeit ist die Behindertentauglichkeit kaum ersichtlich.

Bei den dem Standard angepassten Preisen setzt man auf Transparenz, die Tarife sind in allen Zimmern angeschlagen und geben auch Aufschluss



■ **Spezielles Konzept für Réception und Entrée.** Das Basler Architekturbüro Larghi & Stula gestaltete das «Breite-Hotel». Um den Kontakt zu Nicht-Behinderten auszubauen, bietet man die Buchung des Entrées für Bankette und Anlässe an. Foto: zvg

über die Aufschläge während den Messen – in Basel immer wieder ein Politikum. Als Direktor wurde Ueli Genner gewonnen, vorher unter anderem langjähriger Ausbildungsleiter bei Mövenpick und Geschäftsführer der Luzerner Remimag Gastronomie AG.

Die Lage an der lärmigen Zürcherstrasse wird kaum zum Handicap, weil die Zimmer an dieser Front perfekt schallisoliert sind. Auf eine kontrollierte Lüftung verzichtete man zwar, aber speziell gedämpfte Fenster erlauben es, Frischluft einzulassen, ohne den vollen Strassenlärm abzukommen. Unterstützt wird dies von einer zentral gesteuerten Lüftung, die besonders die Feuchtigkeit der Nasszellen abführt.

Die Zimmer sind 19 bis 25 Quadratmeter gross. Cyrille de Bruin, Geschäftsleiterin Restauration, betont: «Toll ist die hohe Motivation der Mitarbeitenden. Abends muss man einzelne von ihnen regelrecht heimschicken.»

Mögliches Coaching für interessierte Hoteliers

Um den angestrebten Kontakt zu Nichtbehinderten auszubauen, bietet man Externen die Möglichkeit an, das Entrée für Bankette oder andere Anlässe zu buchen. Und sonntags lädt das «Breite-Hotel» jeweils mit einem grossen Brunch-Buffer die Quartierbevölkerung und Angehörige der Belegschaft

dazu ein, das Hotel, das laut Werbung «ganz schön anders» ist, kennen zu lernen.

Besitzer des nach dem St. Galler Hotel Dom zweiten Schweizer Hotels mit Behinderten ist der gemeinnützige Verein «Zämme – das andere Hotel». Dieser strebt keinen Gewinn an, sondern möglichst viele Arbeitsplätze für Behinderte. Aus diesem Grund leistet sich das Hotel eine eigene Wäscherei, die auch Fremdaufträge erledigt. Mittelfristig könnte sich Genner vorstellen, bewährte Mitarbeiter an interessierte Kollegen «weiterzureichen» und sie entsprechend zu coachen.

www.dasbreitehotel.ch

Halb so schnell aber doppelt so motiviert, deutschsprachig, mit zweijähriger Anlehnung

■ Die Beschäftigten im «Breite-Hotel» arbeiten sozialversicherungstechnisch in einer geschützten Werkstätte. Ihr Alltag könnte zu einer Fließbandmentalität unterschiedlicher nicht sein. «Üblicherweise arbeiten in einem Hotel in Küche und Housekeeping 80 Prozent Ausländerinnen und Ausländer – bei uns sind weniger als 10 Prozent», sagt Françoise Baumer, Leiterin des Bereichs Hauswirtschaft. Damit hat sie auch schon einen wichtigen Vorteil der Beschäftigung von körperlich und geistig Behinderten beschrieben: Alle können deutsch und verstehen somit, was Sache ist. Zudem haben alle Mitarbeiter eine zweijährige Anlehnung in ihrem Bereich absolviert und sind damit vergleichsweise hoch qualifiziert. Ein dritter Aspekt ist die Motivation: Weil derart anspruchsvolle Arbeits-

plätze Mangelware sind, ist die Einsatzbereitschaft enorm. Das bestätigt auch die 28-jährige Sonja Häslar, die seit einem Sportunfall an den Rollstuhl gefesselt ist und seit drei Jahren erstmals wieder eine «echte» Arbeitsstelle hat. Ihr aktueller 30-Prozent-Job an der – selbstverständlich rollstuhlgängigen – Réception sei spannend und herausfordernd, anders als viele der üblichen geschützten Werkstätten. Ein weiteres Plus sei die Tatsache, dass sie sich nicht im Ghetto mit nur anderen Behinderten befinde, sondern täglich Umgang mit so genannten Normalen habe. Diese Vermischung tue besonders gut. Nicht berücksichtigte konnte der Betrieb übrigen Bewerbungen von psychisch Behinderten, das hätte den Betreuungsaufwand zu stark erhöht.

Für das «Breite-Hotel» sei die Kalkulation insofern ungewöhnlich, als pro Arbeitsgang etwa doppelt so viel Arbeitskraft geplant werden muss wie in einem konventionellen Betrieb, erklärt Direktor Ueli Genner. Zwar könne das Hotel als anerkannte geschützte Werkstätte gemäss den ausgewiesenen Arbeitsstunden die Subventionen des Bundesamts für Sozialversicherungen anfordern. Doch ob man mit dem aktuellen Bestand von 26 (Ziel: 30) Behinderten, dem sechsköpfigen Leistungsteam und zwei Zivildienstleistenden über die Runden komme, müsse sich erst zeigen. Das «Breite-Hotel» ist nach dem Restaurant «blindekuh» die zweite Basler Gastronomieeinrichtung mit Behinderten und will bis in zwei Jahren schwarze Zahlen schreiben. **PLD**

Umweltbewusst

■ Bau und Betrieb sind umweltbewusst. Es sind Energiesparlampen im Einsatz, Bewegungsmelder regulieren die Gangbeleuchtung. Wassersparende Armaturen sind installiert, das Ausknippen der Zimmerbeleuchtung nimmt alle Geräte vom Strom. Ein ganz bauökologisch eingerichtetes Hotel habe der Kosten halber nicht anstreben können, so Direktor Genner. Wegen möglicher Belegung durch Gruppen von Behinderten ergab sich Mehraufwand aus strengen Brandschutzvorschriften, inklusive Brandschutzwände, die bei Bedarf einzelne Gebäudesektoren isolieren. Von den 7,7 Mio. Franken Baukosten wurde gut die Hälfte durch Spenden aufgebracht, für eine Viertelmillion Franken werden noch Sponsoren gesucht. **PLD**

«Kronenhalle»-Streit

■ Gerangel um das Erbe von Gustav Zumsteg. Der im Juni 2005 verstorbene Zürcher «Kronenhalle»-Besitzer bildete zusammen mit Vreni Gerhartz und Robert Meier den Verwaltungsrat. Mit seiner Gustav-und-Hulda-Zumsteg-Stiftung förderte er Künstler und Kunst in Zürich. Diese Stiftung erbte das Restaurant «Kronenhalle», inklusive aller Gemälde. Mitte September setzte sich Stiftungs-Präsident Peter Beglinger selber als Verwaltungsratspräsident, den Gastro-Unterneh-

mer Christian Kramer und Stiftingsratsmitglied Andreas Reinhart als Verwaltungsräte ein. Andreas Wyss nahm per sofort die Stelle des «Patron» der «Kronenhalle» wahr. Nach – wirkungslosen – brieflichen Aufforderungen an Andreas Wyss, seine Tätigkeit einzustellen, greifen Vreni Gerhartz und Robert Meier jetzt zu härteren Mitteln: Die beiden offiziellen Verwaltungsräte haben laut «SonntagsZeitung» gegen Wyss Strafantrag auf Hausfriedensbruch eingereicht. RD

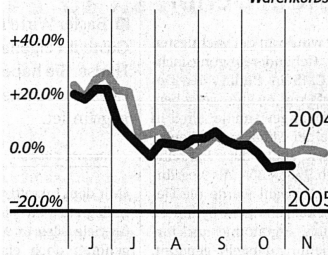
Rekord-Weine

■ «Penfolds»-Weine versteigert. Das Auktionshaus «Christie's» versteigerte in New York je eine 6er-Kiste «Block 42 Cabernet Sauvignon» und «Bin 60A Coonawarra Cabernet Sauvignon Kalmina Shiraz». Dafür wurden 3000, beziehungsweise 4000 Euro bezahlt. Es handelt sich um die ersten «En-Primeur-Weine» des australischen Weingutes. Die Rebstocke für «Block 42» sind über 50-jährig und zählen zu den ältesten Cabernet-Sauvignon-Weinlagen der Welt. RD

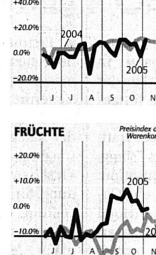
PRODINDEX 31. 10. BIS 5. 11. 2005

Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega

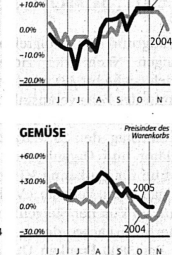
SCHWEINEFLEISCH Preisindex des Warenkorbs



RINDFLEISCH Preisindex des Warenkorbs



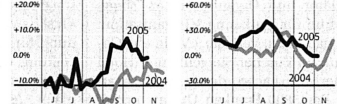
KALBFLEISCH Preisindex des Warenkorbs



FRÜCHTE Preisindex des Warenkorbs



GEMÜSE Preisindex des Warenkorbs



«Il Baretto»

Endlich Italianità im Zürcher Bahnhof

■ «Il Baretto» heisst das jüngste Kind der Candrian Catering AG. Es ist eine kleine, feine, ganz italienische Caffè-Bar im Hauptbahnhof von Zürich.

Renate Dubach

Ein bisschen stutzt man schon: Das am vergangenen Montag eröffnete Lokal sei die allererste italienische Kaffeebar im Zürcher Hauptbahnhof, freut sich Candrian-Direktionsassistentin Brigitte Graus. 158 Jahre lang ist einer der wichtigsten Bahnknotenpunkte der Schweiz ohne «richtige» Espresso-Bar ausgekommen? Es scheint so.

«Il Baretto» – zu Deutsch: «Die kleine Bar» – ist in einem schnörkellosen Glaskubus zwischen einem Kiosk und einer Snackbar in Richtung Landesmuseum in der Querhalle des Hauptbahnhofs untergebracht. Vom Innern aus blickt man direkt auf die Geleise 15 und 16, kann aber noch vom Tageslicht profitieren, das schräg unter dem Dachende durchscheinen kann.

Von den Cornetti bis zum Bier «Moretti»: alles italienisch

Die Idee, diesen Platz mit einem kleinen Restaurant zu nutzen, kam von den SBB. Dass dem Zürcher Hauptbahnhof etwas italienisches Flair nur gut tun

könnte, dachten sich die Leute von Candrian. Sie konnten mit ihrem Vorschlag die SBB überzeugen und erhielten den Zuschlag für den Betrieb des Lokals.

Das «Baretto»-Angebot ist klassisch italienisch: Zu den verschiedenen Kaffees kommen die italienischen Süssgetränke wie Chinotto, Aranciata und San Bitter. Auch die typischen «Cornetti» sind hier zu geniessen: in den Varianten natur, Vanille und Schokolade. Ergänzt wird das süsse Angebot mit Amaretti, Torrone, Panettone, Amaretti und Cantucci. Wers nicht ganz so süss mag, sucht sich etwas unter den Antipasti, Tramezzini, Panini oder den Salaten aus.

Ein schlichter Bau mit einer komplizierten Baugeschichte

Dazu werden italienische Schaum-, Weiss- und Rotweine, Bier der Marke «Moretti», Aperitivi und Liköre ausgeschenkt. Alle Getränke und Esswaren kann man auch mitnehmen, aber bei der Candrian Catering AG glaubt man nicht daran, dass dieses Angebot von vielen angenommen wird: «Wir rechnen damit, dass gut 90 Prozent im Lokal konsumiert wird,» erklärt Brigitte Graus. Sämtliche Esswaren werden von Candrian in der unterirdischen Produktionsstätte im Bahnhof selber hergestellt.



■ Kaffee im Glashaus. Freunde des italienischen Kaffees haben im «Il Baretto» im Zürcher Hauptbahnhof einen neuen Treffpunkt. Foto: Renate Dubach

Eingerichtet ist «Il Baretto» mit modernen Holzstühlen, normalen und Hochstühlen und einer Theke. Es bietet 26 Sitzplätze und etwa 10 Stehplätze; dazu kommen noch 12 Sitzplätze draussen, links und rechts von der Eingangstüre. Die Wand hinter der Theke und die Stützpfiler sind mit kleinförmigen Mosaikplättli in Beige- und

Brauntönen geschmückt. Der Innenausbau des Zürcher Architekturbüros Düring wirkt gleichzeitig hell, edel und gemütlich. Deshalb erinnert «Il Baretto» überhaupt nicht an übliche «Bahnhofsgastronomie». Das Restaurant ist innen rauchfrei.

Die Candrian Catering AG baute vier Monate an ihrem jüngsten Kind und

steckte 60 000 Franken in den Umbau. Was der Rohbau die SBB kostete, wird wie üblich bei SBB-Bauten nicht bekannt gegeben. Weil der Zürcher Hauptbahnhof vollständig unter Denkmalschutz steht, verlief die Planungsphase des «Baretto» nicht so geradlinig, wie der kleine Bau sich heute präsentiert. «Wir haben schon viel Erfahrung mit unseren Restaurants im Bahnhof, aber diesmal war es eine eher komplizierte Bauerei,» fasst Brigitte Graus zusammen.

Längere Öffnungszeiten und Angst vor Hooligans

Im «Il Baretto» arbeiten ein Restaurantleiter, zwei Chefs de service und 13 Restaurantmitarbeitende. Die Bar ist täglich von 6 Uhr früh bis um Mitternacht geöffnet. Vielleicht bleibt die Bar ab Frühling an den Wochenenden die ganze Nacht über offen, weil einzelne Linien des öffentlichen Verkehrs rund um die Uhr in Betrieb sind.

Kaum eröffnet, ist «Il Baretto» bereits gut besucht. Bleibt bloss die Angst vor Hooligans, für die ein schöner Glaskubus immer ein gutes Ziel ist, um nach einem Fussballspiel Dampf abzulassen. Eine Holzverschalung würde eher unattraktiv wirken. Aber erst mal abwarten – und Caffè trinken.

www.ilbaretto.ch

Anzeige

Kompetenzzentrum für Hotelfinanzierung

«Grosse Chancen – auch für uns Kleine!»

Maria-Louise Meier | Direktion Pension Val Tuoi | Guarda

Die SGH fördert Projekte mit Potential – und das mit 2,5% Vorzugszins fest während 3 Jahren! Auch die weiteren Darlehens-Konditionen sind äusserst attraktiv: Zum Beispiel der Zinsabschlag bei gutem Rating, die Ablösung nachrangiger Bankkredite zur Reduktion der Finanzierungskosten oder, je nach Standort, die zusätzlichen kantonalen Zinskostenbeiträge. Die fachkompetenten, bran-

chenspezifischen Risikoanalysen der SGH sind anerkannt. Ausserdem arbeitet die SGH mit effizienten Planungs- und Führungs-Tools: Hotel und Wellness Benchmark SGH®, Hotel Analyser SGH®, Businessplan. Die SGH ist Partner der Schweizer Hotellerie – seit 38 Jahren. Möchten Sie von diesem Know-how profitieren? – Rufen Sie an!



Kredit-Infoline
044 209 16 66
einfach & schnell

Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit
Gartenstrasse 25 | Postfach | 8039 Zürich | Telefon +41 (0)44 209 16 16 | Fax +41 (0)44 209 16 17 | www.sgh.ch | info@sgh.ch
Finanzierung | Bewertung | Beratung

SCH
SGH
SCA

Lange Nacht der Hotelbars

Nächster Termin steht schon fest

■ Aufgrund der erfolgreichen ersten «Lange Nacht der Hotelbars» in Zürich (siehe htr 43) wurde bereits der Termin der Folgeveranstaltung festgelegt: Die zweite Hotelbar-Nacht findet am Samstag, den 25. März 2005, statt. Initiator und Organisator Urs Zingg, Agentur für Marketing & Organisation: «Es gab keine Verluste.» Vielmehr Gewinn: Im Zürcher Steigenberger-Hotel Bellerive au Lac wurden in der Nacht an der Bar 5800 Franken Umsatz erzielt und 10 Übernachtungen zusätzlich verkauft, freut sich Hotelière Nathalie Egli-Grisoni. Hunger verspürten die Event-Gäste scheinbar weniger: Auf dem gratis offerierten Risotto blieb man sitzen. Optimierungspotenzial sieht man noch im Shuttle-Service und in den Abläufen. GSG

www.langenachtderhotelbars.ch

Designerpreis

«Taski swingo» gewinnt in Berlin

■ Erstmals wurde an der wichtigsten deutschen Gebäudereinigungsfachmesse, der CMS in Berlin, der Designerpreis «Purus Award» vergeben. Johnson-Diversey gewann den Preis in der Kategorie der Mitgänger-Scheuersaugmaschinen mit der Baureihe «Taski swingo 750/1250». Als Begründung für die Auswahl wurde die Gestaltung, die eine gelungene Symbiose von Innovation, Ergonomie und formaler Ausarbeitung darstellt, genannt. Weiter überzeugte der «swingolino» durch die Funktionstransparenz und die formale Umsetzung.

Nach den Einscheibenmaschinen «Taski ergodis» und der Aufsitz-Scheuersaugmaschine «Taski combi swingo», konnten auch mit der «Taski swingo»-Baureihe wieder erste Preise an Messe-Wettbewerben gewonnen werden. RD

Heimfahrt-Service

Heimfahrt-Service für Basler Gäste

■ Basler Wirte fahren ihre Gäste im eigenen Auto nach Hause. Sie haben den Verein «Smart Gourmets beider Basel» gegründet.

Renate Dubach

«Mit dem Inkrafttreten der neuen Promillegrenze hat ein Restaurantbesuch für viele Gäste an Attraktivität verloren, gehören doch ein Apéro, eine oder mehrere Flaschen Wein sowie ein Digestif als Abschluss traditionsgemäss zu einem feinen Essen. Das war aber in der letzten Zeit ohne schlechtes Gewissen nicht mehr möglich, war doch jedes Mal der Führerschein in Gefahr, ganz zu schweigen von hohen Bussen, die bei zu hohen Promillewerten drohten», schreiben die Basler Wirte, die den Verein «Smart Gourmets beider Basel» mit

Sitz in Sissach BL, gegründet haben. Sie bieten damit seit Ende Oktober ihren Gästen einen Heimfahrt-Service an. «Bereits 16 Restaurants und Hotels gehören zum Verein», sagt Vorstandsmitglied Pierre Wichser, der das Wirtshaus «Rössli» in Metzerlen führt. Der Service stosse auf Interesse und sei gut angelaufen.

Die neue Dienstleistung sieht vor, dass Gäste auf Wunsch von speziell ausgebildeten Fahrern in ihrem eigenen Privatwagen nach dem Restaurantbesuch – täglich zwischen 21 Uhr und 1 Uhr – nach Hause gefahren werden. Zwei Dutzend Fahrer hat der Verein bereits angeheuert, je zwei fahren mit einem «Smart»-Auto zum Restaurant, einer fährt den Gast, der andere das Auto des Gastes nach Hause. Das kostet bis zu 10 Kilometern 19 Franken, bis 20 Kilometer 21 Franken und 23 Franken bis 30 Kilometer.

Die Vereinsmitglieder glauben, dass sie mit ihrem Heimfahrt-Service aktiv Verantwortung zum Wohle ihrer Gäste übernehmen und ihnen genussvolle Stunden ermöglichen, ohne dass sie an die Promille-Grenze denken müssen. Die Gäste werden in den Restaurants persönlich und schriftlich auf die Heimfahrtmöglichkeit aufmerksam gemacht. Der Verein «Smart Gourmets beider Basel» ist davon überzeugt, den herkömmlichen Taxi-Betrieben keine Konkurrenz zu sein: Der Service könne nur von den Vereinsmitgliedern angeboten werden und sei deshalb ein exklusives Angebot ausgewählter Restaurants und Hotels für ihre Gäste. Es ist geplant, diese Dienstleistung in den nächsten Monaten in Städten wie Zürich, Bern, Luzern anzubieten. Die Verhandlungen dazu sind angelaufen.

Infos: www.smartgourmets.ch



Food

Backwaren

ROMER'S HAUSBÄCKEREI AG
FEINBACKWAREN, TIEFKÜHLTI
Telefon 055 293 36 36

Kaffeerösterei



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

Gastro-Grosshandel



Prodega CC	Tel./Tél.
2504 Biel/Bienne	032 344 68 68
7000 Chur/Coire	081 286 14 14
1964 Conthey	027 345 33 33
1023 Crissier	021 633 13 13
8953 Dietikon	044 744 75 75
8600 Dübendorf	01 824 81 81
1762 Givisiez	026 460 83 33
3627 Heimberg	033 439 56 56
6010 Kriens	041 349 69 69
3302 Moosseedorf	031 858 48 88
4623 Neuendorf	062 387 97 97
4133 Pratteln	061 826 29 29
4153 Reinach	061 717 72 72
6343 Rotkreuz	041 799 85 85
5102 Rupperswil	062 889 30 30
8803 Rüschlikon	01 704 65 65
2072 St-Blaise	032 756 22 22

www.prodega.ch

Gastro-Grosshandel



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

Logistik Zentrum	Telefon
8953 Dietikon	044 746 55 55
Bestellservice	Telefon
Bussigny	021 633 23 23
Kriens	041 348 07 00
Zermatt	027 967 32 02

www.howeg.ch

Gastro-Grosshandel



Engros-Frischmarkt
Engros-Lebensmittelmarkt
Engros-Nonfoodmarkt

CCA Gossau SG CCA Luzern
CCA Brüttisellen CCA Rapperswil
CCA Spreitenbach CCA Sargans
CCA Bern CCA Frauenfeld

www.cca-angehrn.ch
Ihr Gratis-Draht zum nächsten CCA:
0800 ANGEHRN

Non-Food

Kaffeemaschinen



M. Schaefer AG
Kaffeemaschinen
Gewerbestrasse 15
3502 Moosseedorf
Tel. 031 858 51 11
www.schaefer.com
info@schaefer.com

Backwaren



Gerne begrüßen wir Sie
an unserem Stand!
Halle 1.1/Stand B73

19. - 23. November 2005

Marcel Köppli AG

Tiefkühlspezialitäten
Obergrundstrasse 44
6003 Luzern
Tel. 041 240 26 36
Fax 041 240 06 18
info@koepfliag.ch
www.koepfliag.ch



Gastrolieferservice

SIE HABEN DIE GÄSTE.



Wir die Marken.

www.scanashop.ch, www.scana.ch, info@scana.ch

C&C e Servizio Gastro



La qualità è servita



Cash & Carry Noranco
091 986 49 60

Cash & Carry Losone
091 791 56 61

www.ipppergros.ch

Gastro-Grosshandel



Growa CC	Tel./Tél.
4512 Bellach	032 644 21 44
3543 Emmenmatt	034 402 30 13
4900 Langenthal	062 919 03 93
3812 Wilderswil	033 826 16 16

Internet: www.growa.ch

Textilien

Schwob & Co. AG
Leinenweberei
Kirchbergstrasse 19
3401 Burgdorf

Telefon 034 428 11 11
Telefax 034 428 12 22
www.schwob.ch
contact@schwob.ch



Sicherheitsschränke und Tresore

Ihr Spezialist
für Zimmer-/
Hoteltresore
und Alarmanlagen!

Sie finden uns
an der IGEHO
in der Halle 2
beim Stand Nr. 856.



Aeschmann-Safe GmbH
3422 Kirchberg - www.aeschmann-safe.ch

Seilbahnen

Jugend wird die zentrale Zielgruppe

■ Die Seilbahnverbände wollen die Jugend für den Wintersport gewinnen. An der Tagung wurden auch Teile der neuesten Seilbahnstudie vorgestellt.

Die Seilbahnverbände Deutschland, Österreich und Schweiz tagten am Bodensee und analysierten die Probleme ihrer Branche. Einer ihrer Befunde: «In den Alpenländern interessiert sich die Jugend immer weniger für den Wintersport.» Diesen Trend wollen sie mittels mehrerer Kampagnen stoppen. Die IG Schnee wird durch besondere Städtevents Kinder in die Berge einladen.

Die St. Galler Professoren Thomas Bieger und Christian Laesser legten Kernresultate ihrer zweiten Branchenanalyse vor. Ihr zufolge hat sich der An-

teil der mittelfristig überlebendigen Bergbahnen in den letzten vier Jahren auf 66% erhöht. Es bestehe jedoch ein beachtlicher Strukturwandlungsbedarf in Richtung grösserer Unternehmen.

30% der Unternehmen weisen einen Umsatz von weniger als 1 Mio. Franken auf und sind laut Studie nicht in der Lage, alle unternehmerischen Funktionen zu erfüllen. 8% der Unternehmen gehören zu der Top-Gruppe, die alle Anforderungen erfüllt. Zu der Gruppe Bahnen mit Potenzial – mit schwacher Eigenfinanzierung aber guten Ertragszahlen – gehören rund 40% der Unternehmen. 23% erfüllen die Kennzahlen, haben aber einen Investitionsstau. 28% der Unternehmen beurteilt die Studie als «kritisch und problematisch». Am meisten wirtschaftlich starke Bahnunternehmen weist das Berner Oberland

auf, am wenigsten das Tessin, gefolgt vom Jura.

Fusionen und Übernahmen für mehr Ertragskraft

Um eine verbesserte Ertragskraft zu erzielen, rät die Studie zu Fusionen und Übernahmen. Erfolg versprechend seien folgende Schritte: Zuerst mit regionalen Unternehmen fusionieren zur Sicherstellung eines geschlossenen Produktes und Marktgebietes. Zweitens soll dann innerhalb dieser geschlossenen Regionen durch vertikale Integration von zum Beispiel Skivermietung und Skischulen die Wertschöpfungskette geschlossen werden. Drittens wären dann im Sinne von Destinationsholdings andere Skigebiete zu integrieren.

HRF/CK



■ Die Gäste von morgen. Die Seilbahnen sprechen mit gezielten Angeboten die Jugend an. Foto: zvg

Seilbahn-Innovationspreis geht auf den Gurten

■ «Kinderskifitt auf dem Gurten»: So heisst das Projekt der Lenker Bergbahnen und der Gurtenbahn, das mit dem ersten Seilbahn-Innovationspreis Swiss Mountain Award 2005 ausgezeichnet worden ist. Vergeben haben ihn die Seilbahnen Schweiz. Der Preis ist mit 10 000 Franken dotiert. Die Gurtenbahn strebe in Zusammenarbeit mit den Lenker Bergbahnen «eine innovative Zusammenarbeit zwischen Berggebiet und Stadt» an und spreche auch zukünftige Wintersportgäste an. Das Angebot soll später die Vermietung von Sportgeräten und einen Piccolo-Lift umfassen.

HRF



Gastro- und Heimtextilien

Gastfreundschaft mit Stil ...

... vom Fachgeschäft für:

- Bankett- und Tafel-Tischwäsche
- fleckablassende Tischwäsche
- Küchenwäsche
- Bettwäsche und Betttücher
- Bettwaren
- Frottierwäsche

HUNKELER
GASTRO- UND HEIMTEXTILIEN

Eduard Hunkeler · Gastro- und Heimtextilien
Rosenweg 1 · 6260 Reiden
Telefon 062 758 23 07 · Natel 079 647 01 77
Fax 062 758 41 47
hunkeler.gastro.textil@bluewin.ch

Grossküchentechnik

E L R O

Grossküchentechnik

www.elro.ch

Kältetechnik

coolwave ag

die kühle welle für professionelle kältetechnik
Industrie neuhof 4, ch-3422 kirchberg
tel. 034 445 69 80 / fax 034 445 69 83
info@coolwave.ch / www.coolwave.ch

Wellness-Anlagen

KLAFS

Die Wellnessspezialisten



Sauna / Sanarium

Klafs Saunabau AG
Oberneuhofstrasse 11
CH-6342 Baar
Telefon 041 760 92 42
Telefax 041 760 25 35
www.klafs.ch
baar@klafs.ch

Weitere Geschäftsstellen in:
Bern, Brig VS, Chur, Gf, Garsen VD, Dietikon ZH.

Grossküchen-Anlagen

GROSSKÜCHEN SELF-SERVICE-ANLAGEN
schmocker AG

Ihr Spezialist für die Fabrikation und Einrichtung von
GROSSKÜCHEN UND SELF-SERVICE-ANLAGEN
Damweg 15 · 3800 Interlaken
Telefon 033 828 38 48 · Fax 033 828 38 38
www.schmocker-ag.ch · info@schmocker-ag.ch

Kaffeemaschinen

cafina
Kaffeemaschinen für Gastronomie und Betriebsverpflegung

Cafina AG
Römerstrasse 2
5502 Hunzenschwil
Tel. 062 889 42 42
Fax 062 889 42 89
info@cafina.ch, www.cafina.ch

Raumtrennsysteme

DORMA

DORMA AG, Thal
T 071 886 46 46 · F 071 886 46 56
DORMA SA, Lausanne
T 021 641 66 50 · F 071 641 66 55
info@dorma.ch



Mobile Trennwände für moderne Lebensräume.

Küchenzubehör

NOSER-INOX
Gastronomie-Kochgeschirr

Die Qualität, die für Profis zählt.

Noser-Inox AG
CH-5452 Oberrohrdorf
Tel. 056 496 45 12
Fax 056 496 58 66
www.noser-inox.com
info@noser-inox.com

Innenausbau

Strasser

Gastro Innenausbau Hotel Innenausbau
Bar-Bufferanlagen Hotel Empfangsanlagen
3608 Thun info@strasserthun.ch
Telefon 033 334 24 24 www.strasserthun.ch

Bargeldloses Zahlen

XA SMART SOLUTIONS FOR RETAIL

XA SA www.xa-ch.com
Rte du Crochet 7 Tel.: 026 460 55 20
CH-1762 Givisiez Fax: 026 460 55 29
Zahlungsterminals · Terminals de paiement

Hotelwäsche

Tisch Bett Küche Bad
Von Experten – für Experten
ZETAG
gastrotextilien
ZETAG AG, Textilwerk Sornbl, Postfach 28, 9213 Hauptwil
Tel 071 424 62-50, Fax-51, www.zetagtextiles.ch

Top-Adressen

- Kaffeemaschinen
Machines à Café Cappuccino SA
Puits-Godet 8
2000 Neuchâtel
- Offenausschank-Anlagen
POST-MIX AG
www.postmix.com
- Treuhand für Hotellerie und Restauration
Gastroconsult AG
Blumenfeldstrasse 20
8046 Zürich
www.gastroconsult.ch
- Treuhand für Hotellerie und Restauration
HRT Revisions AG
Blumenfeldstrasse 20
8046 Zürich
Telefon 01 377 54 32

Hotelwäsche

Der Partner
für textile Hotel- und Gastronomieausstattung

Tischwäsche · Frottierwäsche · Bettwäsche
Bettwaren · Küchenwäsche · Sondergrößen
Berufsbekleidung · Einstickungen · Einwebungen

Siebel Qualität
wäschekrone
Tel. 0848 – 804100 · www.waeschekrone.ch

Verbrauchsmaterial

Distrimondo AG
Oberebene 57
5620 Bremgarten

Alles was die Gastronomie (ver)braucht.
Telefon 056 648 23 00
Fax 056 648 23 29
info@distrimondo.ch
www.distrimondo.ch

Gastropapiere

WIDA Papiere AG
Servietten- und Papierwarenfabrik

3000 Bern 5
www.wida.ch
info@wida.ch
Tel: 031 381 83 33
Fax: 031 381 83 83

Namensschilder/Werbeartikel

HAENNI PROMOTION
Werbe- und Geschenkartikel

Namensschilder mit Stil und Qualität,
starke Magnete, weltweit millionenfach bewährt
Generalvertretung Schweiz:
Haenni Promotion
Chnürbühl 48, CH-9197 Rafz
☎ 01 869 41 00, E-Mail: info@haennipromotion.ch
www.haennipromotion.ch

Erfolge und weitere Chancen

■ **4. Adelboden Tourismustag.** Erfolgsmeldungen, aber auch die Formulierung der künftigen Herausforderungen prägten den 4. Adelboden Tourismustag vom letzten Samstag in der vollbesetzten «Alten Taverne». Wie der «Berner Oberländer» meldet, referierte der Frankfurter Tourismus-Experte Jan von Trott über erste Erfolge des von ihm begleiteten Destinationsmarketings. Er zeigte allerdings auch Optimierungspotenziale auf, etwa in der Zusammenarbeit zwischen den

Bergbahnen und Adelboden Tourismus. Verkehrsdirektor Roland Huber bezifferte angesichts der dringenden Festsetzung von Prioritäten den Finanzbedarf auf eine Million Franken, vorhanden sei aber nur die Hälfte. Besonders Imagekorrektur-Bedarf erkennt er in der Profilierung des Produkts Adelboden als Familien-destination: «Abgesehen davon, dass wir viele Ferienwohnungen anbieten können, ist Adelboden im heutigen Zustand kein Ort für Familienferien.» HRF

Fünf Familienorte prämiert

■ **Erstmals neue Kriterien.** Diesen Sommer hat eine Mystery-Person die ersten Familienorte nach den neuen Kriterien des Schweizer Tourismus-Verbandes (STV) getestet. Diese Anpassung war erfolgt, «weil sich die Bedürfnisse von Familien an Einrichtungen, Anlagen und Dienstleistungen an Ferienorten laufend ändern», schreibt dazu STV-Direktorin Judith Renner-Bach. Jetzt zeichnete der STV fünf Orte mit dem Gütesiegel «Familien willkommen» aus: Neu beworben

hatten sich der Ferienort Schwarzsee und die Feriendestination Saas-Fee/Saastal mit den Orten Saas-Almagell und Saas-Grund. Die Familienorte Grächen, Leysin und das Toggenburg verfügten bereits über das Gütesiegel. Sie wurden nach Ablauf der Geltungsdauer erneut getestet und ebenfalls ausgezeichnet. Insgesamt gibt es heute 30 geprüfte und ausgezeichnete Familienorte. Es gibt mehrere Kriterien die ein Ort erfüllen muss, um das Label zu erhalten. HRF

Gesundheit als Marktchance

■ **Veranstaltung.** Gesundheits- und Wellness-tourismus sind im europäischen Tourismusmarkt dynamische Wachstumsmärkte. Dies bekräftigen Trendforscher immer wieder. Am Tourismustag, der am Donnerstag, 24. November 2005 in Altdorf stattfindet, berichten Touristiker, Trendforscher und Experten aus dem In- und Ausland über ihre Erfahrungen und Beobachtungen und diskutieren miteinander darüber. So nehmen unter anderem teil: Wolfgang Schobersberger aus

Hall im Tirol (Institut für Urlaubs-Reise- und Höhenmedizin); Hans-Ueli Regius, Generaldirektor der Swica; Beat Villiger vom Medizinischen Zentrum Bad Ragaz und Urs Eberhard von Schweiz Tourismus. Am Schluss der Tagung steht die Verleihung der Qualitätsgütesiegel für den Schweizer Tourismus auf dem Programm. Die Teilnahme kostet 125 Franken, die Anmeldung erfolgt bei Luzern Tourismus. HRF

www.hsw.fhz.ch/tftw

30. Travel Trade Workshop

Mehr Aussteller und weniger Besucher

■ Eine rundum zufriedene Bilanz zieht Managing Director Ralph Nikolaiski nach dem 30. Travel Trade Workshop (TTW) in Montreux.

Herbert Fischer

6331 Reisespezialisten hätten letzte Woche am Genfersee die Auftritte von 498 Ausstellern – 21,5 Prozent mehr als im Vorjahr – dieser wichtigsten Fachmesse der Schweiz besucht und sich über neueste Trends und Produkte informiert. Weiter berichtet TTW-Chef Ralph Nikolaiski, der Rückgang der Besucherzahl gegenüber dem letzten Jahr (6878) zeige die Entwicklung auch der Branche: «Im letzten Jahr mussten allein von den Mitgliedern der Schweizerischen Reisebürovereinigung 46 Firmen geschlossen werden.»

Offensichtlich «einem grossen Bedürfnis» habe die Fokussierung des Programms auf Aus- und Weiterbildung entsprochen – mit insgesamt 30 Workshops, Destination-Briefings und Spotlights, an denen sich total 1200 Personen beteiligten. Erstmals fand der Business Travel Workshop (BTW) als Tagesanlass statt. Die Podiumsveranstaltung diskutierte über «Veränderte Partnerschaft zwischen Reisebüros und Airlines», wozu «Alinghi»-Skipper Jochen Schümann den Kick-off übernahm. Beide Anlässe sowie das anschliessende Get-together zogen zahlreiche Teilnehmer an, im Gegensatz allerdings zu den diversen Schulungsanlässen am Nachmittag.

Asien-Plattformen als eigentlicher Messe-Magnet

Als eigentliches Highlight des Jubiläums-TTW vermeldet Ralph Nikolaiski den Talk Back to the future. Hier diskutierten die heutigen CEOs von Hotelplan, Kuoni und TUI Suisse gemeinsam mit ihren Vorgängern unter anderem die Frage, welchen Einfluss das Internet auf das Buchungsverhalten hat. Auf 120 Quadratmetern präsentiert, begeisterte Asien besonders viele TTW-Besucherinnen und Besucher. Bereits am Dienstag und damit im Vorfeld stattgefunden hatten der BusContact und der Hotela Travel Summit, den 240 Interessierte frequentierten (Bericht dazu auf dieser Seite, rechts). Erstmals thematisierte der TTW den «Schutz der Kinder vor kommerzieller sexueller Ausbeutung im Tourismus». Darum trat an der Messe ECPAT Switzerland auf, die Fachstelle gegen Kinderprostitution, Kinderpornografie und Kinderhandel von Kinderschutz Schweiz. Dabei diskutierten Vertreter der Reisebranche, der Strafverfolgung und von Nichtregierungsorganisationen (NGO) und informierten über Erfolge und künftige Zielsetzungen. Der 31. TTW findet vom 24. bis 26. 10. 2006 statt.

www.ttw.ch

Hotela Travel Summit

Die Trends für sich selber nutzen

■ Wie kann sich die Tourismusbranche am besten für die Zukunft wappnen? Antworten darauf lieferten letzte Woche am zweiten Hotela Travel Summit in Montreux Michael Frenzel, Chef des Touristikonzerns TUI, sowie Tourismus- und Trendforscher Martin Lohmann.

Theres Lagler

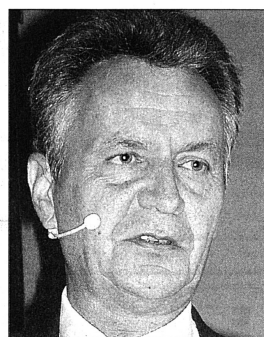
Vom Industrie- zum Touristik-Unternehmen: Innerer weniger Jahre wurde der deutsche Stahlkonzern Preussag erfolgreich in den Reise-Riesen TUI umgebaut. Bei diesem gewaltigen Transformationsprozess stand für den damaligen Preussag- und heutigen TUI-Chef Michael Frenzel eine Idee im Vordergrund, wie er letzte Woche vor den rund 240 Besuchern des zweiten Hotela Travel Summit in Montreux ausführte: «Wir wollten in der gesamten Wertschöpfungskette präsent sein, um die Wertschöpfung in den eigenen Reihen zu halten», so Frenzel. Mittlerweile besitzt TUI eine Vielzahl von Reisebüros, Marken, Flugzeugen, Agenturen und Hotels (siehe Tabelle rechts), darunter auch drei in der Schweiz. Der touristische Nettoumsatz betrug letztes Jahr 13,1 Mrd. Euro – damit ist TUI klar die Nummer 1 auf dem europäischen Reisemarkt. «Diese Grösse ist nicht Selbstzweck, sondern nötig, um bessere Einkaufsbedingungen zu haben und moderne IT-Lösungen finanzieren zu können», ist Frenzel überzeugt.

Neues Geschäftsmodell: Content-Box für Kunden

Den neuen Informationstechnologien (IT) misst der TUI-Chef grösste Bedeutung zu. Er geht davon aus, dass es im künftigen Reisemarkt drei gleich grosse Segmente geben wird: Pauschalreisen, Modularreisen, bei denen der Kunde sein Programm im Baukastensystem zusammenstellt, sowie Individualreisen (siehe Grafik). «Das Segment der Modularreisen wächst vor allem über die Vertriebsform Internet», betont Frenzel. Um auch in diesem Bereich Marktführer zu werden, hat TUI ein neues Geschäftsmodell eingeführt – die «Content-Box» für paketierte, do-it-yourself- und modulare Buchungen. Die Idee dahinter: Der Kunde kann sich per Internet Flug, Hotel, Mietwagen und anderes zusammenstellen und von TUI organisieren lassen. «Wenn wir nichts gemacht hätten, hätten wir wohl 20 Prozent des Gesamtumsatzes, den wir mittlerweile übers Internet generieren, an andere verloren», so Frenzel.

Entscheidungsgrundlagen: Die Marktforschung hilft

«Sich auf absehbare Entwicklungen einzustellen, ist eine Grundvoraussetzung zur Bewältigung der Zukunft. Das zeigt das Beispiel von TUI sehr gut», be-



■ Michael Frenzel, Chef des Touristikonzerns TUI. Fotos: Marietta Dedual

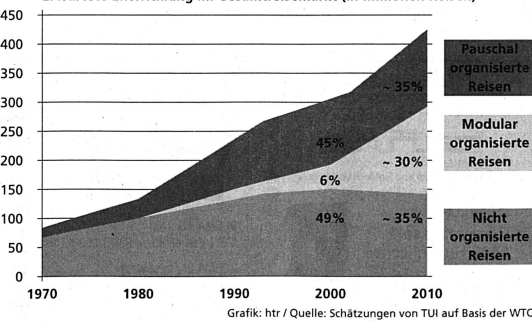
TUI: Präsent auf allen Stufen der Wertschöpfung

Vertrieb	3500 Reisebüros	Multikanal-Vertriebssystem mit 74 Websites und 55 Callcentren
Veranstalter	79 Marken	Kundenstamm mit 18,4 Millionen Gästen
Airline	123 Flugzeuge	Kurz- und Mittelstreckenflotte mit 67 Milliarden Sitzplatzkilometern
Zielgebietsagenturen	37 Agenturen	Agenturnetzwerk mit 5000 Kundenbetreuern (Reiseleiter) vor Ort
Hotel	285 Hotels	Weltweite Hotelgruppe mit 163.000 Betten

Quelle: TUI AG

Der Strukturwandel des Marktes wird immer deutlicher

Erwartete Entwicklung im Gesamtreisemarkt (in Millionen Reisen)



Grafik: htr / Quelle: Schätzungen von TUI auf Basis der WTO



■ Martin Lohmann, Tourismus- und Trendforscher aus Deutschland.

tonte gleich im Anschluss der zweite Referent des Hotela Travel Summit, Martin Lohmann, seines Zeichens Professor an der Universität Lüneburg und Leiter des Norddeutschen Instituts für Tourismus- und Bäderforschung (NIT) in Kiel. Die Trends für sich selber zu nutzen, das sei Aufgabe eines jeden Tourismusmanagers. Die Marktforschung könne Risiken minimieren, so

Lohmann. Den künftigen Gast beschreibt er als künftigen Kunden mit «low involvement». Der Kunde habe grosse Reiseerfahrung, verfüge vor allem dank Internet über mehr Informationsquellen denn je, gehe aber weniger in die Tiefe. Es sei ihm nicht mehr so wichtig, wohin die Reise führe. Wichtig sei aber, dass sie einfach und bequem zu buchen sei. Als Problem bezeichne-

te der Tourismus-Experte den Trend zur kürzeren Reisedauer, der zum Wachs-tumskiller werden könnte. Sinkt die durchschnittliche Dauer der Hauptferien-reise von heute 14 auf 12,8 Tage im Jahr 2015, dann gibt es gemäss seinen Berechnungen kein Wachstum bei den Logiernächten mehr, obwohl die Zahl der Reisen im gleichen Zeitraum um 9 Prozent ansteigen dürfte.

Rothenbühler: «Die Schweiz hat ein reiches Angebot, verkauft sich aber schlecht»

■ Provozieren und aufrütteln: Diese Aufgabe hatten die Organisatoren des Hotela Travel Summit Peter Rothenbühler zugeordnet. Der Chefredaktor des «Le Matin» hielt sich mit seiner Sicht der Dinge denn auch nicht zurück: «Die Schweiz hat einen enormen Reichtum an touristischen Attraktionen und kulturellen Schätzen, sie verkauft sich aber schlecht.» Wer wisse schon, wo sich die bedeutendste Sammlung von Impressionen befindet? Nicht in Paris, London oder Wien, sondern in Zürich. Der Kulturtourismus stecke in der Schweiz noch in den Kinderschuhen, bemängelte Rothenbühler. Die Schweiz verschlefe re-

gelmässig Trends. Eher an die Vertreter des Outgoing-Bereichs richtete sich dann seine Frage, weshalb denn bei der Preispolitik ein solcher Basar herrsche. «Ich habe immer das Gefühl, dass ich übers Ohr gehauen werde, wenn ich nicht feilsche wie ein Libanese», beschrieb Rothenbühler sein Unbehagen. Um die politischen Rahmenbedingungen ging es dann im Gespräch, das holländische Reisebüro-Direktor Christoph Juen mit Jean-Daniel Gerber, Direktor des Staatssekretariats für Wirtschaft (Seco), führte. Insgesamt seien diese gar nicht mal so schlecht, befand Gerber. Mit der baldigen Einführung des Schengen-Vi-

sums werde ein Wettbewerbsnachteil der Schweizer Tourismusbranche aus der Welt geräumt. Gleich lange Spieße forderte Gerber aber auch bei den Luftland-rechten. «Es ist nicht akzeptabel, dass der Flughafen Zürich grössere Einschränkungen hat als die beiden Flughäfen in München und Frankfurt.» Hier müsse die Politik aktiv werden. Ratschläge und Tipps für die Schweizer Hoteliers und Gastronomen wollte Gerber keine abgeben (siehe auch htr 42). Er betonte lediglich: «Ich kümmere mich um die volkswirtschaftlichen, sie um die betriebswirtschaftlichen Probleme. Diese Aufgabenteilung funktioniert.» 7L



FOKUS

17

Kleine Hotels | Kleine Hotels positionieren sich über eine hervorragende Küche und sind so rentabel. Zwei Beispiele.



FOKUS

21

VSTM | Rauchende Köpfe am Management-Seminar in Locarno: Touristiker üben sich im Marketing-Controlling.



PLATTFORM

22

Ratgeber | Die AG des Hoteliers schreibt gute Zahlen. Was spricht für eine Lohnerhöhung, was für eine Dividende?



Küchentechnik an der Igeho 2005

Klarer Trend zu All-in-one-Geräten

■ Die Neuheiten in Halle 1 an der Igeho 2005 zeigen: Der Küchentechnik-Trend geht klar Richtung personalsparender Automatisierung und platzsparenden Multifunktionsgeräten. Aussteller aus dem Ausland buhlen um die Gunst der Schweizer Gastronomen.

Gudrun Schlenczek

Die Küchenhersteller sind sich einig: Die Küchentechnik der Zukunft muss sich flexibel und schnell an Konzept- und Speisekartenmutationen anpassen können, perfekt punkto Qualität und Hygiene des Endprodukts und günstig in der Investition sein. Und helfen, laufende Kosten zu sparen.

«Die Küchen werden kleiner, auf weniger Raum muss mehr produziert werden», ergänzt Fritz Dätwyler, Marketingleiter der Electrolux Professional AG, Aarau. Deshalb drängen zunehmend multifunktionale Geräte auf den Markt. Das bestätigt auch Oliver Fierz, Marketingleiter der Salvis AG, Aarau. Er ortet zudem eine steigende Nachfrage nach gesunden Garmethoden. Die neue Technik hilft aber nicht nur bei den Betriebs-, sondern auch bei den Personalkosten in der Küche zu sparen. Damit argumentiert zwar kaum ein Hersteller. Denn die Köche sind ja schliesslich die Kunden.

«Gastro-Küchen sind zu gross und haben zu viel Personal»

Einer der hier kein Blatt vor den Mund nimmt, ist Bruno Gisi. «Die Gastro-Küchen sind noch viel zu gross und brauchen zu viel Personal», ist der Inhaber der Gisi-Handels AG in Tännwil überzeugt. Er kann mit einer Neuheit an der Igeho aufwarten, die eine Lösung verspricht: Das «Vario Cooking Center», kurz VC – Listenpreis je nach Grösse zwischen 20'000 und 40'000 Franken – erbringe alle traditionellen Gargeräte wie Kipper, Kessel, Friteusen, Töpfe oder Pfannen. Dadurch können bei einer Küche für 100 Essen mindestens 20 m² Fläche eingespart werden. Die um 40 Prozent höhere Anbratkapazität im Vergleich zum herkömmlichen Kipper, das Wegfallen des laufenden Überwachens und Rührens des Gar-



■ **Platzsparend und multifunktional.** Im Erdgeschoss der Halle 1 an der Igeho 2005 sind die technischen Errungenschaften der Küchengeräte-Hersteller zu bewundern. Der Trend geht klar Richtung Automatisierung und Multifunktionsgeräte. Mit neuen Ausstellern aus dem Ausland wird das Angebot noch breiter. Foto: zvg

gutes soll bis zu 60 Prozent Arbeitszeit einsparen. «Bei einem Produktionsvolumen von 100 Essen reiche dann einer statt vormals zwei gelernte Köche, bei à la carte zwei statt drei, plus je ein Hilfskoch. Das wirkt sich sofort positiv auf die Personalkosten aus», rechnet Gisi vor. Mit dem VCC, der aus zwei 1/1-Gastronorm-Kesseln besteht, solle zudem, so Gisi, die Kippstechnik in der A-la-carte-Küche Einzug halten. Die herkömmlichen Kippkessel mit einer Mindestgrösse von 2/1-Gastronorm seien eher für die Gemeinschaftsverpflegung geeignet.

Gerätekombinationen, die einen Herd erübrigen

Allerdings müsse sich der Koch mit dem Weniger an Geräten zu organisieren wissen. Wie die meisten Küchenhersteller, empfiehlt Gisi deshalb ein Vor-

produzieren von geeigneten Komponenten, um Spitzenzeiten zu entlasten. Genau aus diesem Grunde will er seinen Schockkühler an der diesjährigen Igeho seinen Gastro-Kunden schmackhaft machen. «Die Nachfrage nach Schockkühlern steckt noch in den Kinderschuhen.»

Überzeugend beim VCC ist aber nicht nur die Multifunktionalität, sondern genauso die Technik. Diese stammt aus dem gleichen Hause wie jene des «Self Cooking Centers» (SCC). Denn der Hersteller des VCC, die französische Frima S.A., ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft des SCC-Herstellers Rational AG in Landsberg bei München. Der VCC ist wie der SCC prozessgesteuert, die genaue Wahl des Endprodukts (zum Beispiel «Kruste braun») möglich, da auch der VCC wie der SCC selbstständig die produktspezifischen Anforderungen, die Grösse des Gargutes und die Beschickungsmenge erkennt.

Bei Rational sieht man diese beiden Produkte im Paket nun als Ideallösung für die Gastro-Küche, die alle weiteren Geräte erübrigt. «Es braucht keinen Herd mehr», ist Marketingleiter Martin Uhl überzeugt. In Österreich offeriert man deshalb versuchsweise beide Hersteller-Linien unter der Marke Rational. In den übrigen Ländern werden Frima- und Rational-Geräte separat vertrieben, die Marken treten sozusagen als Konkurrenten auf dem Markt auf. In der Schweiz ist die Gisi-Handels AG exklusiv-Importeur der französischen Frima AG und führt ebenfalls das Rational-Sortiment.

Convotherm will sich 2006 auf die Schweiz konzentrieren

Erfolg verzeichnet auf dem europäischen Markt Convotherm mit dem Combisteamer «plus 3». Die Linie beinhaltet serienmässig die Verschwindetür von Convotherm, das energie-

sparende «Advanced Closed System», «Crispy&Tasty» und die «Press&Go»-Funktion, mit der acht der am meisten verwendeten Gerichte lückenlos programmiert werden können. Die Gerätegeneration «plus 3» ist denn auch die Igeho-Neuheit des deutschen Combisteamer-Herstellers aus Eggingen. Ein Zeichen dafür, dass Convotherm vermehrt Schweizer Gastronomen als Kunden gewinnen will, ist der um rund ein Drittel grössere Stand an der diesjährigen Igeho. «Im 2006 wollen wir unsere Konzentration auf die Schweiz legen», erzählt Convotherm-Marketingleiterin Andrea Hagspiel.

Hugentobler: Konkurrenzfähig mit Eigenmarken

Ein gestandener Küchenhersteller in der Schweiz ist Hugentobler, Schönbühl. Mit der Entwicklung und dem

Vertrieb von Eigenmarken – Schnellkühler «Frigojet», Combisteamer «Practico» – will man sich für die künftigen Herausforderungen des Marktes wappnen. «Mit den Eigenmarken sind wir nun in der Lage, auch die Gemeinschaftsverpflegung zu konkurrenzfähigen Preisen zu beliefern», ist Productmanager Daniel Haldimann überzeugt. «Ein billiger Einkauf ist langfristig gesehen nicht automatisch der günstigste. Bei vielen ausländischen Anbietern wird leider oft nur auf billig gesetzt», macht sich Haldimann für Schweizer Küchentechnik stark. Als Folge des Drängens ausländischer Anbieter in die Schweiz, erwartet er aber trotzdem eine Flurbereinigung innerhalb des Küchentechnik-Marktes.

Igeho 2005 – Internationale Fachmesse für Gemeinschaftsgastronomie, Gastronomie und Hotellerie, 19. bis 23. November 2005; Küchentechnik: im Erdgeschoss der Halle 1; www.igeho.ch

Hupfer und MKN feiern Premiere an der Igeho

■ Erstmals an der Igeho in Basel stellt der deutsche Spezialist für thermische Küchentechnik MKN aus Wolfenbüttel aus. So wie Rational in Österreich (siehe Hauptartikel) will MKN den Schweizer Köchen die Kombination aus Druckgartechnologie (mit «OptimaExpress») und Combikochtechnik (Marke «Hans Dampf») schmackhaft machen. MKN behauptet ebenfalls wie der Konkurrent, dass das Duo durchaus herkömmliche Grossküchentechnik ersetzen kann. MKN wurde dieses Jahr mit dem Innovationspreis des deutschen Verbandes der Fachplaner Gastronomie-Hotellerie-Gemeinschaftsverpflegung e.V. ausgezeichnet. Premiere an der Igeho feiert ebenfalls die deutsche Hupfer AG aus Coesfeld. Der Spezialist für Küchenlogistik ist seit gut einem Jahr auf dem Schweizer Markt präsent. Ziel sei klar, die Nummer

eins zu werden, formuliert der Schweizer Geschäftsführer Patrik Wiget die ehrgeizigen Pläne. Wiget rechnet damit, dass mit dem Drängen ausländischer Hersteller auf den Schweizer Markt «eine Bereinigung der Hersteller und vor allem der Händler» einhergehen wird. In Basel wartet die Hupfer Schweiz AG mit Sitz im aargauischen Dätwil mit «FreeZoo» als Neuheit auf. «Zeolith»-Technik macht die Kühleinheit netzunabhängig und damit mobil einsetzbar. Hupfer hat sich die weltweiten Lizenzrechte für den Bereich der Zeolith-Technik in der Küchenlogistik gesichert. Schweizer Küchengerätehersteller grasen bereits aktiv im Ausland (siehe Tabelle): Den grössten Exportanteil verzeichnet Elro, der seine neue Druckgarbraisiere mit den Attributen multifunktional und platzsparend bewirbt. GSG

Küchengerätehersteller an der Igeho 2005

Hersteller	Umsatz 2004 Schweiz/Export	Igeho-Neuheiten	Halle/Stand
Salvis www.salvis.ch	16 Mio. Fr. Export: 16 Mio. Fr.	Herd «VisionPro»	1.0/C02
Hugentobler www.hugentobler.ch	20 Mio. Fr. Export: 5 Mio. Fr.	Schnellkühler «Frigojet» Combisteamer «Practico»	1.0/C04
Elro www.elro.ch	Gesamt: 33,7 Mio. Fr. 77 Prozent Export	Druckgarbraisiere Typ OK	1.0/C18
Convotherm www.convotherm.de	k.A.	Combisteamer «+3»	1.0/C55
Rational www.rational-ag.com	International: 222 Mio. Euro	«SelfCooking Center»	1.0/C34
Gisi-Handels AG www.gisi-handels-ag.ch	k.A.	«VarioCooking Center»	1.0/C20
Electrolux www.electroluxprofessional.ch	k.A. Zwei Drittel Export	«SwissFinish»-Herd Zanussi-Herd «Professional N700»	1.0/B02
Hupfer www.hupfer-schweiz.ch	k.A.	netzunabhängige Kühleinheit «FreeZoo»	1.0/B17
MKN www.mkn.ch	k.A.	«OptimaExpress»-Druckgaren «HansDampf»-Combisteamer	1.0/C54

Liste erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit

Nestlé FoodServices – Neue Wellness-Produkte von Maggi



Leicht, bekömmlich und natürlich-mild im Geschmack! So präsentieren sich die neuen Maggi-Wellness-Produkte

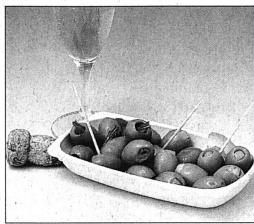
von Nestlé FoodServices. Nicht nur in den Spital- und Heimküchen ist man begeistert von den Produkten. Sie sind

geradezu ideal für Gastronomen, die Wert auf eine gute, ernährungsbewusste und abwechslungsreiche Küche legen. Maggi Wellness gibt es in den Sorten Gemüsebouillon fettfrei, Fleischbouillon fettfrei und Braune Sauce fettarm-vegetabil. Sie sind besonders ausgewogen, da bewusst auf Geschmacksverstärker, allergene und blähende Stoffe verzichtet wurde. Als Pulver sind sie leicht zu dosieren und eignen sich auch ausgezeichnet zum Würzen. Erhältlich ab November bei den nationalen Grossisten.

— Nestlé FoodServices
9400 Rorschach
Hotline: 071 844 85 30
www.nestlefoodservices.ch

Ceposa – Neue Produkte für Partyservice und Catering

Für ein gepflegtes Fingerfood- und Apéro-Angebot gibt es jetzt bei Ceposa AG frische, marinierte Oliven ohne Öl – mit feinen Kräutern und Gewürzen leicht aromatisiert, eingelegt nach traditionellem Rezept in einer mediterranen Kräuterlake, treffen die neuen Ceposa-Oliven einmal mehr den kulinarischen Nerv der Zeit: leicht, unkompliziert, genussvoll und authentisch mit dem typisch mediterranen Gout. Speziell für die Bar-Gastronomie, für Partyservices und Caterer hat Ceposa AG vorerst drei qualitativ hochstehende Oliven-Varianten entwickelt: à l'orange, au citron, oder gefüllt mit scharfer Paprika. Diese ölfreien Apéro-Oliven eignen sich bestens sowohl für Apéro- und Fingerfood-Anlässe als auch für Mixdrinks, Garniture oder in der kalten Küche. Die Verpackung mit dem «multiple use system» wurde für



ein möglichst einfaches, schonendes und rentables Handling konzipiert: Geliefert in VAC-Beutel und GN-Schale, können die Produkte direkt vom Beutel in eigenes Geschirr portioniert oder in der mitgelieferten Schale für den Tagesverbrauch angerichtet werden, die Haltbarkeit beträgt 45 Tage bei maximal 15 °Celsius. Ceposa AG steht

für höchste Frischequalität, da sie direkt bei ihren Produzenten im Mittelmeerraum die von Hand geernteten Rohprodukte bezieht: «Wir kennen unsere Bauern, ihre Betriebe, ihre Felder, ihre Kinder, ihre Katzen. Und wir wissen, wie die Produkte gepflegt, geerntet und transportiert werden. Das gibt uns und unseren Kunden Sicherheit.» In der Schweiz werden die frischen Produkte mariniert, gewürzt und veredelt, ebenfalls in schonender Handarbeit. Dabei verzichtet Ceposa AG auf maschinelle Verarbeitung und Pasteurisierungsprozesse – zugunsten von Authentizität und Mediterranität.

— Ceposa AG Oliven & Antipasti
Hafenstrasse 4
8280 Kreuzlingen
Telefon 071 677 30 33
info@ceposa.com
www.ceposa.com



Michel – Hochwertige Fruchtsäfte

Die Ansprüche der Konsumentinnen und Konsumenten steigen laufend. Um dieses Bedürfnis nach mehr Qualität und Genuss zu befriedigen, wurden einerseits die Rezepturen der Michel-Produkte überarbeitet. Neben dem Inhalt wurde aber auch die Optik aufgewertet: Ein einheitliches und modernes Etiketten-Design sorgt für einen noch hochwertigeren und fruchtigeren Auftritt und damit für eine unverkennbare Markenidentität. Natürlich bringt Michel auch in diesem Jahr ein neues Produkt auf den Markt. Michel Orange Premium ist ein Orangensaft, der zu 100 Prozent aus Florida-Orangen besteht. Die Früchte

bleiben bis zur vollen Reife am Baum und werden vor Ort frisch gepresst. Florida-Orangen sind die besten für Orangensaft; sie sind fruchtig, mild und gut verträglich. Michel Orange Premium ist ein 100-prozentiger Orangensaft, ohne Zuckerzusatz, hat die optimale Menge an Fruchtfleisch und viel fruchteigenes Vitamin C. Repräsentative Konsumententests haben gezeigt, dass Michel Orange Premium ideal ist bezüglich Süsse, Fruchtfleischgehalt und Milde. Erhältlich ist er für die Gastronomie ab sofort in den Glasflaschen zu 20 cl, 75 cl und 100 cl.
— www.rivella.ch

www.htr.ch

Mit dem grössten Stellenmarkt für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

- Inserate online aufgeben
- Profile hinterlegen und matchen
- Kostenlose E-Mail- und SMS-Benachrichtigung
- 3 x pro Woche zusätzliche News zum Print
- Online-Aboservice

Gasthof Bären, Schlatt

Die Sterne liegen in der Schublade

■ Es gibt viele Hotels mit 10 oder weniger Zimmern, die rentabel geführt werden. Hier zwei Kleinhôtels, die sich über eine gute Küche positionieren: Der «Bären» in Schlatt ob Appenzell und der «Waldhüter», ein von einem Schweizer geführtes Hotel im Schwarzwald.

Christine Künzler

Beide Kleinhôtels, das Gasthaus Bären in Schlatt ob Appenzell und das Restaurant und das Hotel zum Waldhüter im deutschen Gersbach (siehe Text unten), heben sich durch eine überdurchschnittlich gute Küche ab und beide Hotels liegen in einer ländlichen Umgebung.

Sonja und Walter Rechsteiner, Besitzer des Schlatter «Bären», führen den elterlichen, beziehungsweise schwiegerelterlichen Betrieb seit 18 Jahren. Er umfasst vier Hotelzimmer mit acht Betten. Das Schwergewicht liegt auf der Gastronomie: 130 Plätze im Restaurant, Garten und im Saal. «Regionale und internationale Spezialitäten», bereitet Walter Rechsteiner seinen Gästen. «Er probiert Verschiedenes aus», fügt seine Frau bei. So steht denn beispielsweise auch Mostbröckli-Carpaccio auf der Speisekarte.

Er steht in der Küche, sie an der Front

Rechsteiner hat sich 12 Gault-Millau-Punkte erkocht und wird auch im Guide Michelin und im Guide Bleu geehrt. Doch seine Gäste schauen sich vergebens nach den entsprechenden Kleibern an der Eingangstüre um. Auch im Restaurant hängt keine goldgerahmte Auszeichnung. Vielmehr liegen sie, für niemand sichtbar, in einer seiner Schreibtischschubladen. «Wir hängen das nicht auf, weil wir die Leute nicht abschrecken wollen. Wir wollen keine

Schwellenangst schüren», sagt er. Bescheiden und zurückhaltend wie er ist.

Das Reich von Walter Rechsteiner ist also die Küche, seine Frau indes – voller Tatendrang – betreut die Gäste an der Front. Die Mutter, Maria Rechsteiner (70) ist «die gute Seele des Betriebs», die jedes Wochenende mithilft. Dafür sind Rechsteiners dankbar, denn es sei schwierig, für die Wochenenden Ausnahmen zu finden. Von Rechsteiners drei Kindern hilft die Älteste im Betrieb aus. Zwei Lehrlinge arbeiten in der Küche, Aushilfen im Service und in den Zimmern. Rechsteiners arbeiten jeden Tag von 9 bis 24 Uhr und gönnen sich 5 Wochen Ferien im Jahr. An zwei Tagen in der Woche ist der «Bären» geschlossen. Das habe sich, so Rechsteiner, nicht negativ auf den Umsatz ausgewirkt: «Ganz im Gegenteil, er erhöht sich.»

Der «Bären» lebt von den vielen Stammgästen

«Der «Bären» hat eine rechte Wandlung durchgemacht», hält Sonja Rechsteiner fest. Ihre Schwiegereltern hatten den Betrieb damals vorwiegend nur am Samstag und Sonntag geöffnet und nebenher eine Bäckerei betrieben. Die führten die Jungen dann – nach der Übernahme des Hauses – noch drei Jahre weiter. Doch bevor sie nach Schlatt kamen, hatten sie Erfahrungen in einem Herisauer Restaurant gesammelt und die Gäste dann von dort mitgebracht, wie die Wirtin und Hotelière erzählt. «Dadurch hat sich das Geschäft entwickelt und wir sind dahin gekommen, wo wir heute stehen», ziehen die beiden Bilanz.

Die Zimmer im «Bären» sind einladend gestaltet. Vor vier Jahren sind sie neu renoviert worden. Rechsteiners haben, wie sie sagen, «bis jetzt mehr investiert, als der Verkaufswert des Gasthofs» betrage. In den Restaurants sind neue stilvolle WCs gebaut worden – auf die der Hausherr besonders stolz ist. Die Fenster und die Fassade sind erneuert, das Gartenrestaurant und der



■ Sonja und Walter Rechsteiner. Investiert wird in kleinen Schritten. Doch die WC-Anlage im Restaurant hat sich Walter Rechsteiner einiges kosten lassen. Er suchte so lange, bis er genau den Spiegel fand, den er wollte. Foto: Christine Künzler

Saal renoviert worden. «Jetzt steht die Küche an», sagt Walter Rechsteiner und erklärt: «Wir wollen in kleinen Schritten renovieren.»

Die Gastronomie im «Bären» lebt von seinen Stammgästen. Rechsteiners organisieren verschiedene Themenabende, die mit Essen verbunden sind. So findet beispielsweise auch ein Jazz-Abend statt. 95 Prozent ihres Umsatzes generieren sie aus der Gastronomie, 5 Prozent aus der Hotellerie. «Die Hotelzimmer ermöglichen uns ein gutes Nebeneinkommen, denn die Gebäude-

grösse dafür ist ja vorhanden», fasst Walter Rechsteiner zusammen. Eines der Hotelzimmer vermarkten sie über die Tourismusorganisation. Allerdings müsse, wer im «Bären» nächtigt, etwas wissen: «Neben dem Haus steht die Kirche, deren Glocken rund um die Uhr alle 15 Minuten läuten.» Das sei nicht im Sinne aller Gäste. «Einige wollen lieber Kuhglocken hören, andere fühlen sich in der Nachtruhe gestört», erzählen Rechsteiners. Das Glockengeläute habe schon «unangenehme Situationen» provoziert...

Vermarktet wird der «Bären» auch übers Internet – von wo die meisten Buchungen stammen – und über Inserate in einem Magazin für Auslands-Appenzeller. Auch der Michelin-Guide bringe Gäste. «Eigentlich haben wir genug zu tun», zieht Walter Rechsteiner Bilanz. Sie indes ist der Meinung, man «könnte mutiger sein» und doch ein paar neue Angebote lancieren. So oder so: Dem «Bären» wird wohl nicht an Gästen mangeln – es sei denn, es verbreitet sich eine Massenerkrankung gegen Glockengeläute.

«Zum Waldhüter», Gersbach

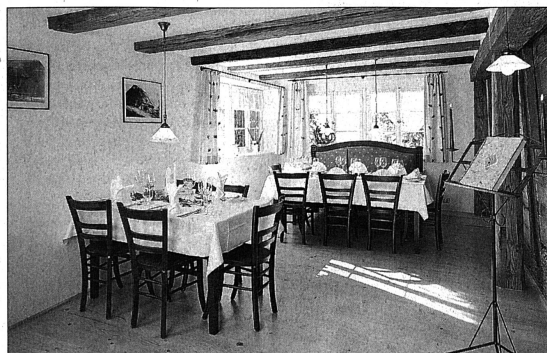
Das Hotel war einst ein Bauernhaus

■ Der Basler Christoph Meier, der im Schwarzwald (D) das Restaurant und Hotel Zum Waldhüter führt, ist ein Quereinsteiger. Auch er setzt auf kulinarische und kulturelle Themenabende. Sein Hotel – ein ehemaliges Bauernhaus – hat acht Zimmer.

Christine Künzler

Christof Meier hatte eine leitende Position in einer Schweizer Bank inne und lebte damals in Zürich und London – je zu gleichen Teilen. Er habe sich vorgenommen, mit 50 aus dem Bankbusiness auszustiegen, erzählt er. «Meinungsverschiedenheiten in der Personalpolitik» haben seinen Ausstieg dann um zwei Jahre nach vorne verschoben. Seinen Wunsch, sich künftig an Stelle von Devisen «mit Menschen zu beschäftigen», wollte er in der Gastronomie verwirklichen. Der Quereinsteiger hat sich dann in Praktika in verschiedenen Schweizer Hotels auf seine neue Tätigkeit als Hotelier vorbereitet.

Dass sein Hotel im Schwarzwald stehen sollte, war für den Basler von Anfang an klar. Nicht nur, weil er mit einer Deutschen verheiratet ist, sondern auch, weil «viele Basler hier ihre Ferienhäuser haben». Er habe sich viele Ob-



■ Gemütliches Restaurant. Sowohl die Atmosphäre als auch die servierten Speisen bilden eine Einheit – dem Stil des Hauses angepasst. Foto: zvg

jekte angeschaut. Als er dann das Bauernhaus in Gersbach gesehen habe, sei das für ihn «Liebe auf den ersten Blick» gewesen. Im Januar 2002 erwarb er das Bauernhaus, liess es umbauen und eröffnete im Oktober des gleichen Jahres sein mit «3 Sternen plus» klassifiziertes Hotel Zum Waldhüter. Die Dorfbewohner akzeptierte ihn und kehre auch bei ihm ein. «Wenn man Erfolg haben will, braucht es die Einheimischen», hält Meier fest.

Der «Waldhüter» verfügt nun über 8 Zimmer, 60 Plätze im Restaurant und 25 im Garten. In der umgebauten Scheune können Hochzeiten gefeiert oder Seminare durchgeführt werden: 65 Gäste finden dort Platz. Jedes Zimmer ist anders – aber alle geschmackvoll und in ihrer Ursprünglichkeit belassen – renoviert. Moderne Nasszellen und liebevolle Details machen sie zu originellen, komfortablen Hotelzimmern. Im Restaurant, das in verschiedene

Räume unterteilt ist, gibt es kuscheligen Ecken, ein Sofa und einen Trittflöten. «Es ist mir wichtig, dass der Betrieb etwas Besonderes ausstrahlt», so Meier.

«Gutbürgerliche Küche im oberen Viertel angesiedelt»

Meier organisiert jährlich fünf bis sechs verschiedene kulturelle Veranstaltungen, die er mit Kulinarik koppelt. Im November beispielsweise ist ein «vorweihnächtliches Barockkonzert mit einem festlichen 4-Gang-Menü» angesagt. Der Gast kann verschiedene Packages – auch mit Übernachtung – buchen.

Die «Waldhüter»-Küche beurteilt Meier als «gutbürgerlich, im oberen Viertel angesiedelt». – «Wir kochen für Gäste, nicht für Sterne», beantwortet er die Frage nach gastronomischen Punkten und Sternen. Sein Betrieb gehört indes der Kooperation «Schmecke den Süden» und der Vereinigung Naturpark-Wirte Schwarzwald an. Damit verpflichtet er sich, regionale Produkte von regionalen Anbietern zu verwenden. Meier hat ein Leitbild erstellt, wie er mit den Gästen, den Mitarbeitenden und den Lieferanten verkehrt und wie er sich gegenüber der Natur verhält.

Eine gute Küche ist der eine Pfeiler von Meiers Philosophie, Ambiente und Gastfreundlichkeit sind die beiden anderen. Das Restaurant bringt ihm 65% seines Umsatzes, 35% generiert er aus

dem Logement. 12 Mitarbeitende, davon 7 Teilzeitangestellte, sorgen für das Wohl der Gäste. Im letzten Jahr war das Hotel zu 46% ausgelastet, dieses Jahr werden es etwa 52% sein. «Mein Ziel ist es, eine Auslastung zwischen 65 und 70 Prozent zu erreichen.»

Eine Philosophie auf drei Pfeilern

«Wir sind stark auf die Schweizer Kunden ausgerichtet.» So reisen denn 55% seiner Gäste aus der Schweiz an, 30% aus Deutschland, die verbleibenden 15% vorwiegend aus Frankreich. «Ich versuche, mit verschiedenen Angeboten Gäste zu holen und wir arbeiten mit diversen Reservationssystemen zusammen», hält Meier fest. An den Wochenenden sei das Haus gut gebucht, «die Problematik ist, die Betten unter der Woche zu füllen.»

Ab Weihnachten bis Mitte März ist das auf 1000 Meter über Meer liegende Gersbach eingeschneit. Es hat zwar einige kleinere Skilifte, doch so richtig Wintersport lässt sich dort nicht betreiben. Weil Gersbach nicht der Nabel der Welt ist und mit öffentlichen Verkehrsmitteln nur schwierig erreichbar ist, sei es ihm wichtig, dass der Gast im Hotel selber etwas geboten bekomme. So strebt er an, «dem Gast den Wunsch von den Augen abzulesen, noch bevor er ihn geäußert hat».

HESSERUNTERNEHMENSBERATUNG
FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

**Wir verkaufen - vermieten
oder suchen Ihren neuen Betrieb,
unser Immobilienbulletin erreicht
16'000 Leser**

**Wir sind auch die Spezialisten
für Probleme mit der Bank, Umfinanzie-
rungen, Sanierungen, Reorganisationen,
Kostenrestrukturierungen und Marketing**

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

**IHRE Chance in Graubünden
TOP-Ferienort in
MITTELBÜNDE**

Zu verkaufen gut eingeführter

Gastrobetrieb

an guter Lage mit optimaler
Parkierung; kein Sanierungsbedarf;
sehr gute Abläufe;
Speiserestaurant/Pizzeria mit total
180 Plätzen.

CHF 1,85 Mio.

INKLUSIVE ist sämtliches Inventar;
3½-Zi.-Wohnung (EG)
sowie 5 Personalzimmer im UG.
Interessenten melden sich unter
Chiffre S 513-429047, an Publicitas
S.A., Postfach 48,
1752 Villars-s/Glâne 1

168361/582708

Zu verkaufen in der Stadt Luzern

Hotel-Liegenschaft

mit 40 Betten und

neuezeitlichem Restaurant. Gute Lage.

Interessenten melden sich unter
Chiffre 168442, hotel + tourismus
revue, Postfach, 3001 Bern.

168442/414680

Gsell & Partner

Kompetenz in Hotellerie und Restauration

**Unabhängig.
Unkonventionell.**

- I Betriebsanalysen
- I Businesspläne
- I Machbarkeitsstudien
- I Restrukturierung
- I Turnaround

Gsell & Partner GmbH | 6003 Luzern
Telefon +41 (0)41 220 2000
Telefax +41 (0)41 220 2001
info@gsellundpartner.ch
www.gsellundpartner.ch

Im Auftrag der Eigentümer vermieten wir per 01.04.2006

**Speiserestaurant
Krone Wetzikon**

(ca. 100 Plätze)

mit Gartenwirtschaft (ca. 50 Plätze).

Auf die Betriebsübernahme sind Renovationsarbeiten vorgesehen. Eine Mit-
sprache des Mieters wird angestrebt.

Interessenten bitten wir, uns Vorschläge und Ideen für das Betriebskonzept
sowie persönliche Unterlagen zuzustellen.

P.S. Der grosse Saal ist nicht Gegenstand des Mietvertrages.

Bewerbungen bitte an:

BDO

BDO Visura Immobilien
yvonne.bruderer@bdo.ch

Pappelstrasse 12
8622 Wetzikon
Tel. 044/444 37 49

Schweizer Bijou-Kleinhof am Bodensee, unweit von
Konstanz an bester Passantenlage, altershalber zu ver-
kaufen. Ein Betrieb mit tadelloser Bausubstanz in einem
grossen Einzugsgebiet, mit dem man beste Rentabilität
erzielen kann!

Interessenten melden sich bitte bei ReOr - Beratungen
Postfach, 8185 Winkel / ZH oder Tel. 044 862 69 40
E-Mail: info@reor.ch

168439/350338

Grosser Rampenverkauf

(Infolge Lagerräumung)

von

**Restaurant-, Bar- und
Dancing-Inventar**

- Bareinrichtung komplett
- Dancingeinrichtung komplett
- Tische und Stühle aller Art
- Pizzaofen
- Musikanlage und DJ-Pult
- Lichteffect-Anlage
- Chromstahlbare
- Wand- u. Deckenlampen
- Kaffeemaschinen
- Teigwarenmachine (neu)
- Softice-Maschine
- Küchenmaschinen
- Grill, Backofen
- Bilder
- Grosses Sortiment von Gastro-Kleininventar

Am Freitag, Samstag und Sonntag, 4., 5. und 6. 11. 2005
jeweils von 10 bis 20 Uhr,
im Restaurant «Stella del lago» in 3653 Oberhofen

Günstige, vorteilhafte Preise
ALLES MUSS WEG!

Ein Transportservice steht gegen Bezahlung zur Verfügung.

Interessenten können sich vorgängig melden bei:

Jemini Ristorante AG
Herr Remzi oder Herr D. Zehnder
Schoren 45, 3653 Oberhofen
Telefon 033 244 10 66
Telefax 033 244 10 67
Natel: 079 656 14 42 (R. Jemini)
E-Mail: d.zehnder@jemini.ch

168505/418130

**20% Rabatt
Nov. + Dez. 2005**



Chlausmärt



2. Dez. 09.00-19.00 Uhr
3. Dez. 08.00-16.00 Uhr

- exklusive Aussenleuchten in Schmiedeeisen,
Edelstahl und Aluminium
- Schmiedeeisen für Haus und Garten
- Bronzereiher, -Enten usw.
- Alugartenmöbel



Rupp Metalltend

Schmiedeeisen und Leuchten
Sarmenstorferstrasse 4-8, CH-5615 Fahrwangen
Telefon 056 676 60 50

168507/269566

Ist es bereits 5 vor 12?

Wenn es bei den FINANZEN brennt
- wir holen Sie aus dem FEUER.

Erfahrene, anders denkende Consultant helfen
Ihnen zurück zum Erfolg, z.B. Umfinanzierung,
Sanierung, Beteiligung, Venture Capital. Rufen
Sie uns einfach an: Tel. 071 910 17 10,
www.gallustreuhand.ch

168344/431965

Ihr

Restaurant oder Kleinhof

ist meine Leidenschaft.

In Frage kommt Geschäftsführung/
Pacht/Kauf.

Ich (w) bin im besten Alter und verfüge
über die notwendigen Voraussetzungen.
Termin nach Vereinbarung.

Ihr Kurzbeschreibung mit Foto oder Web-
site erreicht mich unter Chiffre 168509,
hotel + tourismus revue, Postfach,
3001 Bern.

168509/431993

Kulturrestaurant in Zürich sucht

Käufer/Investor

Der Betrieb umfasst 760 m², unterteilt in
drei offene Räume.
Restaurant 140 Plätze, Garten 80
Plätze, Bar 22 Laufmeter.

Eigenkapital von mind. Fr. 250.000.-
sowie Kapitalnachweis erforderlich.
Interessiert?

Auskunft erhalten Sie unter Chiffre
168503, hotel + tourismus revue, Post-
fach, 3001 Bern.

168503/409579

Zu verkaufen: elektronische
Stempeluhren

ab Fr. 598.-

- Rechennde Ausführung ab Fr. 790.-
- Badge-System ab Fr. 1800.-
- Stets rev. Occ. mit Garantie

Jaeggi Uhrenanlagen

Lys: 032 384 50 51
Zürich: 01 202 34 61

www.jaeggi-co.ch
info@jaeggi-co.ch

Qualitäts-Offset

Postkarten

ab Ihrem Foto oder digitalen Daten
4/1-farbig, Hochglanz, inkl. Digi-Proof

500 Ex. A5 ab CHF 295.00
1000 Ex. A5 ab CHF 343.00

inkl. MwSt und Versandkosten (CH)

Aktion bis 15. Dezember!

DS Interprint AG CH-7310 Bad Ragaz
Fon 081 3004850 www.ds-interprint.ch
Fax 081 3004851 info@ds-interprint.ch

Sprachaufenthalte

21-jährige Erfahrung - Beratung kostenlos
A+R Frischknecht Tel 044 926 39 58
www.sprachausbildung.ch

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@htr.ch, www.htr.ch

htr

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



Seminare und Kongresse

Grossfirmen haben andere Wünsche

■ Grossunternehmen haben bei der Organisation von Seminaren und Kongressen teilweise ähnliche Bedürfnisse wie Kleinbetriebe. Doch oft beklagen die Grossfirmen, für sehr grosse Anlässe nicht genügend Hotels zu finden, welche ihrer Kapazitätsnachfrage entsprechen.

Daniel Stampfli

«Unsere Seminare finden weltweit statt, jedoch am häufigsten in Basel.» Dies sagt Claudia Fäh, Leiterin des Teams Tagungen und Seminare, tätig beim Roche-Hauptsitz in Basel. Claudia Fäh, zuständig für die Seminar-Abteilung, organisiert mit ihrem Team jährlich rund 500 Seminare mit einer durchschnittlichen Dauer von 1,5 Tagen. In der Regel nehmen jeweils rund 20 bis 25 Personen an diesen Veranstaltungen teil.

«Trenddestinationen gibt es durchaus», so Claudia Fäh. In der Regel seien diese jedoch durch die Nähe zu einer Roche-Filiale gegeben. Die Wahl eines bestimmten Hotels in Basel treffen Seminar-Abteilung und Auftraggeber gemeinsam, sagt Claudia Fäh. Meistens sei dabei Roche-Nähe gefragt. Wird ein Seminar in einem Hotel durchgeführt, kommen dafür in der Regel zwei Gründe in Frage: in den eigenen Räumen von Roche ist nicht genügend Platz vorhanden oder die Denkarbeit soll bewusst ausserhalb des Betriebes stattfinden.

In der Regel gute Erfahrungen gemacht

Bei Veranstaltungen in Basel werden die Infrastruktur sowie die Zimmer über Claudia Fähs Team organisiert, teilweise werden die Übernachtungen aber auch direkt über internationale Reservationssysteme gebucht. Finden die Anlässe im Ausland statt, wird hingegen das gesamte Seminarpaket inklusive Übernachtung durch das Team Tagungen und Seminare gebucht. Bei der Hotelauswahl werden die Kundenwünsche so weit möglich mitberücksichtigt.

Oft werden in Basel Betriebe internationaler Hotelketten ausgewählt, dies aufgrund guter Erfahrungen. Es gebe jedoch auch andere Hotels, «die wir gut kennen und mit denen wir gut zusammenarbeiten». Es sei auch schon vorgekommen, dass Kunden den Wunsch geäussert hätten, ein bestimmtes Hotel nicht mehr zu berücksichtigen. «Aber in der Regel machen wir in Basel mit allen Betrieben gute Erfahrungen», so Claudia Fäh.

Wenig Möglichkeiten für Grossanlässe

Auch die UBS organisiert ihre Veranstaltungen weltweit. «Die einzelnen

Tage zusammengezählt, kommen wir auf ganze Monate im Jahr», sagt Ulla Zumbühl, Senior-Projektleiterin Events bei der UBS. Dabei werde teilweise auch mit Event-Agenturen zusammengearbeitet. Bei der Wahl eines idealen Kongresshotels sei meist das Angebot an genügend Zimmern und an guten Konferenzmöglichkeiten entscheidend. Nicht selten würden laut Ulla Zumbühl 500 Zimmer benötigt. «Sollten dann noch gleichzeitig Workshops durchgeführt werden, wird es in der Schweiz sehr schwierig.»

Bedingt durch diese schwierigen Rahmenbedingungen, würden oft die gleichen Hotels berücksichtigt. Schlechte Erfahrungen hat auch die UBS schon gemacht. Der Service, die Einstellung des Managements bezüglich Flexibilität, die Räumlichkeiten, die Dienstleistungsbereitschaft liessen schon mal zu wünschen übrig.

«Entscheidend für die Auswahl eines geeigneten Ortes ist einerseits das Konzept – Inhalt und Art der Durchführung – der Veranstaltung sowie die Anzahl der teilnehmenden Personen.» Dies sagt Bettina Müller, die für die Sparte Steuern der Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft KPMG die externen Anlässe organisiert. «Ich muss immer wieder mit Entsetzen feststellen, dass gar nicht so viele Möglichkeiten bestehen.» Für 200 Personen Hotelzimmer, ein Plenum sowie verschiedene Gruppenräume zu finden, sei nicht einfach. Oft würden dann die Leute auf verschiedene Hotels aufgeteilt. «Zwei Hotels sind dabei ok, so dass auch nach Funktionsstufen unterteilt werden kann», so Bettina Müller. Bedingung sei aber, dass sich beide Hotels in geografischer Nähe befinden.

Unternehmensabteilungen funktionieren autonom

Andere Schweizer Konzerne sind bei der Organisation von Seminaren sehr dezentral organisiert, so zum Beispiel bei der ABB. Die einzelnen Abteilungen hätten alle ihre eigenen «Favoriten», sagt Lukas Inderfurth, Leiter der ABB-Medienstelle. Vereinzelt würden auch Anfragen für Empfehlungen an die Medienstelle gerichtet. «Wir kennen einzelne Seminarhotels, von denen wir wissen, dass die Infrastruktur in Ordnung ist.» Übrigens verfügt ABB über ein eigenes internes Reisebüro – ABB Intra AG. Dieses befasst sich mit der Organisation von Geschäftsreisen. Dazu gehört zum Beispiel das Buchen von Flügen.

Auch bei der Swisscom, welche in Gruppengesellschaften aufgeteilt ist, würden die meisten Abteilungen ihre Anlässe selbst organisieren, wie Swisscom-Mediensprecher Josef Frey erklärt. Eines sei jedoch allen gemeinsam: «Wir bevorzugen vorbelastete Hotels, die W-LAN anbieten.»

«Zu viel Luxus lenkt von der Arbeit ab.»

Er habe als Workshop-Moderator schon die Erfahrung gemacht, dass Seminarhotels die Kunden über das Essen zu frieden stellen wollen und der eigentliche Seminarzweck fast zur Nebensache werde. Wichtig sei, dass das Hotel in jedem Fall auf die Kundenwünsche eingee, und da sei Flexibilität gefragt. Luzian Ruch stellt bei der Moderation von Workshops «immer wieder die gleiche Schwachstelle» fest. Der so genannte Moderatoren-Koffer (enthaltend Kleinmaterial wie Filzstifte, Kärtchen, Hellraumprojektorstifte, Klebband, Schere) sei oft nicht ausreichend bestückt oder der Inhalt befände sich in einem erbärmlichen Zustand. «Häufig kümmert sich niemand um die A-Jour-Haltung des Moderatoren-Koffers», so Ruch. DST



■ Kongress ist nicht gleich Kongress. Je nach Veranstaltung und Anzahl Teilnehmer kommen bei den organisierenden Unternehmen mehr oder weniger Hotels in die engere Auswahl. Im Bild das Hotel Arte Kongresszentrum in Olten. Foto: zvg

Anzeige

Cafitesse

professional coffee system

Wir freuen uns auf Ihren Besuch
an der IGEHO 19.-23. November
Halle 2.1, Stand H11

- für Frühstück,
- an Banketten und Tagungen

Mit Cafitesse stimmen Qualität und Kosten.
Der Kaffeeservice ist schneller, einfacher und besser.

Ob für ein paar oder für tausend Gäste,
ob in der Tasse, im Kännchen oder im Krug,
jede Portion wird erst bei Bedarf frisch zubereitet,
ohne Verluste an Kaffee und Geschmack.

Cafitesse 400 mit Café Milc,
die einfachste und schnellste Zubereitung von
Cappuccino und Milchkaffee.

Gastro-Boy,
die mobile Kaffeestation.

DOUWÉ EGBERTS

Coffee Systems

COFFEE SYSTEMS

Repa AG
CH-5703 Seon
Tel. 062 775 07 07
www.repa.ch

Externe Berater als Tipp-Lieferanten

■ Grossunternehmen nehmen bei der Organisation von Seminaren oder Kongressen nicht selten auch Hilfe von externen Beratern und Moderatoren in Anspruch. «Sie wollen Tipps für geeignete Hotels, um externe Seminare oder Workshops durchzuführen», sagt Luzian Ruch, Geschäftsführer der Organisationsberatungsfirma AOC Partner AG in Bern. Dabei würden meist drei Elemente eine Rolle spielen: Räumlichkeiten und Seminar-Infrastruktur, Verpflegung sowie das Logement. Diese drei Aspekte müssten auch preislich – als Seminarpauschale – den Vorgaben der betreffenden Unternehmen entsprechen. Wichtig sei, so Ruch, dass angebotsmässig zwischen dem Seminarteil (Arbeit) und der Gastronomie bzw. der Hotellerie (Erholung und Fun) nicht eine allzu grosse «Konkurrenz» bestehe. Ruch:

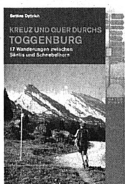
Bücher

Schön wandern und fein kochen

■ In der kälteren Jahreszeit lässt es sich gemütlich vom Sofa aus im Geist durch Gegenden, Länder und Zeiten wandeln. Rezeptsammlungen vermitteln die entsprechenden Gerichte dazu. Man freut sich jetzt schon darauf, die Regionen zu Fuss zu erkunden. Bücher helfen dabei.

Auf Tagestouren durchs unbekannte Toggenburg

Das Toggenburg ist eine ungemein abwechslungsreiche Wandergegend. Es erstreckt sich von den Hügeln bei Wil bis zu den Gipfeln von Alpstein und



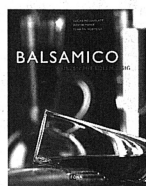
Churfürsten auf über 2000 Metern. Im voralpinen Gebiet lässt sich auch im Frühling und Herbst prima wandern. Die Autorin stellt zwölf ein- und fünf zweitägige Touren vor, sie führen an Höhlen und Mooren vorbei, über Grate und Karrenfelder zu den Gipfeln des Leischamm, des Speer oder des Lütispitz. Fast alle Touren sind auch für Kin-

der ab etwa 10 Jahre geeignet. Neben den nötigen Angaben für Anreise, Unterkunft und Besichtigungen hat Bettina Dytrich viel Interessantes und Wissenswertes über das Toggenburg eingelegt. Über Menschen aus dem Toggenburg, die Geschichte machten – und zwar nicht nur über die bekannten, wie etwa Ulrich Bräker. **RD**

Bettina Dytrich: «Kreuz und quer durchs Toggenburg. 17 Wanderungen zwischen Säntis und Schnebelhorn», 280 Seiten, 42 Franken. Rotpunktverlag, ISBN 3-85869-307-3

Dickflüssige Tropfen aus dem Gourmet-Paradies

Mit wenigen Tropfen davon lässt sich aus etwas Gewöhnlichem ein besonde-



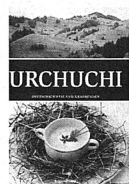
res Gericht zaubern. Mit wenigen Tropfen von Aceto Balsamico. Das Zentrum der Aceto-Welt lag lange Jahre im italienischen Modena – allerdings gibt es mittlerweile auch viel Konkurrenz aus anderen Ländern. Und: Es muss nicht immer Trauben-Balsamico sein. Es gibt heute Meister, die stellen vorzüglichen Essig aus Äpfeln, Rosen, Quitten und

Feigen her. Lucas Rosenblatt und Judith Meyer haben dreissig überdurchschnittlich gute Balsamicos ausgesucht und dafür fünfzig Menüs mit eigenen Rezepten zusammengestellt. Elsbeth Hobmeier hat dazu eine Warenkunde verfasst, die einem dabei hilft, qualitativ guten von einfach nur teurem Balsamico zu unterscheiden. **RD**

Rosenblatt/Meyer/Hobmeier: «Balsamico – Würzen mit edlem Essig», 158 Seiten, 42 Franken. Fona-Verlag, ISBN 3-03780-221-9

Gerichte und Geschichten aus der Deutschschweiz

Restaurantführer gibt es viele – keiner legt den Schwerpunkt so auf Authentisches wie «Urchuchi» von Martin Weiss.



Der Autor stellt 70 Restaurants in der Deutschschweiz und Graubünden vor, wo lokale Spezialitäten wie Capuns, Zigerhörnli, Hacktätschli frisch und fein zubereitet werden. Aber auch ganz neu «erfundene» Speisen finden sich im Buch. Bekannte Kochkünstler wie der «Chrüter-Oski» und der Kochpoet Stefan Wiener kommen vor. Aber auch

unbekannte Kochgrössen, die fast vergessene Rezepte in Erinnerung rufen. Dazu stellt Martin Weiss Reportagen, Porträts, weitere Restaurant- und Einkaufstipps und – die leckersten Rezepte aus verschiedenen Küchen und Zeiten. Eine Kampfansage an die globalisierte Geschmacksverdünnung und Fastfood ganz allgemein. **RD**

Martin Weiss: «Urchuchi – Schweizer Restaurants mit Geschichten und Gerichten, Deutschschweiz und Graubünden», 432 Seiten, 68 Franken. Rotpunktverlag, ISBN 3-85869-304-9

Besonderes aus dem Berner Oberland

Das Buch nennt sich «Wanderbegleiter für Alp- und Käseliebhaber» und be-



schreibt nicht weniger als 117 Käsealpen des Amtes Obersimmental. Es ermöglicht die Bekanntschaft nicht nur mit den Alpen selber, den Sennerinnen und Älplern, sondern auch mit Landschaften und Tieren. Der soeben erschienene, wie auch die früheren Bände zu den Ämtern Thun, Interlaken und Frutigen, liefern sämtliche Daten zu

den Alpen und ihren Sennten, zu Standorten, Eigentümern sowie über die jeweiligen Käseproduktionen und -spezialitäten. **RD**

Roth/Straubhaar: «Wege zum Alpkäse», Band 4, Amt Obersimmental. 448 Seiten, 49 Franken. Weber Verlag, Thun/Gwatt. ISBN 3-909532-20-9

So kocht und isst man in Niederösterreich

Ein bisschen weiter östlich der Schweizer Grenze spricht und kocht man ganz anders. Wer herausfinden möchte, wie Niederösterreich kocht und isst, findet entsprechende Rezepte voller Paradeiser, Marillen, Topfen und Striezel im neuen Buch der Wirtstocher, Fernsehmoderatorin und Radioköchin



Andrea Karrer. Und natürlich haben auch ganz viele Erdäpfel Platz, der «Inbegriff sanften, sättigenden Wohlbefagens». **RD**

Andrea Karrer: «Schlaraffenland & Gaumenlust – So schmeckt Niederösterreich», 205 S., Fr. 38.50. Niederösterreichisches Pressehaus, ISBN 3-85326-390-9.

Auf Jobsuche?

Schnupperabo: 10 Ausgaben für nur Fr. 25.–!

Abonnieren Sie jetzt die hotel+tourismus revue und nehmen Sie automatisch an der Verlosung eines **Elektrobikes (www.flyer.ch)** im Wert von **Fr. 4000.–** teil. Ausserdem erhalten Sie monatlich eine Zusatzchance für einen Ausflug mit 15 Elektrobikes.

FLYER
Innovation in Mobility

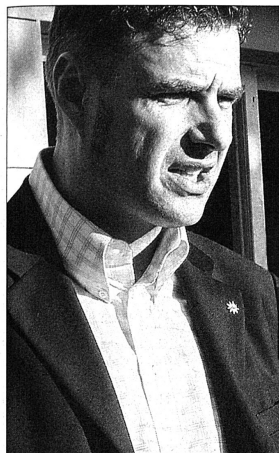


Abonnieren: Telefon 031 740 97 93, abo@htr.ch

htr

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





■ Am VSTM Management-Seminar in Locarno. VSTM-Präsident Marco Wyss (Bild links) sorgt dafür, dass alles seinen richtigen Lauf nimmt; die Touristiker suchen mit rauchenden Köpfen in Arbeitsgruppen nach Strategien für ein Marketing-Controlling in ihrer Destination (Bild Mitte, Bild rechts).

Fotos: Christine Künzler

Verband Schweizer Tourismusmanager

Provokative Thesen zum Nachdenken

■ Peter Keller, Leiter Ressort Tourismus beim Seco, stellte am Management-Seminar des Verbands Schweizer Tourismusmanager Thesen auf, die zum Nachdenken herausfordern. Er beleuchtete die touristischen Dauerthemen Innovationen und Destinationen.

Christine Künzler

Rund 60 Touristiker/-innen nahmen am diesjährigen Management-Seminar* des Verbands Schweizer Tourismusmanager (VSTM) in Locarno teil. Schwerpunktthemen an diesem auf Touristiker zugeschnittenen Weiterbildungsanlass waren Marketing-Innovation, Marketing-Controlling (vgl. Box) und betriebliche Gesundheitsförderung. Peter Keller, Leiter des Ressorts Tourismus beim Seco in Bern, sprach auf unterhaltsame, frische und intelligente Art über Innovationen, Kooperationen und Destinationen. Seine teilweise provokativen Thesen und Ausführungen regen zum Nachdenken an.

Keller begann seine Ausführungen mit dem «Globalisierungsschock: Wir hätten nicht erwartet, dass es einmal so viele Destinationen gibt und dass diese neuen Länder schon einen Drittel der touristischen Einnahmen generieren.» Der Globalisierungsschock habe auch den Angebotsschock mitgebracht – zum Beispiel 7- und 8-Sterne-Hotels in Thailand. Eine Situation, die die touristische Schweiz dazu auffordere «zu zeigen, was sie hat, hervorzuheben, wo sie brillieren kann». Die Dienstleistungen im Schweizer Tourismus nämlich würden immer dünner – «eine Schwäche, die die Globalisierung blossgelegt hat». Auch die «Strukturen im Tourismus sind nicht das, was wir gerne hätten», zog Keller Bilanz. Als Konsequenz daraus die Frage: «Ist die Schweiz überhaupt ein Global Player?» Die Antwort gab er gleich selbst: «Die Zukunft liegt im Nischen-Player.» Aber auch als Nischen-Player sei Wachstum angesagt – was Innovationen erfordere.

«Kann man Dienstleistungen innovieren?»

Doch: «Sind Innovationen im Tourismus überhaupt möglich?», fragte Keller seine Zuhörerinnen und Zuhörer. Bei der Hardware ja, anders im Softwarebereich: «Kann man Dienstleistung überhaupt innovieren?», stellte er als Frage in den Raum. Ob es denn nicht hauptsächlich die grossen Basisinnovationen seien, wie zum Beispiel die Industrialisierung oder die Erfindung der Bahn und des Flugzeugs, die den Tourismus beein-

flussten? Hintergründe, die Keller zu der provokativen Frage veranlassten, ob es im Schweizer Tourismus «überhaupt noch Innovationen» gibt. Er untermauerte seine Frage mit drei Thesen: 1. «Wenn der Sektor reif ist, kommen keine Ideen mehr.» 2. «Die unternehmerischen Ressourcen werden von einem Sektor in den anderen transferiert, dorthin, wo es mehr Geld zu verdienen gibt.» 3. «Die marktwirtschaftlichen Rahmenbedingungen entscheiden darüber, wo Innovatoren aktiv sind.» Kellers Rezept, wie die touristische Schweiz ohne grosse Investitionen Logiernächte generieren kann, ist einfach: über die Gastfreundschaft, über «die Art und Weise, wie der Gast willkommen geheissen wird».

Innovationen, fasste er zusammen, seien nur im Bereich touristischer Strukturen möglich. Sie basierten auf Kooperationen. Allerdings soll, wer kooperiert, vorher sorgsam abklären, ob er davon profitieren könne, riet Keller den Touristikern. «Sonst soll er lieber nicht kooperieren.»

«Die Attraktion schafft den Wert der Destination»

Von den Kooperationen zu den Destinationen: «Vor 20 Jahren glaubte ich, eine Destination liesse sich managen wie ein Kreuzschiff. Doch heute sehe ich, dass das nicht geht.» Keller sprach von der Hierarchie der Destinationen. Zuoberst stehen jene Destinationen, die die spektakulärsten Attraktionen bieten – natürliche oder hausgemachte. «Die Attraktion schafft den Wert der Destination», fasste er zusammen und brachte gleich ein Beispiel: Wo, wenn nicht in Zermatt, bezahlt der Gast 80 Franken für eine Übernachtung in der Jugendherberge? Das USP Matterhorn machts möglich. Doch auch externe Faktoren können einen Ort in die oberen Ränge pushen: Die Alpenarena Fims, Laax, Falera sei auch deshalb so erfolgreich, weil sie zürichnah liegt und dort ihre Gäste holen könne.

Grosse Destinationen haben am Markt grundsätzlich auch grössere Chancen, sagte Keller. Die Nachteile dieser Konzentration: «Sie wirft einen Schatten auf das Hinterland.» Kleine Orte haben das Nachsehen.

«Jede Destination hat ihren Lebenszyklus»

«Jede Destination hat einen Lebenszyklus.» Keller sagte auch, weshalb: Attraktionen beschränken die Repositionierung des Produkts, das Spektrum der Produkte und auch deren Austauschbarkeit. «Die Bergdestination kann nicht plötzlich zur Kulturdestination mutieren.» Sättigungserscheinun-

gen im Bereich Wintersport und der schrumpfende Hotelsektor erschweren den Destinationen zudem, in Produkte zu investieren.

Keller rät den Touristikern zum Value-Based-Pricing. Zum Beispiel: die Preise bei einem Ärztekongress zu erhöhen oder Gästen, die auf Rabatte bestehen, diese auch zu gewähren. Weitere Möglichkeiten sind, die Zimmerpreise nach Ländern zu gestalten, Stammkunden Spezialvergünstigun-

gen einzuräumen oder Marken zu bilden, die unterschiedlich kosten.

Keller skizzierte zum Schluss ein Konzept für eine innovationsorientierte Tourismuspolitik: Innovations-Kreations-Mechanismen wie zum Beispiel InnoTour und der Tourismuspreis Milestone zur Produktivitätssteigerung, Investitionen in Attraktionen, neue Dienstleistungsbündel und Märkte sowie wettbewerbsfähige Strukturen. «Der Bund», schloss Keller, «wird Inova-

tionen immer belohnen.» Mit anderen Worten: die Chance ist gross, das innovative touristische Projekte auch nach 2007 – dem vorläufigen Ende von InnoTour – unterstützt werden.

* Weitere Referenten am Management-Seminar: Sven Reinecke, Uni St. Gallen (Marketing-Controlling, siehe Box); Marianne Dürst, Regierungsrätin und Vorsteherin Departement für Volkswirtschaft und Inneres (Innovationsprozesse in der Politik); Urs Kessler, Jungfraubahnen (Innovationen, Controlling Marketing); Yolanda Kopp Viglino (Gesundheitsförderung).

Das Marketing-Controlling ermöglicht, zielgerechter und effizienter zu werben

■ «Marketing-Controlling ist ein Thema, das in den letzten Jahren an Relevanz gewonnen hat», sagte Sven Reinecke, Leiter des Kompetenzzentrums Marketing-Planung und Marketing-Controlling an der Uni St. Gallen, am Management-Seminar des VSTM. Marketing-Controlling zeige, ob eine Werbung Erfolg hat. Unter Umständen muss eine Tourismusorganisation gegenüber dem Vorstand beweisen, dass sie ihre Marketinggelder sinnvoll einsetzt. Das könnte sie mit einem Marketing-Controlling, denn Marketing ist messbar. Das erlaubt auch, Marketingmittel gezielter und effizienter einzusetzen. Das Marketing-Controlling erfordert jedoch eine differenzierte Planung und Kennzahlen. Der erste Schritt zum Controlling ist das Marketing-Audit als

Health-Check, eine Art Bestandsaufnahme, die zeigt, ob eine Destination marketingmässig auf dem richtigen Weg ist und was für Stärken und Schwächen das Marketing aufweist. Dafür müssen Marketingumwelt, -ziele, -strategien und -massnahmen untersucht werden. Der zweite Schritt ist dem Kunden-Controlling und der Segmentierung gewidmet. Laut Reinecke ein zentraler Hebel bei Dienstleistungen. Die Analyse soll aufzeigen, ob die richtigen Kunden fokussiert werden. Dafür müssen homogene und wirtschaftlich interessante Kundengruppen identifiziert werden, die dann differenziert bearbeitet werden können. Drittens gilt es, sich mit dem Marken- und Kommunikations-Controlling auseinander zu setzen. Marken-Controlling bedeutet Selektion, Fokus,

klare verbindliche und kontrollierbare Ziele anstelle von unverbindlicher Massenkommunikation. Dabei gilt es, Antworten auf verschiedene Fragen zu finden: Wer bin ich, wie bin ich, was biete ich an und wie erscheine ich? Bei welcher Zielgruppe möchte ich welches Verhalten oder welche Einstellung bewirken? Der vierte Baustein dann, ist die Messung der Kundenzufriedenheit und Kundenbindung – und zwar kennzahlengestützt, systematisch und kontinuierlich. Hier drängt sich ein Vergleich auf zwischen Kundenerwartungen und subjektiv wahrgenommenen Leistungen. Anschliessend an das Referat von Reinecke erarbeiteten die Touristikerinnen und Touristiker auf ihre Destinationen zugeschnittene Marketing-Controlling-Strategien. CK

Anzeige

Côte d'Azur, der neue Kaffeetrend!

Auserlesene Kaffeespezialitäten in ungewöhnlicher Weise gemischt. Ein mediterraner Kaffee mit verführerischem Aroma. Für alle, die das Trendige suchen.

café
côte d'azur

Premiere an der IGEHO

Herzlich willkommen an unserem Stand B 74 in der Halle 1.1 an der IGEHO vom 19.-23.11.05

Selbstverständlich wieder mit Workshop

Tradition Tradition

www.blaser-cafe.ch

031 380 55 55

LESERBRIEF

«Bemühungen sind für mich nicht ersichtlich»

► «Jetzt heisst es dranbleiben» – Kommentar in der htr Nr. 41 vom 13. Oktober 05

Ich war in Scuol in den Ferien. Da konnte ich überhaupt keine Bemühungen der Tourismusbranche feststellen. Im Tourismusbüro bekam ich auf die Frage, welche Wanderungen in höher gelegenen Gebieten nach den grossen Schneefällen denn noch möglich seien, die viel aussagende Antwort: «Meinen Sie, wir schicken überall hin unsere Leute, um die Pfade zu begehen?» Welche Hütten denn nun noch offen seien? «Wissen wir doch nicht.» In den Restaurants hatten wir oft das Gefühl, die Gastgeber wären lieber allein geblieben, anstatt uns Kuchen und Kaffee zu servieren.

Bei schwierigen Wetterverhältnissen sucht man sich Wanderungen in tiefer gelegenen Gebieten. Ins Val Sinestra fahren drei Postautos im Abstand von ca. vier Stunden. Bei der Ankunft steht beim ersten Berghaus: leider ab 25. August geschlossen, bitte wenden Sie sich ans Kurhaus. Da wiederum steht: Heute Ruhetag. Und das in der Hochsaison!

Natürlich bekamen wir auch nette Antworten. Die Bahnangestellten von Motta Naluns konnten uns dann mitteilen, ob der Weg nach Ftan begehbar sei oder nicht, und auch die Leute im Bad waren immer zuvorkommend. Die Bemühungen des Schweizer Tourismus sind für mich nicht ersichtlich, vor allem nicht nach solchen Erfahrungen.

Christina Urech, Bern

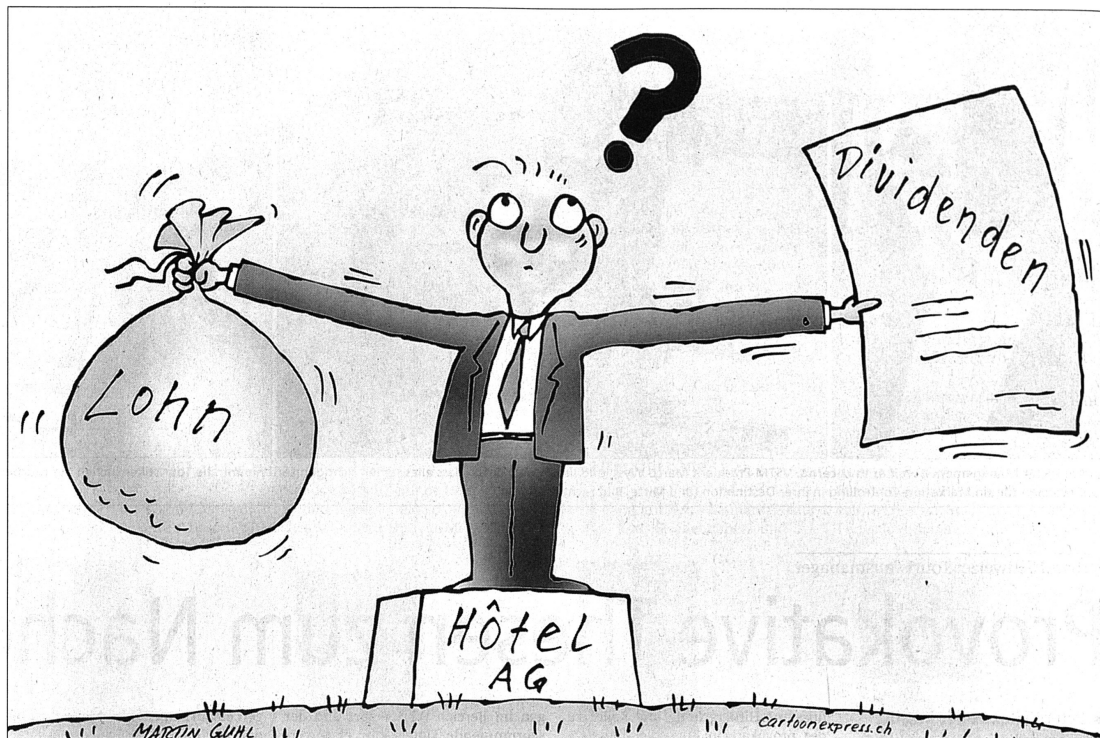
Dazu folgende Stellungnahme:

Nicht erst seit «Allegra in Svizzera» (AIS) wissen wir es: Die Tourismus-Dienstleistungskette ist zerstückelt, jede Teilleistung kommt aus einer anderen Hand, und die Tourismusorganisationen sind nur theoretisch für die ganze Kette zuständig. Im Erlebnis von Frau Urech sind wir von der Engadin/Scuol Tourismus AG durch das negative Erlebnis in der Gästefoto direkt und konkret betroffen. Der entsprechende Mitarbeiter war nicht kompetent, unvorbereitet, hilflos und löste diese Aufgabe insgesamt ungenügend und unprofessionell. Auf die nächsten Gäste mit verständlichen und durchaus «normalen» Fragen werden wir uns vorbereiten.

Von den weiteren vier erwähnten «Dienstleistungskette-Gliedern» haben die Bergbahnen und das Bogn Engiadina gute Arbeit geleistet. Mit dem Postautodienst versuchen wir, das Angebot ständig zu optimieren, und die Servicequalität in Restaurants ist im Rahmen der nationalen Q-Ossifi ein stark beachtetes Feld. In diesem Sinn engagieren wir uns (hoffentlich bald spürbar) für eine Dienstleistungskette, welche ihren Namen verdient.

Urs Wohler, Direktor Engadin/Scuol Tourismus AG

Ihre Meinung interessiert uns. Zuschriften müssen sich auf einen in der htr erscheinenden Artikel beziehen oder die Branche betreffen. Adresse: hotel+tourismus revue, Redaktion, Postfach, 3001 Bern. E-Mail: redaktion@htr.ch



Ratgeber

Mehr Lohn oder eine Dividende?

► **Frage:** Dank erfolgreicher Geschäftstätigkeit als Hotelier besitzt meine Aktiengesellschaft bereits ein gewisses Polster an Liquidität und ich rechne für die kommenden Jahre mit guten Ergebnissen. Soll ich meinen Lohn erhöhen oder Dividenden beziehen? A. R. aus G.

■ Hugo Schmid
Dipl. Steuerexperte
Bommer + Partner
Treuhandgesellschaft



► **Antwort:** Zuerst einmal meine Anerkennung dafür, dass Sie als erfolgreicher Hotelier sich mit diesen Problemen auseinander setzen dürfen. Dies ist eindeutig erfreulicher, als sich Gedanken über fehlende Mittel oder gar Sanierungen machen zu müssen. Da Sie sowohl Aktionär wie auch Mitarbeiter Ihrer eigenen Aktiengesellschaft sind, stehen Ihnen grundsätzlich die von Ihnen erwähnten Formen von Bezügen zur Verfügung: als Aktionär Dividenden; als Geschäftsführer zusätzlicher Lohn (Verwaltungsratshonorar ist hinsichtlich der Besteuerung mit Lohn vergleichbar). Dividenden unterliegen heute grundsätzlich der vollen wirtschaftlichen Doppelbesteuerung. Die Gesellschaft hat auf dem Gewinn, aus welchem die Dividende ausgeschüttet wird, zuerst die Gewinnsteuer von 15 bis 30 Prozent zu entrichten. Am Wohnsitz des Aktionärs unterliegt die Dividende ein zweites Mal der Besteuerung – Ihrer Einkommenssteuer.

Mit der Unternehmungssteuerreform II wird unter zahlreichen anderen Massnahmen die wirtschaftliche Doppelbesteuerung bei der Direkten Bundessteuer gemildert. Dividenden sollen nun noch zu 80 Prozent besteuert werden, wenn die Aktien im Privatvermögen gehalten werden und sogar nur zu 60 Prozent für im Geschäftsvermögen gehaltene Beteiligungen. Einige Kantone (NW, OW, LU, SZ, AI, SH, TG, ZG) sehen bereits heute eine meist 50-prozentige Teilbesteuerung für Dividenden im Privatvermögen vor oder wollen dies in absehbarer Zukunft einführen, sofern die Bedingungen für Mindestbeteiligungsquoten beziehungsweise Mindestverhaltenswerte erfüllt sind. Es ist damit zu rechnen, dass die meisten Kantone die Bundesregelung übernehmen werden. Um den Kanton steuerlich attraktiv zu halten, werden sich die Kantone – so hoffen wir zumindest – gegenständig konkurrenzieren und die Teilbesteuerungssätze möglichst tief ansetzen. Sofern möglich empfehlen wir Ihnen deshalb, den Dividendenbezug hinauszuschieben, bis konkrete Ergebnisse vorliegen.

So genannte übersetzte Gehaltsbezüge qualifizieren die Steuerbehörden als Dividende mit der Folge, dass neben der Einkommenssteuer beim Aktionär auch die Gewinnsteuer auf der Stufe der Gesellschaft erhoben wird. Als übersetzt gilt, wenn Gehälter über dem Betrag liegen, welcher einem unabhängigen Dritten in gleicher Stellung mit gleicher Ausbildung zugesprochen würde. Während in wirtschaftlich starken Kantonen wie beispielsweise Zürich ein Gehalt bis zu einer Million Franken durchaus noch als üblich

akzeptiert wird, setzen andere Kantone die Messlatte bereits unter der Hälfte dieses Betrages an. Misstrauisch werden Steuerbeamte, wenn Gehälter willkürlich festgelegt werden. Auch für den Patron sollten deshalb Bonus und Gewinnbeteiligungen aufgrund schriftlicher Berechnungs- und Rechtsgrundlagen zugewiesen werden – Willkür ist riskant. Gehaltszahlungen unterliegen zwar den Sozialversicherungen, doch die Steuerersparnis (keine Doppelbesteuerung) kompensiert diesen Nachteil oft deutlich. Wird Ihr Gehalt dennoch teilweise als Dividende umqualifiziert, können Sie als kleine Schadensbegrenzung der doppelten Besteuerung die Sozialversicherungsbeiträge zurückfordern.

Nachfolgend einige Alternativen und Möglichkeiten für die Steuerplanung (nicht abschliessend):

– Sofern die Gesellschaft über ein (zu) hohes Aktienkapital verfügt, können Sie eine Kapitalherabsetzung durchführen – statt Dividendenauszahlung. Diese Kapitalherabsetzung ist für den Privataktionär steuerfrei.

– Bereits bei der Gründung der Gesellschaft und später ist darauf zu achten, dass Ihnen für eingebrachte Gegenstände angemessene Preise auf Ihr Darlehen gutgeschrieben werden. Darlehen können nämlich steuerfrei zurückbezahlt werden.

– Heben Sie Ihr Gehalt an, steigt Ihr steuerbares Einkommen. Durch sorgfältige Planung kann dieses Mehreinkommen weitgehend kompensiert werden: Einkauf in die Pensionskasse, Unterhaltsarbeiten an Ihrer Privatliegenschaft, Weiterbildungskosten, Einbezug des Ehepartners in diversen Formen usw.

– Anstelle von Gehaltsbezügen können andere Begünstigungen bezogen werden, zum Beispiel Spesenentschädigungen, Geschäftsfahrzeug, Geschäftsreisen, Mietentschädigung für Büro in Privatliegenschaft, Computer für Arbeiten zu Hause usw. Auslagen sollten aber stets einen echten Zusammenhang mit dem Geschäftszweck haben, und eindeutige Privatauslagen oder unangemessene Belastungen des Geschäfts könnten zu steuerstrafrechtlichen Konsequenzen führen!

– Dank dem Fusionsgesetz und der damit aktualisierten Steuerpraxis seit dem Monat Juli des Jahres 2004 bestehen neue Gestaltungsmöglichkeiten der Umstrukturierung.

Die abschliessende und steuerlich optimale Beratung erfordert weitere Angaben zu Ihrer persönlichen Situation und Ihren betrieblichen und finanziellen Zielen. Obige generelle Empfehlungen sollten Sie deshalb mit Ihrem Steuerberater besprechen.

htr RATGEBER

Haben auch Sie Fragen? In der Rubrik «Ratgeber» beantworten Fachspezialisten Leserfragen, welche Hotellerie, Gastronomie und Tourismus betreffen und für die Branche von allgemeinem Interesse sind. Adresse: redaktion@htr.ch, Stichwort Ratgeber, oder hotel+tourismus revue, Redaktion, Stichwort Ratgeber, Postfach, 3001 Bern.

IMPRESSUM

hotel+tourismus revue

Die Fachzeitung für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

Gegründet 1892

Herausgeber:
hotellerieuisse
Monbijoustrasse 130
Postfach
3001 Bern
Leitung Medien:
Christian Santschi

Redaktion:
Chefredaktion: Marietta Dedual (MD).
Stellvertreter: Miroslaw Halaba (MH).
Hotellerie und Tourismus: Herbert Fischer (HrF), Christine Künzler (CK), Theres Lagler Berger (TL), Daniel Stampfli (DST), Dr. Karl Josef Verding (KJV).
Gastronomie/Technik: Renate Dubach (RD), Gudrun Schlenczek-Gasser (GSG).
Cahier français: Miroslaw Halaba (MH), Laurent Missbauer (LM).
Produktion/Layout:
Roland Gerber (RG), Gilbert Perrot (GPE).

Korrektur: Paul Le Grand.
Korrespondenten: Katja Hassenkamp (HAS), Paris; Gerhard Lob (GL), Tessin; Heribert Purtscher (HP), Wien; Maria Pütz-Willms (MAP), München; Franziska Richard (FRZ), Basel; Georg Ubenauf (GU), Frankfurt; Gregor Waser (GW), Zürich; Robert Wildi (ROW), Zürich.

Verlag:
Verlagsleitung: Iris Strehel.
Stelleninhaber: Marc Moser.
Geschäftsanzeigen: Oliver Eggloff (Anzeigenleiter).

Druck:
Büchler Grafino AG, Druckzentrum Bern.
Auflage:
VEMF-Beglaubigt 2004/05
Verkaufte Auflage: 12.332
Gratisauflage: 1342
(Druckauflage: 18.000)
Verkaufspreise: (inkl. MwSt)
Einzelnummer Fr. 4.30,
Jahresabonnement Fr. 145.–,
ISSN: 1424-0404

Partnerpublikation:
– Verband Schweizer Tourismusmanager (VSTM)
– Schweizerische Vereinigung diplomierter Tourismusexperten (TOUREX)
– Vereinigung Diplomierter Hoteliers-Restaurateurs SHV (VDH)
– Swiss Congress & Incentive Bureau (SCIB)
– Swiss Partner für den Gruppentourismus – Verband Schweizer Heilbäder (VSH)
– Wohlbefinden Schweiz
– Swiss International Hotels (SIH)
– Amicale 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: redaktion@htr.ch
Abonnemente:
Tel. 031 740 97 93, Fax 031 740 97 76,
E-Mail: abo@htr.ch
Inserte:
Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: inserte@htr.ch
Internet: www.htr.ch
Für unverlangte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.



TOURISME

Hotela Travel Summit | Plusieurs experts de renom ont pris la parole à l'Hotela Travel Summit, organisé à Montreux.



HÔTELLERIE

Remontées mécaniques | La branche des remontées mécaniques suisses a pu améliorer sa situation économique.



GROS PLAN

Réclamations | Le traitement professionnel des réclamations permet aux clients de partir satisfaits.



Fédération suisse du tourisme

Lancement de la campagne hivernale de Suisse Tourisme

De nouveaux critères pour les stations familiales

■ Les critères pour obtenir le label de qualité «Familles bienvenues», label instauré en 1996, ont fait l'objet d'une révision. Cinq stations, dont Leysin, ont été inspectées selon ces critères révisés, a annoncé la semaine passée la Fédération suisse du tourisme (FST).

Laurent Missbauer

Les équipements dont doit disposer une station familiale ont évolué depuis 1996. Cela a incité la FST à élaborer de nouveaux critères. Le système de certification reste inchangé, mais certaines modifications sont intervenues dans les critères obligatoires et dans les offres complémentaires. Au moins trois offres sur les dix mentionnées par la FST doivent ainsi être proposées.

Le label «Familles bienvenues» désormais aussi au Lac Noir

Les premières localités à avoir été inspectées sur la base des nouveaux critères ont reçu le label «Familles bienvenues» cet automne. Il s'agit du Lac Noir (FR) et des stations de la vallée de Saas (VS) qui avaient postulé pour la première fois, ainsi que de Grächen, Tögenbourg et Leysin qui l'avaient déjà.

«Etant arrivé au terme des trois ans de validité du label, nous nous sommes immédiatement soumis à une nouvelle certification», explique Thierry Girod, le directeur de Leysin Tourisme. «Par rapport à la certification précédente, certains critères ont été assouplis. Il n'y a plus l'obligation, par exemple, d'avoir une garderie. D'autres sont en revanche plus restrictifs comme l'obligation de disposer d'au moins un hôtel et quinze appartements de vacances classés.»

L'Hôtel Central Résidence, «idéal pour les familles»

A Leysin, c'est l'Hôtel Central Résidence qui permet de satisfaire aux exigences du label «Familles bienvenues». «Il est idéal pour les familles car il ne propose pas seulement des menus pour enfants, mais dispose aussi d'une piscine couverte et d'une garderie d'enfants qui est également ouverte aux personnes qui ne sont pas à l'hôtel», précise Thierry Girod. Par ailleurs, le fait que Leysin abrite un village de vacances Reka permet à la station de satisfaire à l'obligation d'avoir au moins quinze appartements classés.

Mettre l'accent sur les atouts

■ Suisse Tourisme a lancé cette semaine sa campagne d'hiver. Intitulée jusqu'ici «Pause hivernale», elle s'appelle désormais «L'hiver en grand» et bénéficie d'un peu plus de moyens financiers que par le passé, à savoir 18 millions de francs contre 17,7 millions l'année passée.

Laurent Missbauer

«Plus de plaisir, plus de sensations, plus d'ambiance hivernale.» Tels sont quelques-uns des leitmotivs sur lesquels s'ouvre la nouvelle brochure hivernale de Suisse Tourisme et chacun de ces leitmotivs insiste sur les atouts de la Suisse avec plusieurs exemples à l'appui: «Il n'y a qu'en Suisse que l'on trouve 48 montagnes de plus de 4000 mètres et, juste un peu plus bas, les domaines skiables les plus élevés d'Europe puisque 29 d'entre eux sont situés au-dessus de 2800 mètres d'altitude.»

Un «véritable engouement» pour les raquettes à neige

Suisse Tourisme insiste également sur le fait qu'aucun autre pays d'Europe ne dispose de pistes de ski aussi longues: 17 km de long sur la piste qui relie le Petit Cervin à Zermatt avec une dénivellation record de 2300 mètres ou encore 12 km pour la descente qui relie le Mont-Fort à Verbier. Les responsables de Suisse Tourisme mettent également l'accent sur Leysin, la «Mecque du snowboard», l'ambiance des restaurants de montagnes comme, par exemple, le gîte d'Allières à La Berra, en Gruyère, le «paradis des raquettes». Car si la Suisse est le pays européen qui compte le plus grand nombre de montagnes de plus de 4000 mètres d'altitude, elle comporte également des régions de basse altitude «où il n'y a pas de records de froid, mais de la chaleur humaine et un climat tempéré». Des régions qui se prêtent parfaitement à être découvertes en hiver en raquettes à neige, une activité proche de la nature qui connaît un véritable engouement depuis quelques années.

«Seule la Suisse peut vous apporter une aussi vaste expérience hivernale», écrit par ailleurs Jürg Schmid, le directeur de Suisse Tourisme, dans la préface de la nouvelle brochure d'hiver. Force est ainsi de relever que notre pays dispose de nombreux atouts en matière de vacances hivernales. Encore faut-il cependant le faire savoir. Suisse Tourisme annonce qu'il a investi, avec ses



■ Saison d'hiver. Suisse Tourisme a dévoilé cette semaine les différents objectifs qu'il souhaitait atteindre avec sa nouvelle campagne promotionnelle hivernale intitulée «L'hiver en grand».

Photo: Swiss-Image

partenaires, 18 millions de francs cette année dans la promotion hivernale à l'échelle mondiale.

Les nuitées hôtelières devraient augmenter de 1,1%

Cette somme de 18 millions de francs, comparée aux 4,2 millions de francs annoncés l'année passée a de quoi surprendre. Elle n'a cependant pas été calculée sur la même base qu'il y a douze mois, a expliqué Daniela Bär, la directrice de la communication de Suisse Tourisme. «Cette année, nous avons également tenu compte des marchés étrangers et, si l'on veut comparer sur une même base les moyens de cette année avec ceux investis l'hiver passé, nous arrivons à une somme de 17,7 millions de francs pour l'hiver 2004/2005.»

Hormis la Suisse, la campagne promotionnelle de l'hiver 2005/2006 vise en priorité les marchés suivants: l'Allemagne, la Grande-Bretagne, l'Amérique du Nord, la France, le Benelux et la Russie. Suisse Tourisme annonce pour cet hiver 44 plans d'affaires avec les tours-opérateurs. Il s'agit d'un nombre beaucoup moins élevé que celui de l'hiver dernier où 128 plans d'affaires avaient été annoncés. Le nombre de brochures hivernales a en

revanche augmenté puisqu'il est passé de 2,6 millions d'exemplaires à 3,2 millions.

Au niveau des objectifs à atteindre, Jürg Schmid affirme que la croissance amorcée l'année passée devrait se poursuivre cet hiver. Pour la saison d'hiver 2005/2006, l'institut BAK Basel Economics s'attend à une augmentation des nuitées hôtelières de l'ordre de 1,1%. La demande en provenance de l'étranger devrait augmenter de 1,5%

par rapport à l'année passée, alors que la demande suisse n'enregistrerait qu'une augmentation de 0,6%. Au niveau des points négatifs, Jürg Schmid a déploré que les camps de ski se faisaient de plus en plus rares. L'Office fédéral du sport estime en effet à plus de 10% la diminution au cours de ces dix dernières années des camps de Jeunesse et Sport. La création, l'année passée, de la Communauté d'intérêts «Neige» devrait freiner cette tendance.

De nouveaux partenaires pour Suisse Tourisme

■ Partenaire officiel de Suisse Tourisme, hôtellerie suisse figure dans la nouvelle brochure d'hiver de Suisse Tourisme avec une demi-page où elle présente son site Internet et ses offres «hotel specials» avec le slogan «Des vacances d'hiver en Suisse, quoi de plus facile avec www.swisshotels.com?». La nouvelle brochure d'hiver présente également 60 hôtels bien-être, dont, pour la première fois, l'Hôtel des Trois-Couronnes à Vevey, qui peuvent être directement réservés sur le site www.MySwitzerland.com, ainsi que les 35 KidsHotels de Suisse. Au niveau des partenaires officiels de Suisse Tourisme,

on notera le retrait de McDonald's et de Minotel et l'arrivée de Mövenpick et de Swissmint, l'institut officiel de frappe des monnaies de la Confédération.

Le rachat en avril de «Wenger, souvenirs et couteaux suisses» par Victorinox s'est traduit pour Suisse Tourisme par la perte d'un «partenaire stratégique». Victorinox est en effet désormais seulement «partenaire officiel» et non plus «partenaire stratégique». Cette dernière catégorie implique un investissement financier plus important et regroupe les CFF, Swiss, Migros, Switzerland Cheese, l'aéroport de Zurich, Swisscom, La Poste, Europcar et Bucherer. LM

Adresse: Monbijoustrasse 130, Case postale, 3001 Berne | Rédaction: Téléphone: 031 370 42 16, Fax: 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch | Edition: Téléphone: 031 370 42 22, Fax: 031 370 42 23, E-Mail: verlag@htr.ch

happy4YOU

happy lease&sleep

25 nouveau matelas pour 225 francs par mois.

happy systems™

Ah! Si j'avais un lit happy.

Tél. 071 387 44 44, www.happy.ch

hôtellerie suisse

TOUT, POUR CHAQUE TYPE DE GASTRONOMIE.

LE CENTRE DE COMPÉTENCES DE LA GASTRONOMIE SUISSE DONT VOUS AVEZ BESOIN.

Scano Alimentation SA, 1032 Romanel s/Lausanne
info@scano.ch, www.scano.ch, www.scanohop.ch

happy4YOU

happy lease&sleep

25 nouveau matelas pour 225 francs par mois.

happy systems™

Ah! Si j'avais un lit happy.

Tél. 071 387 44 44, www.happy.ch

hôtellerie suisse

hôtellerie suisse

LE SPECIALISTE DU PLACEMENT

hoteljob, Société suisse des hôteliers
Rue des Terreaux 10
Case postale 7507, 1002 Lausanne
Tél. 021/320 28 76, Fax 021/320 02 64
hoteljob.vd@hotelleriesuisse.ch
www.hotelleriesuisse.ch

LOGICIEL MIRUS

Avec la

Planification des ressources MIRUS

vous faites un tableau de service et effectuez un contrôle du temps de travail d'un simple clic.

Profitez vous aussi du savoir-faire du leader du marché

MIRUS

Parce que votre temps est trop précieux pour le perdre à des brouilleries administratives.

MIRUS Software AG - Mattstrasse 10 - 7270 Davos
Téléphone 081 415 66 88 - Fax 081 415 66 78
Internet: www.mirus.ch - E-Mail: info@mirus.ch

La première adresse pour les initiés.

10 numéros au prix de CHF 25.- seulement!

Chaque commande prend part automatiquement au tirage d'un **Electrobike** (www.flyer.ch) d'une valeur de **Fr. 4000.-** et bénéficie tous les mois d'une chance complémentaire de réaliser une sortie avec 15 Electrobikes*. Pour toute information complémentaire: www.htr.ch

FLYER
Innovation in Mobility



Oui, je commande hôtel+tourisme revue:

- ☐ Abonnement d'essai, Fr. 25.- (10 numéros)
- ☐ Abonnement annuel, Fr. 145.-
- ☐ Abonnement de 2 ans, Fr. 255.-

Nom: _____ Prénom: _____

Société: _____ Tél. (journée): _____

Rue/No. _____

NPA/Lieu: _____ E-mail: _____

☐ Je prends part au tirage.

Conditions de participation: Cette offre est réservée aux nouveaux abonnés et est valable jusqu'à fin 2005. Les collaborateurs d'hôtellerie suisse ne sont pas autorisés à y prendre part. Le tirage de la gagnante/du gagnant (Electrobike Fr.4000.-) aura lieu fin 2005 resp. mensuellement. (Sortie*). Aucune correspondance ne sera échangée sur le tirage au sort. Tout recours juridique est exclu. *La société Bike'lec en est l'organisatrice. hôtel+tourismus revue n'assume aucune responsabilité.

Retourner le talon à l'adresse suivante:

hôtel+tourismus revue, Abo-Service, Industriestrasse 37, 3178 Bödingen

Abonnements:

Tél.: 031 740 97 93

Fax: 031 740 97 76

abo@htr.ch, www.htr.ch

htr

L'hebdomadaire leader pour l'hôtellerie,
la restauration et le tourisme comprenant le plus grand
marché de l'emploi de la branche. www.htr.ch



Hôtela Travel Summit

Des clients toujours plus compétents

■ Organisé la semaine dernière à Montreux, le 2e Hôtela Travel Summit a permis aux participants de récolter un lot d'informations utiles pour leurs activités professionnelles. Parmi celles-ci, les tendances du marché du voyage figuraient en bonne place.

Mirosław Halaba

Directeur des caisses sociales Hôtela, Jean-Paul Genoud a pu conclure le 2e Hôtela Travel Summit avec le sourire. La manifestation, dont son entreprise était la principale instigatrice, avait réuni une riche palette de personnalités venues la semaine dernière à Montreux pour s'exprimer sur le thème «Oser aujourd'hui ce que sera demain». Leur public: quelque deux cent quarante professionnels du tourisme réceptif et de l'outgoing qui ont pu saisir de nombreux indices utiles pour les activités. Un regret toutefois pour les francophones: à une exception près, toutes les interventions étaient en allemand.

Le client s'informe, mais pas en profondeur

Concrétiser la maxime qui a servi de thème à la manifestation revient no-



■ **Tendances.** Le professeur Martin Lohmann, en discussion notamment ici avec Jean-Daniel Gerber (à dr.), s'est attaché à présenter quelques-unes des tendances perceptibles dans le tourisme de loisirs.

Photos: Mirosław Halaba

tamment à saisir les tendances qui sont dans l'air. Professeur à l'Université de Lüneburg et directeur du NIT, un insti-

tut de recherche sur le tourisme basé à Kiel, Martin Lohmann en a énumérées quelques-unes. Relatives au tourisme

de loisirs, elles devraient inciter à la réflexion et, partant, à l'action. Il a ainsi relevé que, grâce en particulier à Internet, les touristes gagnent en compétence en matière de voyage. Ils sollicitent un nombre toujours plus grand de sources d'information, mais ils approfondissent de moins en moins leurs connaissances. Il apparaît aussi que le client veut des séjours toujours mieux remplis. Si l'on sait que la durée moyenne des séjours recule sans cesse, on sait moins, en revanche, que ce phénomène anéantit la progression des nuitées engendrée par la hausse parallèle du nombre de voyages. Autre tendance intéressante: le client souhaite davantage de qualité dans l'hébergement.

Des conditions cadre, somme toute, satisfaisantes

Autre invité, le directeur du Secrétariat d'Etat à l'économie (Seco), Jean-Daniel Gerber, a répondu aux questions du

directeur d'hotelleriesuisse, Christoph Juen. Reprenant en partie les propos qu'il avait tenus dans l'interview parue dans notre édition du 20 octobre, il a répété qu'il n'avait pas de conseil à donner à la branche. Sa tâche consiste à soigner les conditions cadre, des conditions qui ne sont, somme toute, «pas mauvaises». Et de citer notamment, comme facteurs favorables: Suisse Tourisme, la Société suisse de crédit hôtelier, le fonds pour Innoutour, les nombreuses infrastructures, le réseau des transports publics.

Tout n'est toutefois parfait. Ainsi, le désavantage en matière de droit de trafic dont souffre l'aéroport de Zurich par rapport à ses concurrents, comme Munich, est «inacceptable», a indiqué Jean-Daniel Gerber. Ce dernier est, par ailleurs, d'avis que la mise en place d'un «office fédéral du tourisme» ne renforcerait pas la visibilité de la branche. Répondant à une question sur l'importance des associations professionnelles, Jean-Daniel Gerber a déclaré: «Nous avons besoin d'associations fortes, mais pas partout.»

L'envie de gagner doit l'emporter sur la peur de perdre

Un des points forts de la manifestation a été l'exposé de l'aventurier, d'origine sud-africaine, Mike Horn. Dans un langage imagé, libre et parfois cru, le sportif de l'extrême de Château-d'Ex a exposé quelques-unes de ses motivations et de ses préceptes. Des préceptes d'apparence simple, mais d'une grande dimension philosophique que tout un chacun pourrait adopter, moyennant quelques efforts d'adaptation. En résumé et en substance: la vie vaut la peine d'être vécue si l'on cherche l'inconnu. On va loin si l'on sait dans quelle direction on veut aller. L'envie de gagner doit être plus forte que la peur de perdre. Faisant un parallèle avec ses décisions d'aventurier et celles d'un chef d'entreprise, Mike Horn a encore dit: «Je décide de partir lorsqu'il fait mauvais, car le beau temps succède aux intempéries.» Et aussi: «Lorsque je navigue dans le brouillard parmi les icebergs, le défi est de résoudre les problèmes qui apparaissent au dernier moment, pas ceux que l'on voit.»

L'offre touristique suisse est riche, mais elle est mal vendue, estime P. Rothenbühler

■ Un regard extérieur sur la branche touristique a été apporté par le rédacteur en chef du quotidien «Le Matin», Peter Rothenbühler. Invité par les organisateurs à présenter «des thèses quelque peu provocatrices», il a fait plusieurs constats relatifs principalement au tourisme suisse.

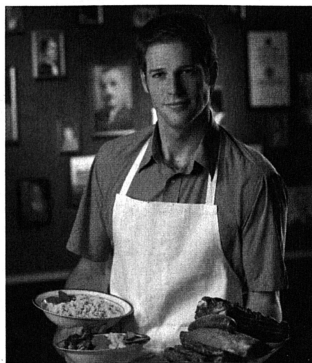
Ainsi, a-t-il dit, notre pays possède de nombreux sites touristiques dignes d'intérêt et une grande offre culturelle. Malheureusement, ces richesses sont mal vendues. On ne les connaît pas assez, à l'image de la collection d'art Bührle à Zurich. Peter Rothenbühler est d'avis que la Suisse n'a pas senti le trend du well-ness. Peut-être pourra-t-elle se rattraper



avec l'offre hôtelière pour les familles qui, aux yeux du journaliste lausannois, devrait être plus développée. Pour Peter Rothenbühler, la Suisse touristique aurait besoin de personnalités de la pointe de celles qui, dans la passé, ont percé le tunnel du Gothard ou aménagé la ligne de chemin de fer du Jungfraujoeh. La lourdeur des structures est aussi un problème. Est-ce le signe que le tourisme suisse se porte encore trop bien? S'adressant aux responsables du secteur outgoing, Peter Rothenbühler s'est demandé pourquoi les prix faisaient l'objet d'un tel «bazar». Il a toujours l'impression, après-coup, d'avoir payé le prix le plus élevé. MH

Annonce

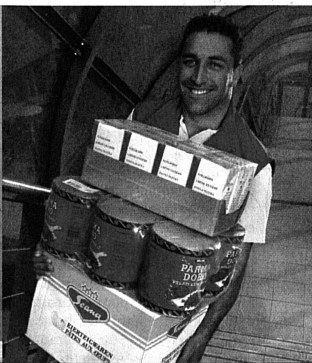
SCANA⁺ TOUT, POUR CHAQUE TYPE DE GASTRONOMIE.



Imbattable au niveau de l'assortiment.
Aussi diversifié que nos clients.



Imbattable au niveau du conseil et du support.
Scana propose le shopping en ligne 24 h/24 et 7 jours sur 7, des conseils sur place et des solutions informatiques spécifiques sur mesure.



Imbattable au niveau de la logistique.
Fiabilité dans les livraisons. Dans la qualité choisie, la quantité commandée et où vous le désirez.



LE CENTRE DE COMPÉTENCES DE LA GASTRONOMIE SUISSE DONT VOUS AVEZ BESOIN.

SCANA Alimentation SA 1032 Romanel s/Lausanne, Tel. 021 867 15 00, Fax 021 867 15 01, e-mail: info@scana.ch, www.scana.ch, www.scanashop.ch
SCANA Lebensmittel AG 8105 Regensdorf, Tel. 044 870 83 00, Fax 044 870 83 01, E-Mail: info@scana.ch, www.scana.ch, www.scanashop.ch

**Bienvenue à IGEHO 2005
(19 – 23 Novembre)
halle 1.1 / stand C 01**

Contact groups.ch affine son site Internet

■ **Hébergement pour groupes.** Fondé en 1978, Contact groups.ch, à Liestal (BL), organe spécialisé dans la centralisation des hébergements pour groupes, a lancé au début du mois une version revisitée de son site Internet*. Ce lancement est accompagné d'un concours qui permet aux internautes de gagner, jusqu'à fin octobre, quinze séjours gratuits. Le site se présente de manière «claire» et «fraîche». Il est aussi en phase avec la promotion de Suisse Tourisme. Les images chan-

geantes qui apparaissent sur le site «éveillent l'esprit de vacances», souligne l'institution. Parmi les nouveautés du site, on relèvera l'apparition d'une rubrique «last minute», ainsi que la publication des rapports d'évaluation des hébergements. Les moteurs de recherche ont, par ailleurs, été rendus plus performants. Quelque 1400 personnes visitent quotidiennement le site, ce qui génère annuellement environ 11 000 demandes concrètes. Contact groups.ch centralise près

de 600 hébergements qui vont de la simple cabane d'alpage à l'hôtel trois étoiles. Ses responsables notent que leur institution a «déjà atteint» un des objectifs stratégiques fixés par Suisse Tourisme pour 2007 et qui vise à rendre l'offre parahôtelière plus accessible et à la présenter de manière plus dynamique et mieux adaptée au marché. On relèvera aussi que Contacts groups.ch dispose d'un office de médiation. **MH**

* www.groups.ch

Travel Trade Workshop: moins de visiteurs

■ **Montreux.** Le 30e Travel Trade Workshop (TTW), qui s'est tenu la semaine dernière, durant deux jours, au Centre des congrès de Montreux, a ressenti la contraction qui s'est manifestée dans la branche suisse du voyage. C'est, en tout cas, par cette raison que les organisateurs de la manifestation ont expliqué le recul des visiteurs de 7,9% à 6331. L'an passé, 46 entreprises membres de la Fédération suisse des agences de voyage ont dû mettre la clé sous le paillasson. Et toutes les agences

ne sont pas membres. Pour les responsables du TTW, l'édition 2005 n'en a pas moins été un «succès». Le nouveau concept de circulation des visiteurs et l'accent sur l'organisation de manifestations de haut niveau «ont fait leurs preuves». Le nombre d'exposants s'est élevé à 498, soit 21,5% de plus qu'en 2004. Les organisateurs notent aussi que la mise sur pied de trente ateliers, permettant aux visiteurs de compléter leurs informations sur les produits, a correspondu «à un vif be-

soin». Ils font toutefois aussi remarquer que la participation aux sessions de l'après-midi du Business Travel Workshop n'a pas été tout à fait à la hauteur des attentes». La discussion avec les présidents de direction actuels et anciens des voyagistes Hotelplan, Kuoni et TUI Suisse a été qualifiée de «grand moment» du TTW 2005. Un jour avant l'ouverture, soit le mardi, se sont tenus le TTW BusContact, avec 54 autocaristes et 250 prestataires, et l'Hotel Travel Summit (cf. page 3). **MH**

Remontées mécaniques suisses

La branche a amélioré sa situation

■ **Epine dorsale du tourisme alpin,** les remontées mécaniques suisses peuvent aborder l'avenir avec plus de sérénité. Une étude montre qu'elles sont parvenues à améliorer leur situation économique, grâce en particulier aux fusions entreprises ces dernières années.

Miroslaw Halaba

Sujet de préoccupation majeur du tourisme helvétique depuis le milieu de la dernière décennie, les remontées mécaniques suisses devraient bientôt pouvoir se concentrer davantage sur l'offre et sa commercialisation. Globalement en situation financière précaire, la branche a fait passablement d'efforts ces dernières années pour redonner une assise plus solide à ses entreprises. Les appels à l'action lancés, à intervalles réguliers, par les responsables de l'association faitière, ont porté leurs fruits.

Plus de recettes, grâce notamment aux fusions

Présentée la semaine dernière à Friedrichshafen (Allemagne) où les Remontées mécaniques suisses (RMS) ont tenu leur assemblée générale, une étude a en effet montré que la branche est parvenue à dégager davantage de recettes et, partant, à améliorer sa situation économique. Auteurs de l'étude, les professeurs de l'Université de Saint-Gall, Thomas Bieger et Christian Laesser, ont constaté que 65,3% des entreprises, sur un total de 650 environ,



■ **Oberland bernois.** L'étude a montré que l'Oberland bernois, comme ici la région de Mürren, comptait la plus grande proportion d'entreprises économiquement solides de Suisse.

Photo: Swiss-Image

obtenaient une marge brute d'auto-financement représentant 20% du chiffre d'affaires au minimum. Cette proportion, qui est un critère essentiel de viabilité de l'entreprise, était encore de 47,5%, il y a cinq ans, date d'élaboration d'une première étude similaire à celle qui vient d'être réalisée. Cette performance, estiment les deux académiciens, s'explique, d'une part, par les fu-

sions et les restructurations qui ont été faites ces derniers temps et, d'autre part, par les bonnes conditions hivernales. Un classement des entreprises, établi sur la base de leur capacité à générer des recettes, fait apparaître que 8% des sociétés remplissent tous les critères de viabilité. A l'autre extrême, 28% des entreprises sont encore dans une situation problématique. A noter que

c'est dans l'Oberland bernois que se trouve la plus grande proportion d'entreprises «fortes», alors que le Tessin et la Suisse romande présentent la plus petite proportion. Pour les auteurs de l'étude, les régions préalpines «latines» souffrent probablement d'un problème structurel.

Cette amélioration de la situation ne doit cependant pas faire oublier que le

besoin d'un changement structurel, visant la formation d'entreprises plus grandes, se fait toujours sentir. Les entreprises doivent, par ailleurs, satisfaire un besoin d'investissements important, investissements principalement destinés au remplacement d'installations.

Les RMS avaient indiqué l'an passé que les fonds nécessaires d'ici 2009 s'élèvent à 1,4 milliard de francs. L'accès aux crédits bancaires étant devenu plus difficile qu'auparavant, il importe, estiment les auteurs de l'étude, d'utiliser de nouveaux instruments de financement, comme le leasing, les emprunts à coupon zéro ou encore le transfert des investissements d'infrastructure, comme l'enneigement mécanique, à des sociétés publiques locales ou à une société de financement telle que la Société suisse de crédit hôtelier.

Appel en faveur de conditions cadre équitables

Le succès des entreprises de remontées mécaniques passent aussi par l'existence de conditions cadre favorables. L'assemblée des RMS, qui s'est tenue dans le cadre de la rencontre tripartite des associations faitières de Suisse, d'Autriche et d'Allemagne, a ainsi été l'occasion pour le directeur Peter Vollmer de lancer une nouvelle fois un appel en faveur de conditions cadre équitables.

Il a notamment souligné que la nouvelle loi sur les remontées mécaniques, qui est actuellement en discussion auprès de la Commission des transports du Conseil des Etats, répond, certes, aux besoins de la branche, mais qu'elle doit encore faire l'objet de corrections.

Institut de hautes études de Glion

Première étape de rénovations achevée

■ **L'Institut de hautes études de Glion (GIHE)** a procédé, cet été, à d'importantes rénovations. Deux millions de francs y ont été consacrés.

Jean-Jacques Ethenoz

«Notre objectif est non seulement de permettre à nos étudiants de développer des compétences professionnelles, mais également de leur fournir un lieu de vie adéquat et propice à l'acquisition de ces connaissances», a déclaré, la semaine dernière, David Graves, président de Laureate Hospitality Education – la société propriétaire –, lors de la présentation du vaste programme de rénovations entamé au campus vaudois de l'Institut de hautes études de Glion (GIHE). Pour ce qui est des travaux d'in-

térieur, «Le Club» – un espace convivial où les étudiants se retrouvent pour travailler et se détendre – a été transformé en trois espaces distincts: un pour le travail, un pour la détente et un pour la petite restauration. En balcon sur le Léman, le Restaurant Bellevue a également été repensé pour offrir une vue plongeante sur Montreux, le lac et les Alpes. Un coin de ce restaurant a été aménagé en alcôve extérieure.

Façades repeintes et illumination nocturne

Dans le bâtiment réservé à l'enseignement, les salles de classe ont été rafraîchies et un centre de fitness a été aménagé, ce qui a permis de redonner sa vocation première à l'ancienne salle de gymnastique. Ce centre de fitness est également un lieu d'études et d'activi-

tés pour la vingtaine d'étudiants actuellement inscrits à la Glion Sports Management School. A l'extérieur, l'ancien Hôtel Bellevue a vu ses façades complètement repeintes, la façade sud bénéficiant en plus d'une illumination nocturne visible du lac et des quais de Montreux. Un passage couvert relie, par ailleurs, désormais l'ancien bâtiment et celui des salles de classe alors que le circuit d'arrivée des marchandises (quatre tonnes par semaine) a été modifié par l'adjonction de deux monte-charge accessibles depuis la route de Caux, ce qui permet d'éviter les désagréments d'un passage par la réception.

Nouvelle série de travaux en vue

Deux millions de francs ont été consacrés à ces aménagements par la société



■ **Le Restaurant Bellevue** a été aussi rénové.

Photo: GIHE

propriétaire, Laureate Hospitality Education. Son président David Graves a cependant aussi annoncé qu'une nouvelle série de travaux est prévue pour l'été 2006. Ces travaux de rénovation concerneront essentiellement les chambres et les corridors. La sécurité sera également au centre des préoccupations puisque, dès l'an prochain, les étudiants seront tous munis d'une carte d'identité électronique qui fournira tous les renseignements de base sur leurs activités et qui servira de carte d'accès et de contrôle ainsi que de carte de crédit.

Le GIHE compte actuellement un peu plus de huit cents étudiants répartis sur les campus de Glion et de Bulle. Un nombre qui est en hausse constante d'environ 5%. La direction de l'Institut est assumée à titre intérimaire par Debbie Prince.

Problématique des réclamations dans les hôtels 4 et 5 étoiles

Des petits riens mauvais pour l'image

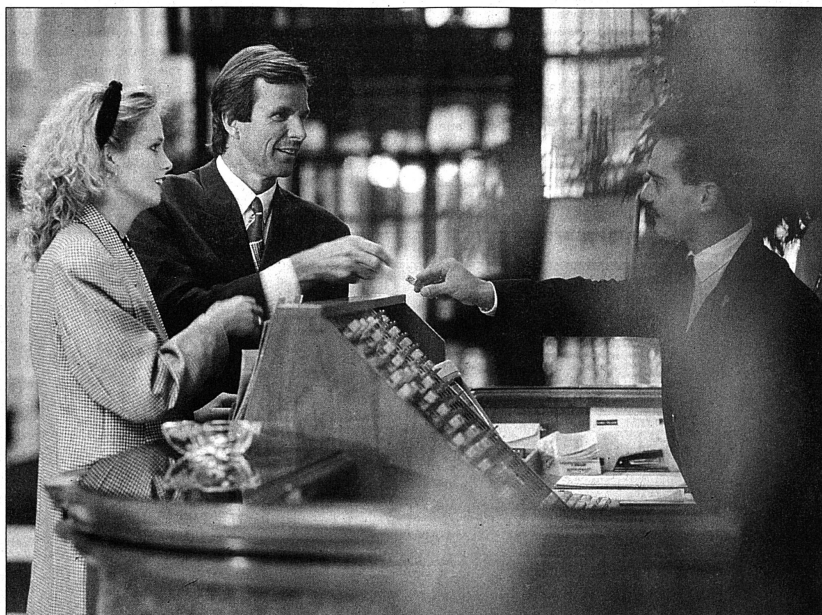
■ La petite enquête, non exhaustive, que nous avons menée auprès d'hôtels 4 et 5 étoiles tend à montrer que, sur le nombre d'hôtes reçus, les réclamations sont minimes. Ces réclamations n'en demandent pas moins de l'attention, du bon sens et des mesures.

José Seydoux

Le traitement des réclamations, bien que s'avérant d'une importance vitale dans le phénomène d'appréciation ou d'image d'un établissement, du simple ressenti au mécontentement généralisé, n'en reste pas moins dépendant d'une foule de facteurs d'ordre émotionnel plus proches du bon sens et du doigté que des grandes théories en matière de savoir satisfaire. Nous nous trouvons dans une problématique qui fait appel aussi bien à l'analyse transactionnelle qu'à la politique d'accueil en général, avec ses implications dans la culture d'entreprise, le marketing de fidélisation et la formation du personnel. Mais, comme nous le montre cette petite enquête sans prétention d'exhaustivité, s'il est un aspect de l'attitude envers l'hôte où doit prévaloir le pragmatisme, c'est bien celui de l'art d'accommoder les réclamations.

La technique résolue, l'erreur reste humaine

«Nos établissements étant entièrement rénovés, nous n'avons quasiment pas de réclamations concernant des critères techniques», cette affirmation de Stéphane Schlaepfy (Hôtel Cailler, 4 étoiles, à Charmey et Hôtel Le Rallye, 3 étoiles, à Bulle) corrobore celle de Gérard Hotellier, directeur général du Mövenpick Hotel Casino Genève, qui constate que la majorité des plaintes émanent principalement des clients



■ A la réception de l'hôtel. Pour que les clients repartent avec le sourire, il est indispensable de savoir traiter les réclamations avec calme, bon sens et doigté.

Photo: htr

«loisirs» et non des clients «affaires» dont les factures sont payées par leur société. Les premiers ont tendance à demander des réductions, se plaindront de la température de la chambre, du retard de la navette aéroport, des tarifs trop élevés des restaurants... Mais les seconds exigent un service efficace au moment de l'enregistrement et du check-out, dans les restaurants et au service d'étage, ainsi que le bon fonctionnement du téléphone, du réveil et d'Internet.

La clientèle manifeste, la plupart du temps, son insatisfaction face à des petites choses mais qui ont une grande importance à leurs yeux, tout simplement parce qu'elle attend un maximum de la relation qualité/prix (ou rêve/réalité ou image donnée/image perçue), a fortiori dans un hôtel 4 ou 5 étoiles. Les objets de réclamation sont les mêmes partout: erreurs de service, défauts dans la nourriture, attentes à la réception et au restaurant, incompréhension avec le personnel due à un

problème de communication linguistique, vue sur le lac, chauffage, eau chaude, bruit, climatisation, odeur. Les formulaires de réclamation ou d'appréciation, proposés à la clientèle, sont très explicites, encore faut-il que l'hôte en fasse usage! «Les gens d'affaires s'en passent!», fait remarquer Antoine Chaumeron, directeur de l'Hôtel Palafitte (5 étoiles) à Neuchâtel.

Les feuilles d'appréciation, questionnaires de satisfaction et autres formulaires contenus dans certains guides

permettent d'apprendre un certain nombre de choses et de déceler les failles du système d'accueil et de service. «Nous n'en recevons que deux ou trois par semaine et encore ils sont souvent très positifs», relève Jacqueline Imfeld, directrice générale de l'Hôtel de la Paix (4 étoiles) à Lausanne, non sans faire remarquer que les hôtes sont de plus en plus observateurs et exigeants. Dans tous les cas de figure, il faut essayer de bien faire et de calmer les gens et ne consentir une réduction de prix que si la réclamation est vraiment justifiée. Ceci nous amène aux «dommages réparateurs» et autres mesures à prendre pour pallier la mauvaise impression que traduit une réclamation. Cela va de la lettre d'excuse qui n'oublie pas de remercier le destinataire «de l'intérêt porté à notre maison» au service ad hoc tel qu'il existe dans certains grands hôtels ou chaînes, en passant par la boîte de chocolat, la réduction de la facture ou le bon pour une nuitée gratuite.

Un hôtelier averti en vaut deux

«85% de notre clientèle revient régulièrement dans notre établissement, mais il faut aussi compter avec les mauvais coucheurs et les «mystery men», explique Toni Mittermaier, propriétaire de l'Hôtel Victoria (4 étoiles) à Glin. L'hôtelier doit faire la part des choses et plus l'établissement est grand et coté, plus la question des réclamations nécessite un processus de suivi: c'est pourquoi, à titre d'exemple, le Mövenpick Hotel Casino Genève vient de mettre en place un service d'attaché de clientèle, disponible 7 jours sur 7, chargé de nombreuses tâches: réception et suivi des réclamations (lettres, fax, e-mails, mémos internes), information du personnel et de la direction et enfin information intégrée au dossier du client dans le but de réussir sa prochaine réservation ou son prochain enregistrement.

Problématique des réclamations dans les hôtels 2 et 3 étoiles

Un suivi sérieux dans les chaînes d'hôtels

■ Dans les hôtels moins étoilés, indépendants ou rattachés à une chaîne, l'usage dans le traitement des réclamations est de réagir dans un esprit de bon service.

José Seydoux

Plusieurs hôteliers indépendants, à la tête d'établissements 2 ou 3 étoiles, se félicitent d'enregistrer très peu de réclamations. «Et s'il y en a, on les résout tout de suite en donnant une autre chambre, en offrant quelques amaretti, un dessert ou un café ou, plus tard, en envoyant une gentille lettre», explique Anne-Marie Minder (Best Western

Hôtel du Rhône, 3 étoiles, à Sion), en relevant que 90% de la clientèle ne remplit pas le questionnaire-clients de la chaîne. D'autres hôteliers attendent davantage de ce système d'investigation, à l'instar de Mariette Streiff, de l'Hôtel Bel'Espérance (2 étoiles) à Genève, qui souhaite l'introduire dans le but de récolter des renseignements sur les petites choses qui ne vont pas dans une chambre. L'hôtière genevoise, confrontée à un problème plus grave, l'odeur de fumée dans les chambres, les a toutes rafraîchies (peintures, moquettes, rideaux) et a décrété tout l'hôtel non-fumeurs: «Les gens le vivent bien et le taux d'occupation a fortement augmenté!»

Le groupe international Accor (32 hôtels en Suisse, surtout dans le créneau 2 et 3 étoiles) applique une procédure bien précise pour le traitement de ses réclamations; celles-ci concernent essentiellement la réservation, la facturation, la technique dans les chambres et la qualité de la restauration. «Chaque responsable d'établissement qui reçoit une lettre d'un client y répond directement ou peut demander conseil à la personne en charge de la Relation clientèle au siège d'Accor Suisse», explique Georges Schneider, son directeur général.

Le service Relations clientèle de chacune des marques, au siège de Paris, transfère toute la correspondance au directeur général d'Accor Suisse, à Crissier, qui a donc connaissance de la majeure partie des réclamations relevant de sa région. Le même principe est appliqué par la chaîne Choice Europe qui dispose également de questionnaires-clients dans les établissements qui lui sont rattachés. Parmi eux, le Comfort Hotel Intereurope (3 étoiles), à Cully/Lausanne, où «l'on essaie toujours de résoudre les réclamations quand le client est encore là et de réagir au cas par cas», précise Benoît Thürlér, son directeur. Un exemple, parmi d'autres, attestant, si nécessaire, du soin doublement mis par les hôtels adhérents à des groupes de collaboration à conserver des hôtes satisfaits et à soigner leur image.



■ Brigitta Schaffner, médiatrice de l'hôtellerie suisse: «Les réclamations sont une chance de remédier aux imperfections et d'apporter des améliorations». Photo: htr

L'office de médiation de l'hôtellerie suisse

■ Organe neutre qui traite des demandes et des réclamations concernant l'ensemble du secteur, y compris les établissements qui ne sont pas membres d'hôtellerie suisse, l'Office de médiation de l'hôtellerie suisse (Jupiterstrasse 9, 3005 Berne), dont les services sont gratuits tant pour les hôtes que pour les hôteliers, enregistre bon an mal an entre 170 et 200 réclamations. Observée sur une douzaine d'années, la tendance est à la baisse; sept réclamations sur dix émanent d'hôtes suisses. Les principaux sujets de doléances portent sur la clas-

sification des hôtels ou la non-conformité de l'offre, les annulations, les questions de prix et les factures ainsi que les réservations. «Comme nous l'avons déjà souvent dit et écrit, les réclamations sont véritablement une chance de remédier aux imperfections et d'apporter des améliorations», souligne Brigitta Schaffner, médiatrice de l'hôtellerie suisse, qui conseille de toujours traiter les réclamations dans le calme et en étant si possible coulant, les plus petits gestes pouvant prendre de l'importance... JS

Musée Gutenberg rouvert

■ **Fribourg.** Événement important pour le tourisme fribourgeois, à savoir: la réouverture du Musée Gutenberg. Celle-ci met fin à une série d'heurs et de malheurs pour cette attraction d'un grand intérêt. Inauguré en novembre 2000 et fermé en 2003, ce musée, aménagé dans une bâtisse historique de 1525, se voulait la mémoire des techniques d'impression des arts graphiques et de la communication, de Gutenberg à Bill Gates. Dette hypothécaire et déficits

d'exploitation ont entraîné sa faillite et sa fermeture avant qu'il ne renaisse grâce à son rachat par la VISCOM, l'association patronale suisse des arts graphiques et à la Société des amis du musée, propriétaire des collections et du mobilier. Réouverture: le 3 novembre. Loin de se confiner au seul intérêt des spécialistes, le Musée Gutenberg vise un large public; didactique, ludique et interactif, ne s'adresse-t-il pas à tous qui savent lire et écrire? JS

«e-tourisme»

■ **Lausanne.** L'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) organisera l'an prochain, en collaboration avec la Haute école valaisanne (HEV), la conférence ENTER consacrée au tourisme électronique, connu aussi sous le terme d'«e-tourisme». Cette manifestation se déroulera du 18 au 20 janvier et accueillera quelque 350 participants. L'HEV mettra, par ailleurs, sur pied une journée spéciale intitulée «Swiss-Days». MH

* Inscription: www.ifitt.ch

Produits du terroir primés

■ **Courtemelon (JU).** Quelque dix mille personnes ont participé, le week-end dernier à Courtemelon (JU), au premier Marché des terroirs suisses. Cette manifestation, organisée par la Fondation rurale interjurassienne, a été marquée par la mise sur pied d'un concours consacré aux produits du terroir et qui a permis aux organisateurs de remettre 365 médailles. Ces distinctions seront officiellement attribuées le 19 novembre lors du salon Igeho à Bâle. Un prix d'excellence a aussi

été décerné aux producteurs suivants: produits laitiers, Vincent Tyrode, L'Auberson (VD); produits carnés, Louis Fleury, Granges (VS); produits boulangers et pâtisseries, Daniel et Anne-Marie Wenger, Le Noirmont (JU); fruits, légumes, miels et divers, Paolo Bassetti, Pianezzo (TI). D'autre part, les chefs de cuisine Georges Wenger, Etienne Krebs, Bernard Livron et Stephan Taffonneau ont accompagné «plusieurs centaines» de personnes à travers les différents stands du marché. MH

Téléski primé

■ **RMS.** Les lauréats du 1er Prix de l'innovation des remontées mécaniques (Swiss Mountain Award), qui avait été organisé par les Remontées mécaniques suisses (RMS), ont été récompensés la semaine dernière. Le premier prix est revenu à la société des remontées mécaniques de la Lenk et à la société des remontées du Gurten à Berne qui mettent un télésiège à disposition des enfants de la Ville fédérale, ce qui peut les inciter à s'intéresser à la pratique des sports de neige. MH

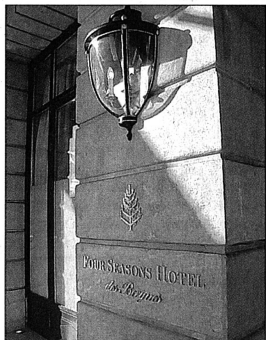
Genève

Réouverture de l'Hôtel des Bergues

■ **Premier établissement de Suisse du groupe canadien Four Seasons, l'Hôtel des Bergues, rénové, rouvrira ses portes lundi prochain à Genève.**

Miroslaw Halaba

Datant de 1834 et, partant, considéré comme le plus ancien palace de Suisse, l'Hôtel des Bergues, à Genève, rouvrira ses portes lundi après onze mois de travaux de rénovation. Racheté par le groupe hôtelier canadien Four Seasons, l'établissement genevois, de style néo-classique, porte désormais le nom de «Four Seasons Hôtel des Bergues». Les aménagements, qui ont coûté quelque 45 millions de francs, ont été placés sous la direction de l'architecte d'intérieur français Pierre-Yves Rochon qui s'est efforcé, comme l'indique l'hôtel, de «respecter l'esprit des lieux».



■ **L'Hôtel des Bergues** a un nouveau nom. Photo: Miroslaw Halaba

L'établissement proposera ainsi à ses hôtes 83 chambres et 20 suites, dont la surface variera entre 55 et 108 m² pour la «Suite présidentielle», voire 133 m² pour la «Suite Royale». Le mobilier des chambres est classique, de style Louis-Philippe.

Toutes les chambres disposent d'une salle de bain rehaussée de marbre, ainsi que d'un téléviseur LCD avec lecteur DVD. Sur le plan des moyens de communication, l'équipement standard comprend trois téléphones à sélection directe (deux lignes) avec répondeur et une connexion Internet à haut débit.

L'offre de l'hôtel comprendra également un restaurant italien - «Il Lago» - donnant une vue qualifiée d'«exceptionnelle» sur le Quai des Berges, un bar - «Le Bar des Bergues» -, des salons, un centre d'affaires et une salle de fitness. L'établissement, qui sera dirigé par José Silva - précédemment directeur du Four Seasons Hôtel Ritz à Lisbonne -, précise notamment que les enfants seront des «clients bienvenus».



■ **Passation de pouvoir.** Paul Muller (à g.) a été nommé à la présidence de la Société des hôteliers de Genève. Il remplacera Eric Kuhne (au centre). Charles Bertschy (à dr.) a été réélu à la vice-présidence. Photo: Miroslaw Halaba

Société des hôteliers de Genève

Nouveau président à la barre

■ **Les membres de la Société des hôteliers de Genève se sont donné un nouveau président en la personne de Paul Muller qui remplacera Eric Kuhne.**

Miroslaw Halaba

La Société des hôteliers de Genève (SHG) a un nouveau président. Mardi, ses membres ont, en effet, nommé, à l'unanimité, Paul Muller, le directeur général du groupe Manotel. Ce dernier, qui était le seul candidat, remplacera Eric Kuhne qui avait dirigé la société pendant cinq ans. Charles Bertschy (Hôtel Mon-Repos) a été réélu à la vice-présidence.

Agé de 51 ans, diplômé de l'EHL, membre du comité de la SHG, Paul Muller a accepté cette fonction car il est d'avis que Genève a un «énorme potentiel de développement» et qu'il est donc important «de s'impliquer» pour que ce dernier soit exploité. «J'entends aussi

défendre la corporation qui a été largement attaquée ces derniers temps, notamment en relation avec la perte du salon Télécom. Or l'hôtellerie est une des industries les plus dynamiques du canton qui engage d'importants budgets pour aller chercher des clients à l'étranger», a-t-il aussi déclaré.

La formation et le développement d'une plate-forme des prestataires du tourisme de congrès et d'affaires figureront également parmi ces chevaux de bataille.

Hommages rendus aux présidents sortants

Faisant, lors de son dernier rapport présidentiel, un tour d'horizon de l'économie touristique genevoise, Eric Kuhne a souligné les investissements importants - quelque 200 millions de francs - que l'hôtellerie quatre et cinq étoiles a consentis ces derniers temps pour mettre son infrastructure à jour. «Et cela, sans fonds publics», a-t-il précisé.

L'installation toujours plus nombreuse de sociétés étrangères montre, par ailleurs, que Genève est «prédestinée à générer des nuitées créées par le tourisme d'affaires».

Eric Kuhne n'a pas manqué aussi de rendre hommage à Christian Rey, président sortant d'hôtellerie suisse. «Christian Rey a œuvré pendant plusieurs années au rajeunissement de notre société et pour la maintien d'un taux de TVA favorable à tous. Son nom restera gravé parmi les grands de l'hôtellerie suisse et qu'il me soit permis, au nom de tous présents ici, de le remercier pour le style novateur qu'il a déployé», a-t-il dit en substance.

Reprenant, un peu plus tard cette la balle au bond, Christian Rey a relevé l'engagement d'Eric Kuhne à la tête de la SHG et son succès dans l'avancement «de nombreux dossiers». Directeur de Genève Tourisme, François Bryand a salué aussi la bonne entente qui a régné durant la présidence d'Eric Kuhne entre l'office du tourisme et les hôteliers.

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

■ **Une formation pour ceux qui ne viennent pas du tourisme.** Il y a de plus en plus de personnes travaillant dans le domaine du tourisme qui sont au bénéfice d'une formation parfois très éloignée de celle habituellement empruntée par les professionnels de l'hôtellerie, de la restauration ou du tourisme. Ces personnes, que l'on appelle en allemand des Quereinsteiger, à savoir des personnes qui n'accèdent pas à une profession de la façon la plus directe qui soit, peuvent désormais suivre à l'Institut d'économie touristique de Lucerne une formation qui leur est spécialement destinée. Selon Hanspeter Danuser, le directeur de l'Office du tourisme de St-Moritz qui est actif en tant que «coach» au sein de cette formation, les «Quereinsteiger» donnent de nouvelles impulsions et amènent un savoir-faire qui est parfois bienvenu dans la branche touristique. Page 9

■ **Le «Marketing-Controlling» passe au peigne fin le marketing des OT.** Quelque 60 représentants d'offices du tourisme (OT) ont participé la semaine passée au séminaire de management de l'Association suisse des managers en tourisme (ASMT). Ce séminaire a notamment permis de traiter de la problématique du «Marketing-Controlling». Celle-ci permet par exemple de vérifier le succès d'une publicité touristique. De plus en plus, les organisations touristiques sont en effet appelées aujourd'hui à rendre des comptes à leur comité et à prouver que l'argent qu'elles investissent dans le marketing le soit à bon escient. Or le «Marketing-Controlling», comme son nom l'indique, offre justement des moyens qui permettent de contrôler les opérations de marketing. Parmi ces moyens, on relève tout d'abord le «Health-Check» qui permet de déceler les forces et les faiblesses de la destination touristique au niveau du marketing et de la stratégie adoptée. Les buts et la clientèle visée sont également passés au peigne fin. Page 21

EN BREF

Le projet se poursuit

■ **Le projet Enjoy Switzerland, qui a pour objectif de mettre en réseau tous les prestataires touristiques d'une destination, se poursuivra à partir de 2007.** Testé avec quatre destinations, dont Villars, il devrait s'étendre à d'autres localités. Responsable du projet pour le compte de Suisse Tourisme, Mauro Ghirardi a invité les offices du tourisme du pays à se mettre en lice pour participer au projet. Il leur dit notamment: «Avec Enjoy Switzerland, vous pourrez améliorer la qualité de l'offre et du service, mais aussi combler des lacunes préjudiciables aux prestations.» Une séance d'information consacrée à ce sujet aura lieu le 12 janvier à Zurich. MH

IMPRESSUM

htr hotel+tourismus revue

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

Editeur: hôtellerie suisse
Mombijoustrasse 130
case postale
3001 Berne

Responsable des médias: Christian Santschi.

Rédaction: Rédacteur en chef: Marietta Dedual (MD).

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

Rédacteur: Laurent Müssbauer (LM).

Correspondants: Jean-Jacques Ethnoz (JJE), Vevey; Danielle Emery Mayor (DEM), Valais; Valérie Marchand (VM), La Chaux-de-Fonds; Véronique Tanerg (VT), Genève;

José Seydoux (JS), Fribourg; Pierre Thomas (PT), Lausanne; Geneviève Zuber (GZ), Valais.

Edition: Cheffe d'édition: Iris Stöbel.

Annexes: Marc Moser.

Publicité: Oliver Egloff (Chef de vente).

Administration: Marc Moser.

Impression: Buchler Grafino AG, Druckzentrum Berne.

Tirage: 11'157 Ex. contrôlés REMP 2005.

20'000 Ex. imprimés.

Prix de vente: (TVA incl.)

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

ISSN: 1424-0440

Organes partenaires: Association Suisse des Managers en Tourisme (ASMT)

Association suisse des experts diplômés en Tourisme (TOUREX)

Association suisse des hôteliers-restaurateurs diplômés SSH (ASH)

Swiss Congress & Incentive Bureau (SCIB)

Swiss Partner pour le tourisme de groupes

Association des Espaces Thermaux suisses (AETS)

Bien-être Suisse

Swiss International Hotels (SIH)

Amicale Internationale des Sous-Directeurs et Chefs de Réception des Grands Hôtels (AICRH)

Contacts:

Adresse: Mombijoustrasse 130,

case postale, 3001 Berne.

Rédaction: (Lettres de lecteurs, Les Gen etc.)

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

E-Mail: redaktion@htr.ch

Abonnements: Tél. 031 740 97 93, fax 031 740 97 76,

E-Mail: abo@htr.ch

Annexes: Tél. 031 370 42 42, fax 031 370 42 23,

E-Mail: inserate@htr.ch

Publicité: Tél. 031 370 42 42, fax 031 370 42 23,

E-Mail: inserate@htr.ch

Internet: www.htr.ch

Nous déclinons toute responsabilité pour les documents envoyés sans concertation préalable.

Fondé en 1992

marké de l'emploi stellen revue

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

htr

hotel+tourismus revue

AG
ACTIVE GASTRO ENG

Designer Stücke!
Vielleicht ist Ihres dabei

www.activegastro.ch

Active Gastro Eng GmbH,
Postfach, 8048 Zürich

**Mehr brauchen
Sie nicht.**

Die htr stellen revue bietet jede Woche den
grössten Stellenmarkt der Branche.

Inserieren und Abonnieren:
Tel.: 031 370 42 42, Fax: 031 370 42 23
inserate@htr.ch, www.htr.ch

htr

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

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

INHALT / SOMMAIRE

Kaderstellen	2 – 4
Deutsche Schweiz	2 – 7
Swizzera italiana	10
International	10
Stellengesuche	10
Suisse romande	10
Marché international	10
Demandes d'emploi	10

Das Swissôtel Zürich verfügt über 344 Zimmer, Kongress- und Banketträume für Anlässe bis zu 800 Personen, Restaurant mit 150 Sitzplätzen, Bar & Lounge, Catering-Service, Personalkantine sowie unterstützende Infrastruktur wie Tiefgarage, Wellness Center und Shops.

Proud to be Swissôtel !

Das ist Ihre Lebensphilosophie, mit der Sie als Swissôtel Team Member unsere internationalen Gäste betreuen und Ihre Arbeitskollegen unterstützen.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung den geborenen Gastgeber.

Shiffler Front Office m/w

Sie verfügen über eine abgeschlossene Berufsausbildung oder haben eine Hotelfachschule besucht und konnten sich zudem einige Jahre Erfahrung am Frontoffice und in der Teamführung aneignen. Sie sind eine aufgeschlossene und fröhliche Person und ein ausgesprochener Teamplayer. Idealerweise sind Sie zwischen 25 und 30 Jahre jung und besitzen eine gute Portion Durchsetzungsvermögen. Wenn jetzt noch „Opera“ kein Fremdwort für Sie ist, Sie fließend englisch sprechen und eventuell sogar auf französisch parlieren, sind Sie unser Mann/unsere Frau!

Concierge m/w

Sie verfügen über eine abgeschlossene Berufsausbildung oder haben eine Hotelfachschule besucht und konnten sich zudem einige Jahre Erfahrung am Frontoffice als Concierge aneignen. Sie sind eine aufgeschlossene und fröhliche Person und ein ausgesprochener Teamplayer. Sie kennen Zürich und die Umgebung wie Ihre Westentasche und sind idealerweise zwischen 25 und 35 Jahre jung. Wenn jetzt noch „Opera“ kein Fremdwort für Sie ist, Sie fließend englisch sprechen und eventuell sogar auf französisch parlieren, sind Sie unser Mann/unsere Frau!

Wir freuen uns, Ihnen in einem persönlichen Gespräch die Vorteile einer internationalen Hotelkette vorzustellen.

Ihre Bewerbungsunterlagen erwarten wir mit Spannung. Bei Fragen gibt Ihnen Frau Laura Di Franco, Director of Human Resources, gerne unter Tel. 0041-44-317 31 53 weitere Auskünfte.

swissôtel ZÜRICH

Am Marktplatz, CH-8050 Zürich

laura.difranco@swissotel.com

www.zurich.swissotel.com

168531

Andiamo in Ticino?

Das McDonalds-Restaurant in Bellinzona mit 32 Mitarbeitenden und 120 Sitzplätzen zählt zu den bestgeführten und zugleich umsatzstärksten Betrieben der insgesamt acht Tessiner Niederlassungen. Der dynamische Geschäftsinhaber möchte sich und sein eingespieltes Team verstärken. Die Tätigkeit umfasst Aufgaben im kaufmännischen und organisatorischen Bereich, Team-Einsatzplanung & -führung, aktive Unterstützung an der Front bzw. im Produktionsbereich, persönliche Assistenz des Chefs und vor allem die Überwachung bzw. Kontrolle sämtlicher Abläufe im Unternehmen, die Teil der Philosophie sind: kurz OSS & P genannt. Diese weltweit mit Erfolg angewendete Formel bringt es auf den Punkt: Qualität, Sauberkeit, Service und Preiswürdigkeit.

Assistent/in des Geschäftsinhabers

Sie erhalten die Chance, sich im Unternehmen zu entwickeln, durchlaufen professionelle Ausbildungsmodul, übernehmen sukzessive mehr Verantwortung und sollten nach einer angemessenen Betriebszugehörigkeit in der Lage sein, bei Abwesenheit des Geschäftsinhabers die Funktion des „Manager on duty“ wahrzunehmen. Optimal für junge Fachleute zwischen 27–35 Jahren mit Hotelfachschulabschluss oder einer soliden kaufmännischen Grundausbildung.

Spannende Position mit breitem Spektrum

Die Gastgeberrolle liegt Ihnen, hohe Dienstleistungsbereitschaft ist Teil ihres Stärkenprofils und die Voraussetzung, sich in der Sonnenstube der Schweiz niederzulassen, geht klar für Sie. Sie sprechen fließend Italienisch und Deutsch, in Englisch können Sie sich gut verständigen. Sie schätzen Ihren Freiraum und suchen die Herausforderung in einem nach modernsten Gesichtspunkten geführten Betrieb überaus hoher Grösse. Willkommen bei McDonalds! Wir freuen uns auf Sie und auf das Gespräch mit Ihnen.

Am effizientesten für den Erstkontakt: CV via E-Mail einsenden oder anrufen. You'll love it – Be with us. Ihr Berater: Ansgar Schäfer

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

Überlandstr. 103 • 8600 Dübendorf
Tel. 044 802 12 00 • Fax 044 802 12 07
www.schaeferpartner.ch
ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch

168533

HOTEL Dolder
WALDHAUS ZÜRICH

Das **Hotel Dolder Waldhaus** an exklusiver Lage in Zürich, mit 70 Zimmern und 30 Appartements sowie dem umfassenden Restaurant- und Bankettangebot, ist ein sehr erfolgreiches 4*-Erstklasshotel und gehört mit dem Dolder Grand Hotel und den traditionsreichen Dolder Sportbetrieben zur Gruppe der Dolder Hotel AG. Als

Direktor/in

bieten wir Ihnen die einmalige Chance, die Ausrichtung des Business- und Residenzhotels entscheidend mitzugestalten und umzusetzen. In dieser Funktion sind Sie verantwortlich für die kompetente und zielorientierte Führung und Organisation des Hotel Dolder Waldhaus und der Dolder Sportbetriebe mit insgesamt ca. 110 Mitarbeitenden.

Wir wenden uns an eine innovative und engagierte Persönlichkeit mit hervorragenden Fachkenntnissen und entsprechendem Leistungsnachweis in der Hotellerie. Eine hohe Kommunikationskultur und Sozialkompetenz zeichnen Sie aus, für Ihr Team sind Sie ein aktives Vorbild.

Die Übernahme der Position ist für Mitte 2006 vorgesehen. Der Eintritt erfolgt nach Vereinbarung. Wir freuen uns auf Ihre kompletten Unterlagen per Post und sichern Ihnen absolute Diskretion zu.

Beat Sigg
Vorsitzender der Geschäftsleitung
Dolder Hotel AG
Kurhausstrasse 65
8032 Zürich

168519

Wir haben den richtigen Riecher.

Beschnuppern Sie unseren Stand C67/Halle 1.0 an der IGEHO.

www.adeco.ch

0848 654 321

Adecco
HOTEL & EVENT

PMO GASTRO Personalberatung

Im Auftrag der **Schlüsselzunft** suchen wir für das traditionsreiche, historische Zunfthaus an bester Passantenlage in Basel ein/en

Pächter / Pächterpaar

der/die es versteht/en in gastronomischer Hinsicht als auch im Frontbereich als Gastgeber Akzente zu setzen und die Einzigartigkeit dieses Traditionsbetriebes mit Kreativität, Innovation und hoher Professionalität weiterzuführen.

Der modern konzipierte Betrieb in seiner historischen Bausubstanz verfügt über ein traditionsreiches Restaurant mit hellem Innenhof, historischem Zunftsaal mit 100 Bankettplätzen sowie der Vorgesetzten-Stube mit einmaliger Atmosphäre für Bankette oder Sitzungen bis 25 Personen. Die diversen Räumlichkeiten lassen Spielraum, um ein neues Gastro-konzept zu verwirklichen.

Bei den geplanten Renovationsarbeiten werden selbstverständlich die Konzeptvorstellungen des neuen Pächters berücksichtigt.

Die Pachtbedingungen sind branchenüblich, interessant und auf ein längerfristiges, faires Vertragsverhältnis ausgelegt. Übernahme des Kleininventars nach Absprache.

Gerne erwarten wir Ihre vollständige Bewerbung und sichern Ihnen absolute Diskretion zu.

PMO GmbH

Personalberatung Margret Otterbach
St. Alban-Anlage 64
4052 Basel
Tel. 061 313 40 10
e-mail: m.otterbach@pmo-personal.ch

168548



Ein Hotel des **HT** Ferienvereins

Der Ferienverein besitzt mehrere attraktive Hotels in der Schweiz, Ferienanlagen im Ausland, Hausboote sowie die Car-Rouge-Busflotte.

Der Gast steht bei uns im Mittelpunkt und geniesst die unkomplizierte familiäre Atmosphäre und Gastlichkeit.

Da sich unser langjähriger Direktor einer neuen Herausforderung stellen wird, suchen wir für unser Club-Hotel Schweizerhof in Sils-Maria im Oberengadin mit 120 Zimmern, stilvollem Speisesaal, Arvenstube, Hotelbar und Wellness-Center mit Solbad 33° eine neue

DIREKTION (DIREKTIONSEHEPAAR / DIREKTORIN / DIREKTOR)

Wir suchen einen kontaktfreudigen Gastgeber mit Führungserfahrung. Sie sind frontorientiert und schätzen den Einsatz Ihrer Mitarbeiter. Wir erwarten von Ihnen soziales Engagement und Begeisterung, um diese interessante und herausfordernde Aufgabe mitzutragen und weiterzuentwickeln. Unternehmerisches Denken und Handeln sind genauso gefragt, wie die Freude am täglichen Mit-

Wir bieten Ihnen einen modern eingerichteten Hotelbetrieb mit einer gut eingespielten Betriebsorganisation und einem zeitgemässen Arbeitsumfeld. Eintritt nach Vereinbarung, idealerweise bis spätestens Ende Februar 2006. Wir freuen uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen inkl. Foto per Post. Diskretion ist selbstverständlich.

Ferienverein z. Hd. Urs Häfliger, Postf. 636, 3000 Bern 25
www.ferienverein.ch www.schweizerhof-sils.ch

168564

ENGELBERG

Wir sind ein führendes 4-Sterne-Hotel im Winter- und Sommersportort Engelberg. Mit unseren 128 Zimmern, 3 Restaurants, Seminar- und Kongressmöglichkeiten sowie einer neuen Wellnessanlage sind wir gleichzeitig eines der grössten Hotels im Ort.

Zum baldmöglichsten Eintritt oder nach Vereinbarung suchen wir:

SALES REPRESENTATIVE MICE (w/m) zwischen 25 und 30 Jahre

VERANTWORTUNG FÜR telefonische Akquisition, regelmässige Verkaufsbesuche bei MICE Kunden, Sicherstellung der Kundenbetreuung, Mitbewerber und Marktanalyse, Planung, Organisation und Durchführung von Verkaufsaktivitäten, Kontrolle aller Vertriebsaktivitäten und Förderung des MICE Departements.

WIR SUCHEN eine initiative, leistungsorientierte und kommunikative Persönlichkeit mit Abschluss einer Hotel- oder Tourismusfachschule sowie praktischer Erfahrung im Verkauf. Gute Sprachkenntnisse in Englisch und Französisch, italienisch von Vorteil. Wenn möglich Schweizerin, deutschsprachig Bedingung. Kenntnisse der Geografie und der lokalen Umgebung sind von Vorteil.

IHR UMFELD ist ein junges und pflichtbewusstes Team, das Spass an seiner Aufgabe und am kollegialen Betriebsklima hat.

WIR BIETEN Ihnen eine interessante und verantwortungsvolle Position mit leistungsgerechter Bezahlung in der internationalen Hotellerie.

Wir freuen uns auf Ihre vollständige Bewerbung mit Foto, Zeugnissen und Lebenslauf.
Stefan Keel, Gastgeber

RAMADA Hotel Regina Titlis
Dorfstrasse 33, 6391 Engelberg SCHWEIZ
TEL. +41 (0)41 639 58 58, FAX +41 (0)41 639 58 59
E-MAIL: stefan.keel@ramada-treff.ch, www.ramada-treff.ch/titlis

RAMADA.

168530

PARK HOTEL WINTERTHUR ****

Haben Sie heute schon gekündigt?

Wollten Sie schon immer bei einer Neuöffnung involviert sein und Ihre herzliche Gastfreundschaft einbringen? Dann möchten wir Sie unbedingt kennenlernen!

Für unsere neu konzipierte Bar Lounge suchen wir einen professionellen

Chef de Bar (m/w)

Ihr Aufgabenbereich umfasst die selbständige Organisation der gesamten Bar Lounge. Sie sind verantwortlich für die einwandfreie Betreuung und Beratung unserer Gäste und den reibungslosen Serviceablauf.

Das attraktive, neu eröffnete Restaurant Bloom mit Bar Lounge gehört zum Park Hotel Winterthur (vormals Garten Hotel), dem führenden Businesshotel in der Region.

Freiheit, Freude, Harmonie: diese Grundsätze leben wir und verwöhnen so unsere Gäste. Vertrauen und Transparenz sind nicht nur Lippenbekenntnisse, sondern gelebte Führungsgrundsätze. Wir haben hochgesteckte Ziele. Sie helfen mit bei der Umsetzung!

Sie bringen eine Ausbildung im Service mit Weiterbildung im Barfach mit und verfügen über fundierte Fach- und Weinkenntnisse und Berufserfahrung im gehobenen Bargeschäft. Sie sind deutscher Muttersprache und sprechen fließend Englisch. Sie sind verantwortungsbewusst, flexibel und zuverlässig. Sie haben eine gepflegte Erscheinung und vorbildliche Umgangsformen. Eine zuvorkommende Gästebetreuung und -beratung liegt Ihnen genau so am Herzen wie uns.

Wir freuen uns, Sie schon bald kennen zu lernen!



Martin Studer, Hotelier
martin.studer@phwin.ch



Bitte richten Sie Ihre Bewerbung mit Foto an: Eva Heller, Leiterin MitarbeiterInnen-Bereich, eva.heller@phwin.ch

Park Hotel Winterthur
Stadthausstrasse 4, 8402 Winterthur
052 265 02 65, www.phwin.ch

168554

Für unseren wunderschönen, direkt am Zürichsee gelegenen, Grossbetrieb mit 80 Mitarbeitenden, suchen wir nach Vereinbarung eine/n

EIDG. DIPL. KÜCHENCHEFIN

der einer 18 köpfigen Brigade kompetent vorstehen kann und unsere 13 Gault Millau-Punkte weiter pflegt und ausbaut.

Um diese anspruchsvolle Herausforderung wahrnehmen zu können, erfüllen Sie folgende Voraussetzungen: Abschluss als eidg. dipl. Küchenchef, erfolgreiche Führung der Küche in ähnlichen Betrieben, ausgeprägte Banketterfahrung (ca. 500 Anlässe pro Jahr), Führungsqualitäten, Liebe zum Beruf, Organisationstalent und Administrationserfahrung.

Wir bieten Ihnen einen modernen Arbeitsplatz, unternehmerischen Spielraum und Selbständigkeit sowie alle Perspektiven einer grösseren Gastronomieunternehmung.

Wir freuen uns schon heute auf Ihre vollständige Bewerbung mit Foto an:

Kramer Gastronomie
Human Resources
Herdernstrasse 56
Postfach 1767
8040 Zürich

Lake Side
LUNCHING | DINING | MEETING

www.lake-side.ch

168544

Für einen unserer renommierten Kunden im Kanton Waadt suchen wir einen/eine

Réceptions-Leiter(in)

Ihr Aufgabenbereich

- Koordination aller Empfangsaktivitäten.
- Leitung und Motivation einer kleinen Mannschaft.
- Übermittlung Ihrer Erfahrung im Bereich des Empfangs an Ihre Mitarbeiter.
- Das Ansehen des Kunden vertreten und einen qualitativ hochwertigen Empfangsservice leisten.
- Entgegennahme von Telefongesprächen.
- Erstellen von Dienstplänen und regelmässige Beurteilung der Leistung Ihrer Mitarbeiter.

Ihr Profil

- Begeisterung für den Empfang und Service.
- Erfahrung in der Leitung eines kleinen Teams.
- Erfahrung im Bereich der Hotellerie oder der Luftfahrt, Diplom einer Hotelfachschule.
- Exzellente Allgemeinbildung.
- Freundliches Auftreten, Kundenorientierung, Detailgenauigkeit.
- Einwandfreies und elegantes Auftreten.
- Perfekt dreisprachig: Deutsch, Französisch, Englisch
- Verantwortungsbewusstsein, selbstständig, ehrlich und flexibel

Wenn Sie sich für den Empfang von Gästen begeistern möchten, senden Sie uns bitte Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto. Ihre Kandidatur wird vertraulich behandelt. Wir beantworten jedoch nur Bewerbungen, die alle oben genannten Voraussetzungen erfüllen.

Zuschriften unter Chiffre 168535 an *hotel + tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern.

168535

FACHHOCHSCHULE
ZENTRALSCHWEIZ



HSW LUZERN
Zentralstrasse 9
Postfach 3140
CH-6002 Luzern

T: 041-228-41-11
F: 041-228-41-12
E: information@hsw.fhz.ch
W: www.hsw.fhz.ch

Die Hochschule für Wirtschaft HSW Luzern ist das Kompetenzzentrum für Managementausbildung in der Zentralschweiz und ist in Bildung, Forschung und Beratung in einem dynamischen Wirtschafts- und Gesellschaftsumfeld tätig. Am ITW Institut für Tourismuswirtschaft haben wir per 1. Januar 2006 oder nach Vereinbarung zwei Stellen zu besetzen:

Leiter/in Höhere Fachschule für Tourismus HFT Luzern (70–100%)

Ihre Aufgaben

- Leitung der Höheren Fachschule für Tourismus HFT Luzern
- Personelle und finanzielle Führung der HFT Luzern
- Planung, Weiterentwicklung und Qualitätssicherung des Schulbetriebes
- Lehrtätigkeit an der HFT Luzern und in der Weiterbildung des ITW Institut für Tourismuswirtschaft
- Leitung und Bearbeitung von Forschungs- und Beratungsprojekten
- Mitglied der Institutsleitung

Ihre Persönlichkeit

- Abgeschlossenes Hochschulstudium (idealerweise im Bereich der Wirtschaftswissenschaften)
- Berufserfahrung im Tourismus
- Mehrjährige Führungserfahrung
- Methodisch-didaktische Kompetenz und Lehrerfahrung im Bereich der höheren Berufsbildung
- Kommunikative und teamfähige Persönlichkeit mit hoher Sozialkompetenz
- Unternehmerisches und marktorientiertes Denken und Handeln
- Ausgeprägte analytische und konzeptionelle Fähigkeiten

Unser Angebot

Wir bieten Ihnen eine interessante und verantwortungsvolle Leitungsaufgabe bzw. eine vielfältige Forschungs-, Beratungs- und Lehrtätigkeit, interessante Entwicklungsperspektiven, Raum für Eigeninitiative und Innovation, ein professionelles und teamorientiertes Arbeitsumfeld sowie einen Arbeitsplatz in der Nähe des Bahnhofs Luzern.

Weitere Informationen erhalten Sie von Jürg Stettler, Leiter ITW Institut für Tourismuswirtschaft, Telefon 041 228 41 46, E-Mail jstettler@hsw.fhz.ch.

Ihre Bewerbungsunterlagen mit Referenzadressen erwarten wir gerne bis 25. November 2005 an folgende Adresse: Hochschule für Wirtschaft HSW Luzern, Personalabteilung, Brigitte Moser, Zentralstrasse 9, 6002 Luzern.

www.hsw.fhz.ch/htf bzw. www.hsw.fhz.ch/itw

Dozent/in im Bereich Tourismus (70–100%)

Ihre Aufgaben

- Akquisition, Bearbeitung und Leitung von Forschungs- und Beratungsprojekten
- Erarbeitung von Konzepten und Berichten sowie Publikation von Ergebnissen der angewandten Forschung und der Beratung
- Konzeption und Leitung von Weiterbildungsangeboten
- Lehrtätigkeit im Bachelor, Studienrichtung Tourismus + Mobilität, sowie in der Weiterbildung des ITW
- Konzeption und Umsetzung der Internationalisierung der HSW Luzern

Ihre Persönlichkeit

- Abgeschlossenes Hochschulstudium (idealerweise im Bereich der Wirtschaftswissenschaften)
- Berufserfahrung im Tourismus
- Projektleitungs-, Forschungs- und Lehrerfahrung
- Ausgeprägte analytische und konzeptionelle Fähigkeiten
- Teamfähige und leistungsorientierte Persönlichkeit
- Internationale Erfahrung

168563



HOTEL SCHWEIZERHOF ZÜRICH

ja gerne

lautet unser Credo gegenüber unseren Gästen. Diese Haltung leben wir auch gegenüber unseren rund 100 MitarbeiterInnen.

An bester Lage im Herzen von Zürich liegt der Schweizerhof. Mit seinen 115 neu renovierten Zimmern, dem hervorragenden A-la-carte-Restaurant «La Soupière», dem lebendigen Café Gourmet, der gemütlichen Hotelbar und seinen motivierten Mitarbeitern ist er seit Jahren Garant für erstklassigen Service und gelebte Gastfreundschaft.

Wollen Sie durch Ihr unermüdetes Engagement, Ihre ausgeprägte Kommunikationsstärke sowie Ihren Sinn für wirtschaftliche Zusammenhänge massgeblich zum Erfolg unserer Unternehmung beitragen?

Per Anfang März 2005 oder nach Übereinkunft suchen wir

eine(n) **LeiterIn Personalabteilung**

- Aufgabenbereich:**
- sämtliche Tätigkeiten im Zusammenhang mit den Prozessen im Personalwesen inkl. Lohnwesen
 - Verantwortung über die konsequente Umsetzung der Personalpolitik
 - Unterstützung der Linienvorgesetzten bei Mitarbeiterfragen
 - Ausbildung der KV-Lernenden
 - erste Ansprechperson im IT-Bereich

- Sie haben:**
- gute Fachkenntnisse im Bereich Hotellerie
 - Erfahrung im Personalwesen
 - Durchsetzungsvermögen
 - gute kommunikative Fähigkeiten
 - Organisationstalent
 - ausgeprägtes unternehmerisches Denken
 - ... und Charme ...

Interessiert? Dann senden Sie bitte Ihre Bewerbungsunterlagen inkl. Foto an Jörg Rudolf von Rohr, Direktor.

Hotel Schweizerhof Zürich, Bahnhofplatz 7, 8001 Zürich, Telefon 01 218 88 88
jvonrohr@hotelschweizerhof.com

168514



Wir suchen für unser italienisches Restaurant mit Musikkonzept (Jazz con Pasta), im Zentrum von Zürich (Nähe Hauptbahnhof), 300 Plätze, 365 Tage offen, (Freitag und Samstag bis 02.00 Uhr) per März / April 2006 oder nach Vereinbarung eine/n

Gastgeber/In

Ihr Aufgabenbereich umfasst:

- Persönliche Gästebetreuung
- Führung von 35 MitarbeiterInnen
- Verantwortung für das Restaurant und die Produktionsküche
- Einkauf und Waren disposition
- Angebotsplanung und Kalkulationen
- Administratives Kontrollwesen
- Organisation von Jazz Veranstaltungen
- Planung und Durchführung von Firmenanlässen und Banketten

Unsere Erwartungen:

- Gastronomiefachfrau/-mann mit fundierten Food & Beverage Kenntnissen
- Erfahrung als Geschäftsführer/In
- Frontorientierte Gastgeberpersönlichkeit
- Alter zwischen 30 und 45 Jahren
- Gute Kenntnisse und Freude an der italienischen Küche
- EDV-Kenntnisse (vernetztes Kassensystem TC Pos)
- Gute Deutsch- und Italienischkenntnisse
- (Englisch- und Französischkenntnisse von Vorteil)

Wir bieten einen interessanten Entlohnungsmodus, Selbstständigkeit, ein eingespieltes Team sowie administrative Unterstützung durch die Verwaltung.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto.

Thomas A. Strebel, Direktor Gastronomie
Commercio Unternehmungen Zürich
 Nägelihof 1, 8001 Zürich
 Tel. 044 250 59 00; Fax 044 250 59 01
info@commercio.ch
www.commercio.ch, www.arthouse.ch

168510

INSTITUT HÔTELIER



The Institut Hôtelier «César Ritz», an international Hotel Management boarding school located on the shores of Lake Geneva, wishes to hire for January 2006 :

1 Assistant Kitchen Lecturer 1 Assistant Food Service Lecturer

- The candidate is expected to possess the following essential skills and qualifications:
- Strong culinary or service knowledge ("Brevet Fédéral" or equivalent)
 - Ability to direct and communicate with students in a working and academic environment
 - Initiative, maturity, creativity and leadership skills
 - Good communication skills and fluent English knowledge both written and spoken
 - Be over 25 years of age
 - Prior teaching experience is an asset

The candidates should address their application and CV to :
 Institut Hôtelier «César Ritz»
 Att. Mr Hervé Fournier, Director
 1897 Le Bouveret

Tel: +41 (0)24 482 82 82 - Fax: +41 (0)24 482 82 80

168559

www.ritz.edu



Schweizer Paraplegiker Zentrum

Das Schweizer Paraplegiker-Zentrum (SPZ) Nottwil ist die Akut- und Rehabilitationsklinik für Querschnittgelähmte sowie ein Begegnungs- und Rollstuhlsportzentrum mit internationaler Ausstrahlung.

Täglich verpflegen wir 140 Patientinnen und Patienten, über 850 Mitarbeitende und unsere zahlreichen individuellen Gäste im öffentlichen Selbstbedienungsrestaurant. Zudem führen wir anspruchsvolle Bankette und auch einfachere Anlässe mit bis zu 800 Personen durch. Im Herbst 2005 haben wir das Guido A. Zäch Forschungsinstitut mit Unterkünften, Studios, Seminarraumlichkeiten und einer ausbaufähigen Restaurationseinheit eröffnet.

Unter dem Motto «JA GERNE» legen wir in der Gastronomie grossen Wert auf gastorientierte Aufmerksamkeit und ein harmonisches Teamwork.

Unser langjähriger und verdienstvoller Küchenchef geht in Pension. Um seine Nachfolge zu sichern, suchen wir per 1. Juni 2006 oder nach Vereinbarung eine gefestigte und erfahrene Fach- und Führungspersönlichkeit als

Küchenchef/Küchenchefin

In dieser anspruchsvollen Tätigkeit übernehmen Sie die umfassenden Führungsaufgaben für 33 Mitarbeitende und vier Lehrlinge. Sie sind verantwortlich für die Sicherstellung einer attraktiven, ausgewogenen und saisonalen Verpflegung unter der Einhaltung der hohen Qualitätsanforderungen der Lebensmittelsicherheit und Arbeitssicherheit. Zudem erstellen und überwachen Sie das Küchenbudget, garantieren eine fundierte Preisberechnung, stellen das Bestellwesen sicher und führen Lieferantengespräche.

Als Organisationstalent verfügen Sie mit Vorteil über eine Management- und Führungsausbildung als Eidg. dipl. Küchenchef mit fundierten Diätkenntnissen. Erfolgreiche Erfahrungen im Bankettwesen und der Gemeinschaftsverpflegung in vergleichbarer Grösse setzen wir voraus. Sie sind bereit, Aufbauarbeiten für unser anspruchsvolles Restaurations- und Bankettangebot zu übernehmen und beherrschen den Umgang mit den neuesten Kommunikations- und Führungstools. Sie sind initiativ und trendorientiert und es macht Ihnen Freude zusammen mit dem Führungsteam der Gastronomie neue Akzente zu setzen.

Ihnen bieten wir eine anspruchsvolle Führungstätigkeit im motivierten Team, moderne Infrastrukturen und fortschrittliche Anstellungsbedingungen.

Weitere Auskünfte erteilt Ihnen gerne unser Leiter Gastronomie, René Reinert, Tel. 041 939 57 53.

Zusätzliche Informationen über das SPZ finden Sie unter: www.paranet.ch

168515

Haben wir Ihren Ehrgeiz geweckt?
 Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

SCHWEIZER PARAPLEGIKER-ZENTRUM
 Nicole Rösl, Bereichspersonalverantwortliche, 6207 Nottwil

...molto italiano...

...ist die Philosophie unserer **SANTA LUCIA**.
 Einladend gemächlich das Ambiente; einfach und echt die schlichte Küche.

Ende September 2005 eröffneten wir unsere **Jubiläums-Santa Lucia am Bellevue im Zentrum von Zürich**. Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir **per sofort** eine/n

Chef de Service

Schlägt Ihr Herz für die Gastronomie? Um diese grosse Herausforderung erfolgreich zu meistern, sind **fundierte Servicekenntnisse, einige Jahre Berufserfahrung als Chef de Service** sowie **Führungsstärke** zwingend. Arbeiten Sie gerne in einem stark frequentierten Betrieb und können Sie Ihr Team dank Ihrer ausgeprägten Art auch während **hektischen Servicezeiten** zur Höchstleistung motivieren? Falls Sie zudem eine ehrgeizige Persönlichkeit sind, die sich im Gastgewerbe weiter entwickeln möchte, dann nehmen Sie Kontakt auf mit uns!

Service

Damit sich unsere Gäste bei uns wohlfühlen, suchen wir motivierte, fröhliche und zuverlässige ServicemitarbeiterInnen, die gerne in einem stark frequentierten Restaurant arbeiten. Fundierte Erfahrung im Service sowie ausgezeichnete Deutschkenntnisse sind Voraussetzungen, um sich für diese anspruchsvolle Stelle zu bewerben.

Öffnungszeiten: So – Do 11.00 bis 2.00 Uhr
 Fr – Sa 11.00 bis 4.00 Uhr

Bitte senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen **mit Foto** an:

BINDELLA Terra Vite Vita SA
 Ruth Blindenbacher, Gruppenleitung
 Höggerstrasse 115
 8037 Zürich
www.bindella.ch

BINDELLA terra vite vita

168558

SENTO PLATTENHOF HOTEL

Ab Januar 2006 oder nach Vereinbarung suchen wir einen jungen und innovativen

Küchenchef

der/die unsere Gäste mit einer kreativen, italienisch-mediterranen Frischküche begeistern kann. Sie haben ausgewiesene Erfahrung in der italienisch-mediterranen Küche, sind kunden- und nachfrageorientiert und begeistern Ihre Mitarbeiter für Ihre Sache.

Ihr Verantwortungsbereich: Angebotsplanung, Organisation, Mitarbeiterführung, Einkauf, Qualitäts- und Kostenkontrolle.

Das Restaurant Sento mit 70 Sitzplätzen befindet sich im Hotel Plattenhof, das 2003 als Designhotel neu eröffnet wurde. Erfahren Sie mehr über uns unter www.plattenhof.ch oder www.sento.ch

Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie an: Hotel Plattenhof, Peter Sidler, Direktor, Plattenstrasse 26, 8032 Zürich.

168547

HOTEL LAUDINELLA

KULTUR KONGRESSE FERIEN

CH-7500 St.Moritz

Zur Ergänzung unseres motivierten, jungen Teams suchen wir SIE für die Wintersaison 2005/2006 als:

Sous Chef (m/w)

für unsere 30-köpfige Brigade

Sie verfügen über die entsprechende Ausbildung, einige Jahre Berufserfahrung und einen fairen Führungsstil. Flexibilität und Belastbarkeit sind für Sie keine Fremdwörter.

Jahresanstellung, D/E (I von Vorteil)

Chef de Partie Tournant (m/w) Chinese oder Thai Chef de Partie (m/w) Commis de Cuisine (m/w)

für unsere internationale Küche, mit der entsprechenden Ausbildung und Erfahrung.
 D/E (I von Vorteil)

F&B PraktikantIn

zur Unterstützung unserer F&B-Abteilung
 PC-Kenntnisse, D/E (I von Vorteil)

Servicefachangestellte (m/w)

für die Pizzeria Caruso und die Stüwa mit der entsprechenden Erfahrung.
 D//E

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an:

Hotel Laudinella
 Andrea Barbara Regenass
 Human Resources Manager
 7500 St. Moritz
 Telefon +41(0)81 536 06 04
www.laudinella.ch

168512

UTO KULM

Top of Zurich ★★★★★

Top of Zurich! Das sind wir!

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

Unsere Herausforderung sind Seminare von 2 - 300 Personen, Bankette bis 700 Personen, Open Air-Events bis 1500 Personen sowie Restaurant- und Hotelgäste.

So abwechslungsreich wie unser Betrieb ist auch die Mitarbeit als

Chef de Rang (m/w)

Sie sind eine junge, dynamische und motivierte Persönlichkeit, haben eine abgeschlossene Berufsausbildung im Gastgewerbe, Erfahrung in der Gästebetreuung und bewahren auch in hektischen Situationen einen kühlen Kopf. Ausserdem übernehmen Sie gerne Verantwortung, arbeiten selbstständig in unserem Serviceteam und treffen gastorientierte Entscheidungen.

Wenn Sie zudem fließend Deutsch und wenn möglich auch Englisch sprechen, kooperativ und flexibel arbeiten und einen Sinn für Teamwork haben, freut sich Alexandra Alchenberger (alexandra.alchenberger@uetliberg.ch / Telefon 044 457 66 66) über Ihre Bewerbung.

Hotel UTO KULM
 Telefon: +41 (0)44 457 66 66
www.utokulm.ch

8143 Uetliberg
 Fax: +41 (0)44 457 66 99
utokulm@uetliberg.ch

168511



TOP OF THE WORLD

Der Kur- und Verkehrsverein St. Moritz sucht per **sofort oder nach Vereinbarung** eine kompetente und ambitionierte Persönlichkeit als

LEITER/IN**FINANZEN/ZENTRALE DIENSTE**

In unserer lebendigen Tourismusorganisation tragen Sie die Verantwortung für folgende Hauptaufgaben:

- Führung der Finanz- und Lohnbuchhaltung
- Controlling/Reporting mit Jahresabschluss
- Budgetierung
- Finanz- und Liquiditätsplanung
- Personalwesen
- Sozialversicherungen
- Bank- und Versicherungsgeschäfte

Sie koordinieren die Überwachung unseres IT- Systems und vertreten die Interessen des Kur- und Verkehrsvereins in verschiedenen Gremien.

Unsere Voraussetzungen für diese verantwortungsvolle Position sind:

- fundierte kaufmännisch-betriebswirtschaftliche Ausbildung (z.B. HWV, Controller o.Ä.)

- mehrjährige Berufserfahrung im Finanz- und Rechnungswesen
- unternehmerisches Denken und Handeln
- Führungserfahrung und Organisationstalent
- Hohe soziale und kommunikative Kompetenz
- Belastbarkeit und Flexibilität

Sind Sie an dieser spannenden und vielseitigen Position interessiert? Dann senden Sie bitte Ihre vollständigen Unterlagen an Herr Dr. Hanspeter Danuser, Kurdirektor, Kur- und Verkehrsverein St. Moritz, 7500 St. Moritz.

Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.

168569

SCHWEIZERHOF
St. Moritz

ARBEITEN, WO DER WINTER AM SCHÖNSTEN IST!

Kennen Sie bereits den Engadiner Winter
oder gar das ganzjährig geöffnete Viersternhotel Schweizerhof in St. Moritz?

Wollten Sie schon immer etwas weiter als über den Kochtopf hinausblicken?
In unserer Hauptküche bieten wir Ihnen dazu als

SOUS-CHEF

eine interessante Möglichkeit. Wenn für Sie die klassische Küche grosse Bedeutung hat und Sie Ihre Kenntnisse gerne mit modernen Elementen ergänzen, dann bieten wir Ihnen für Ihre berufliche Weiterentwicklung ein spannendes und motivierendes Umfeld. Sie haben Freude daran, Ihre mehrjährige Erfahrung, Ihre Führungsqualitäten und Ihr Wissen im täglichen Geschäft wie auch in Form von Schulungen ins Team ein zu bringen. Und das ist gut so!

Überschneiden sich Ihre Winterpläne mit unseren? Herr G. Seifried, Küchenchef,
freut sich über Ihren Anruf oder schicken Sie einfach Ihre Unterlagen an
Yvonne Urban Scherer und Martin Scherer. Wir sind gespannt...

168549

Hotel Schweizerhof - CH-7500 St. Moritz - Tel: +41 81 837 07 07 - Fax: +41 81 837 07 00
staffoffice@schweizerhofstmoritz.ch - www.schweizerhofstmoritz.ch



swisspersonal

Kaufm. Mitarbeiterin / Réceptionistin

Ihr neuer Arbeitgeber: Unser Auftraggeber ist ein Tourismusunternehmen in Lenzerheide, das die Ferien seiner Gäste zum unvergesslichen Erlebnis werden lässt. Als Ferienregion bietet Lenzerheide alles, was das Herz begehrt.

Stellenprofil: Ihr Kerngeschäft besteht in der Vermietung von Ferienwohnungen. In diesem Zusammenhang erledigen Sie die gesamte Administration, pflegen telefonischen und persönlichen Kontakt mit Gästen und Eigentümern, betreuen das Checkin und Checkout an der Réception und organisieren Versammlungen.

Anforderungen: Eine solide kaufmännische Ausbildung - vorzugsweise im Hotelfach, in der Reisebüro- oder Tourismusbranche - sowie gute mündliche Italienischkenntnisse sind die Voraussetzungen für diese äusserst lebhafteste Aufgabe. Wir erwarten zudem, dass Sie über gute Umgangsformen verfügen, belastbar und selbstständig sind. Es macht Ihnen nichts aus, auch am Wochenende zu arbeiten, denn Kundendienst ist für Sie eine Berufung. Durch Ihre freundliche Wesensart sind Sie die Seele des Betriebes, die von einem sympathischen Team erwartet wird.

swisspersonal ag
Sonja Schwendeler
Alexanderstrasse 1, 7002 Chur
Telefon 091 259 48 98
E-Mail: info@swisspersonal.ch
www.swisspersonal.ch

QUALIFIZIERTE PERSONALBERATUNG
FÜR KAUFMÄNNISCHE, TECHNISCHE,
HANDWERKLICHE UND IT-BERUFE

168534



Als international führender Hersteller von vollautomatischen Kaffeemaschinen für das Gastgewerbe suchen wir für unser Coffee Competence Centre in Moosseedorf/BE eine(n)

Leiter/in Coffee Competence Centre

In unserem Coffee Competence Centre wird Kaffee zelebriert. Kunden, Liebhaber, Fachbesucher sowie unsere Mitarbeiter werden dort geschult und auf Kaffee eingestimmt. Der langjährige Leiter, Ingo Rogalla, hat sich entschlossen eine selbstständige Tätigkeit aufzunehmen.

Ihr Aufgabengebiet

- Führen des Schaerer Coffee Competence Centre
- Schulen von Kunden und Mitarbeiter
- Teilnahme an Messen im In- und Ausland
- Weiterentwicklung unserer Schulungsunterlagen
- Erweitern und dokumentieren unseres Fachwissens
- Mitwirken bei der Entwicklung neuer Produkte und Konzepte
- Trends in der Kaffeekultur und Kaffeewelt erkennen

Unsere Anforderungen

- Didaktisches Geschick oder entsprechende Ausbildung
- Sie verfügen über eine abgeschlossene Ausbildung im Gastronomiebereich und haben bereits einige Jahre Berufserfahrung gesammelt.
- Idealerweise haben Sie bereits als Barista, Coffee Shop-Mitarbeiterin gearbeitet.
- Deutsche und Englische Sprache (Französisch von Vorteil).
- Erfahrung im Umgang mit Officesoftware inkl. Powerpoint.

Unser Angebot

Wir bieten Ihnen ein dynamisches Umfeld, das Sie fordert und fördert. Sie haben den Freiraum, um Ihre fachlichen, methodischen und sozialen Kompetenzen engagiert zu nutzen und erfolgreich umzusetzen. Ein moderner Arbeitgeber mit fortschrittlichen Arbeitsbedingungen erwartet Sie an Ihrem neuen Arbeitsplatz in Moosseedorf.

Interessiert?

Senden Sie Ihre vollständige Bewerbung an Frau Yvonne Scheidegger, Personalabteilung.



M. Schaerer AG Kaffeemaschinen Gewerbestrasse 15 3302 Moosseedorf
Tel. 031 858 51 11 www.schaerer.com info@schaerer.com

168526

ENGELBERG

RAMADA führt in der Schweiz an den Standorten Adelboden, Basel, Engelberg, Gené und Locarno 7 Business- und Ferienhotels im gehobenen 3- und 4-Sterne-Bereich mit total rund 1'400 Betten.

**Viele Hotels tun fast alles für Ihre Gäste,
wir auch für unsere Mitarbeiter: Werden Sie Partner/In!**

Wir sind ein führendes 4-Sterne-Hotel im Winter- und Sommersportort Engelberg. Mit unseren 128 Zimmern, 3 Restaurants, Seminar- und Kongressräumlichkeiten sowie einer neuen Wellnessanlage sind wir gleichzeitig eines der grössten Hotels im Ort.

**Für die kommende Wintersaison suchen wir
ab dem 15. Dezember 2005 folgende Mitarbeiter:**

CHEF DE PARTIE

für unsere aktive und vielseitige à la carte Küche
und den Bankettbereich

COMMIS DE CUISINE

zur Unterstützung unserer Küchencrew in allen Bereichen

SPORTMASSEUR / WELLNESSBETREUER (w/m)

für den topmodernen Entspannungsbereich

IHR UMFELD ist ein junges und pflichtbewusstes Team,
das Spass an seiner Aufgabe und am kollegialen Betriebsklima hat.

WIR BIETEN Ihnen zeitgemässe Entlohnung, Verpflegung
im Haus und auf Wunsch ein Zimmer in unserem zentralgelegenen
Mitarbeiterhaus.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.
Stefan Keel, Gastgeber

RAMADA Hotel Regina Titlis
Dorfstrasse 33, 6391 Engelberg SCHWEIZ
TEL. +41 (0)41 639 58 58, FAX +41 (0)41 639 58 59
E-MAIL: stefan.keel@ramada-treff.ch, www.ramada-treff.ch/titlis

Als Partnerhotelgruppe der Cendant Corporation - der weltweit führenden Hotelkette
im Franchise-System - steht RAMADA für hohe Qualitäts- und Servicestandards.

168529

SV

catering & services



Das **Zürich Development Center** in Zürich ist ein Lern-, Arbeits- und Präsenzraum der Zürich Versicherungs-Gesellschaft. Der Betrieb umfasst 83 komfortable Hotelzimmer, 15 verschiedene grosse Labräume eingerichtet mit der modernsten technischen Infrastruktur, 2 Restaurants und diverse Outlets. Den Gästen steht ein Dienstleistungsangebot auf hohem Niveau zur Verfügung.

Per **1. Dezember 2005** oder **3. Januar 2006** suchen wir eine/n erfahrene/n

Empfangs- mitarbeiter/in 100%.

Ihr Aufgabengebiet umfasst die Erledigung aller administrativen Arbeiten am Empfang, Check-in und -out der Hotelgäste, Anlassbearbeitung, Rechnungsstellung, Sicherheitsaufgaben im Bereich Brandschutzanlage und im Weiteren sind Sie die Kontaktperson zwischen den verschiedenen Abteilungen.

Ihr Profil

- mindestens 2 Jahre Berufserfahrung an einer Réception
- sehr gute mündliche und schriftliche Deutschkenntnisse
- gute Englischkenntnisse
- hohe Dienstleistungsbereitschaft sowohl gegenüber Gästen als auch den Mitarbeitenden
- Offenheit für Neues
- flexible, teamfähige Persönlichkeit mit grossem Verantwortungsbewusstsein

Wir bieten

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

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Wir freuen uns auf Ihre vollständige Bewerbung (inkl. Foto) bis spätestens den 18. November 2005 an:

Muriel Hofer
Hotel Manager
SV (Schweiz) AG
Zürich Development Center
Kaltenstrasse 48
CH-8044 Zürich

168545



HOTEL **
KRONE**

RATHAUSPLATZ • CH-3600 THUN

Zur Ergänzung unseres China-Küchenteams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung

China-Koch

Wir freuen uns auf Ihren Anruf oder Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen.

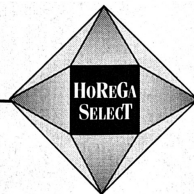
HOTEL KRONE, Rathausplatz 2, 3600 Thun
Klaus Lamprian
Tel. 033 227 88 88

168543

Suchen Sie einen Top-Mann für Ihr Kader für die Schweiz oder Deutschland? Chef de cuisine

Sei es à-la-carte, ein Gala Diner oder Bankett mit mehreren 1000 Gästen oder auswärts kochen mit einem Catering Service, all dies gehört zum umfangreichen Wissen dieses italienischen Vollprofis. Er verfügt über jahrzehntelange Erfahrung in der Schweizerischen und Deutschen Gastronomie, führte eigene Betriebe und hatte bis vor 3 Jahren die kulinarische Leitung unserer beiden Hotels im Limmattal inne. Budgetsicher und viel Erfahrung in Mitarbeiterführung und Lehrlingsausbildung, ebenso wie effizient in Lieferantenverhandlungen, dies zeichnet ihn als ausgezeichneten, vielfach prämierten Berufsmann aus. Erfolgreich in der Planung und Ausführung von diversen Neu- und Wiedereröffnungen, uner-müdlicher Einsatz und Loyalität, weitere Charakterzüge eines feinen Teamworker. Er, 46 Jahre jung, sucht eine neue Herausforderung, die ihm auch dank seinen guten Sprachkenntnissen entsprechen. Sind Sie interessiert, dann kontaktieren Sie mich: Elio Frapolli, FRAPOLLI BETRIEBE AG Hotel Sommer-Ticino, CH-8953 DIETIKON Tel: 044 745 41 41 elf@sommerau-ticino.ch Ohne Provisions-/Kommissionsbedingungen.

168521



Auszug aus unseren Kaderstellen:

Verkauf und Marketing

Verkaufsdirektor/in

Grosses Seminar- und Konferenzhotel mit internationaler Kundschaft, Standort: Stadt Deutschschweiz. Für diese Kaderposition, in welcher Sie auch Mitglied der Geschäftsleitung sind, suchen wir eine/n Kandidat/-in, welche/r sich in gleicher Position in grossen Häusern vorzugsweise mit sehr grossen Seminar- und Bankett-/Konferenzkapazitäten, im In- und Ausland über einen erfolgreichen Leistungsausweis ausweisen kann. Gerne geben wir Ihnen in einem ersten vertraulichen Gespräch nähere Angaben. Verlangen Sie Frau Yvonne Hirsbrunner

Sales und Marketingmanager/in

Luxushotel in einem bekannten Sommer- und Wintersportort. Sie vertreten mit diesem Haus eines der führenden Hotels der Schweiz. Sprachen D/F/E, Erfahrung in Häusern der 4/5*-Hotellerie im In- und Ausland in gleicher Position Bedingung.

Für diverse Stadthotels suchen wir

Sales Manager/in

Raum Mittelland. Anspruchsvolle Aufgabe für die Neueröffnung eines grossen Hotels, das zu einer internationalen Hotelgruppe gehört. Wir erwarten für diese Herausforderung einen Bewerber mit nachweislich starkem Leistungsausweis im Hotelverkauf in Hotels mit grossem Seminar-/Bankettbereich der Stadthotellerie.

Stadt/Region Zürich

4*-Seminar/Konferenzhotel. Das Haus gehört zu den besten Adressen für Seminare/Konferenzen und Anlässen im Raum Zürich. Sie betreuen vor allem den Geschäftskundenbereich in der ganzen Schweiz.

Genfersee/Lac Léman

Hier suchen wir für 3 kleinere, private Hotels eine Assistentin des Sales Managers als Unterstützung in den Bereichen Verkauf u. Administration. Sprachen F/D/E.

Grossraum Zentralschweiz

Wir suchen für 2 Hotels, die sowohl im Bereich Fei-erungsgäste als auch Seminar/Bankette ihre Segmente haben, jüngere Bewerber/innen, welche sich über Erfahrung im Verkaufsbereich Hotellerie ausweisen können und einen nächsten Karriereschritt planen.

Bereich F&B

Angebote und Verkaufsplaner

Sie zeichnen innerhalb eines grossen Gastronomieunternehmens verantwortlich für die Angebote und Verkaufsplanung für die einzelnen Betriebe, vor allem im Bereich Aktionen, Promotionen, zudem erstellen Sie Konzepte für neue Betriebe, arbeiten auch Projektbezogen, sind verantwortlich für die konstruktive Zusammenarbeit zwischen Verwaltung und Betrieben, Ansprechpartner für Geschäftsführer und Küchenchef. Ausserdem zeichnen Sie verantwortlich für den zentralen Einkauf, Verhandlungen mit Lieferanten, Kontrolle usw.

Wir erwarten für diese Position: Ausbildung in der Gastronomie, Abschluss Hotelfachschule, Berufs- und Führungserfahrung im F&B-Bereich (gerne auch Ausländerfahrung). Idealerweise ca. 28-35.

Restaurantleiter/in Chef de Service

Wir suchen für ein sehr bekanntes Punkterestaurant, sowie ein grosses und lebhaftes Hotel-Restaurant in der Stadt Bern ambitionierte jüngere/n Gastgeber/in, mit starken Führungseigenschaften und ausgesprochenen Gastgeberqualitäten.

...viele weitere Angebote finden Sie unter
www.horega.ch

HoReGa Select AG Kaderberatung

Stänzlergasse 7 4051 Basel
Tel. 061 281 95 91
info@horega.ch / www.horega.ch

168555

Für unser ****Hotel in Grindelwald suchen wir per 1.12.2005 oder nach Vereinbarung

Aide du Patron

Wir bieten Ihnen ein abwechslungsreiches, verantwortungsvolles Tätigkeitsfeld. Wir erwarten eine abgeschlossene Ausbildung, Berufserfahrung in der Hotellerie, gute Sprachkenntnisse in Deutsch, Englisch und Französisch sowie eine hohe Bereitschaft zur Teamarbeit und Zusammenarbeit mit anderen Betrieben.

Zudem suchen wir nach Vereinbarung

Junior Réceptionist/in

Schriftliche Bewerbungen mit Foto an:
Kirchhofer AG
Postfach 453, 3800 Interlaken

168524



**Hotel Landhaus
Saanen**

Gesucht ab sofort oder nach Vereinbarung

Servicefachangestellte

mit Sprachkenntnissen D/F

Wir bieten eine selbständige und interessante Tätigkeit, ein breites Zielpublikum und eine traumhafte Umgebung.

Auf Ihre Bewerbung freuen wir uns schon jetzt. Gerne stellen wir Ihnen unseren Betrieb in einem persönlichen Gespräch genauer vor.

Hotel-Restaurant Landhaus
Familie Diekmann-Broggi
3792 Saanen

Frau Tatjana Röthlin
Telefon 033 748 40 40
www.landhaus-saanen.ch

168570

krafft

HOTEL
RESTAURANT
SCHNOOGGENLOCH

Mitarbeit Réception

Krafft steht für eine neue Basler Hotelidee rund um Authentizität, Qualität und Einfachheit in einem charmananten Haus direkt am Rheinufer. Im Sommer haben wir alle Zimmer frisch renoviert, welche nun mit unserem attraktiven Restaurant eine gelungene Einheit bilden.

Für die Réception suchen wir ab Januar 2006 ein neues Teammitglied, welches engagiertes und selbständiges Arbeiten gewohnt ist, Freude hat Verantwortung zu übernehmen und mit Herzlichkeit den Alltag mitträgt.

Bringen Sie eine abgeschlossene Ausbildung und Berufspraxis mit, freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

Krafft Hotel Restaurant Schnooggenloch,
z.H. Sabine Handschin, Rheingasse 12, 4058 Basel,
shandschin@hotelkrafft.ch, www.hotelkrafft.ch

168528



HOTEL RESTAURANT WORBENBAD
Das feine Hotel mit ****Qualität

*Sie suchen: Abwechslung, Kontakt,
neue Impulse, Kreativität, Spontaneität*

BETRIEBSASSISTENT/IN

Anforderungen:

- Ausbildung in der Hotellerie/Gastronomie
- Sehr gute Service- und Réceptionserfahrung
- Unternehmerisches Denken
- Alter ca. 24-28 Jahre

Aufgaben:

- Seminar- und Bankettbetreuung, F & B
- Réception
- Mithilfe im Service, Vertretung Chef de Service (ca. 20 %)

Wir:

- Reger Seminar- und Geschäftsbetrieb
- 29 Hotelzimmer, 2 Restaurants und grosse Terrasse
- Grosser Wellness-Bereich

Eintritt:

Januar 2006 oder nach Absprache

Schön, wenn Sie sich angesprochen fühlen!

Gerne erwarten wir Ihre Unterlagen an:
George F. Sardi

Hauptstrasse 77, 3252 Worben b. Lyss
Tel. 032 / 384'67'67, Fax 032 / 384'79'06

www.worbenbad.com / sardi@worbenbad.ch

168542



Zur Verstärkung unseres Teams im Restaurant mit Bistro, Café und Bankettsaal, mitten im Herzen von Rorschach am Bodensee, suchen wir per sofort Sie als

Servicemitarbeiter/in

Für diese Positionen stellen wir uns eine teamfähige Persönlichkeit vor, die bereits Erfahrung im Service mitbringt.

Wir bieten Ihnen eine Jahresstelle in einem interessanten Umfeld. Haben wir Ihr Interesse geweckt? Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Stadthof Rorschach

Christian Stehli

Kirchstrasse 9, CH-9400 Rorschach

Tel: 071/841 10 90, Fax: 071/841 10 91

info@stadthof-rorschach.ch

www.stadthof-rorschach.ch

168518

Sind Sie top?

..... und suchen eine neue Herausforderung?

Alleinkoch, Service (m/w), Zimmermädchen

Wir freuen uns von Ihnen zu hören.



Gastro S Haus Howald GmbH

Bahnhofstrasse 8, XL-Zentrum

5080 Laufenburg

E-Mail: jobs@gastro-s.ch, Tel. 062 869 40 40

www.gastro-s.ch

168538

MONT CERVIN PALACE ZERMATT

★ ★ ★ ★ ★

Alles überragend wie das Matterhorn.

So berühmt wie das Matterhorn sind die Seiler Hotels, weil sie bereits seit mehreren Generationen zu den besten Hotels im weltbekannten und autofreien Kurort Zermatt zählen. Für unser **5-Stern-Hotel Mont Cervin Palace**, Mitglied der «Leading Hotels of the World», suchen wir für die kommende Wintersaison 2005/06 folgende qualifizierte Mitarbeiter:

Telefonistin (Bedienung der Hauptzentrale, D/F/E)

Logentourant (Bedienung der Telefonzentrale, Postabholung und -verteilung, Bahnhofsdienst, div. Reinigungsarbeiten, D/F/E und Fahrausweis)

Chef de rang (D/F/E) Restaurationsfachfrau/-mann (À-la-carte-Service, D/F/E)

Und für unseren neuen, modernen Spa-Bereich mit verschiedenen Bade- und Saunalandschaften suchen wir motivierte Mitarbeiter/innen:

Kosmetikerin (D/F/E)

Masseur in Teilzeit (D/F/E)

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns über Ihre vollständige Bewerbung per Mail oder Post!

Seiler Hotels Zermatt AG
HOTEL MONT CERVIN PALACE*****

Frau Jeannette Allet

3920 Zermatt

Tel.: 027 966 87 54 Fax: 027 966 87 57

E-Mail: ja@seiler-zermatt.ch

www.seilerhotels.ch/de/montcervin

150 JAHRE
SINCE 1855

SEILER HOTELS
ZERMATT

one of
The
Leading
Hotels
of
the
World

Swiss Deluxe Hotels

168541

Restaurant Falken, Neuheim (bei Zug)

Wir sind ein kleines und junges Team und suchen für unsere 14-Punkte-Küche auf den 1. Januar 2006 oder nach Vereinbarung

Servicefachangestellte(n)

Öffnungszeiten: Mittwoch bis Sonntag.

Nach Wunsch Personalstudio im Haus.

Schriftliche Bewerbung an:

Peter Doswald, Hinterburgstrasse 1

6345 Neuheim, Tel. 041 756 05 40

168520

aare seeland mobil



Steigen Sie ins Boot

Wir sind eine attraktive, dynamische Unternehmensgruppe im Bereich Öffentlicher Verkehr und Tourismus mit rund 250 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Oberaargau und Seeland.

Wir suchen für unser Reisebüro in Nidau per sofort oder nach Vereinbarung eine/n aufgestellte/n und erfahrene/n

Reiseberater/in 80-100 %

Zu Ihren Hauptaufgaben gehören

- Organisation und Verkauf von Incoming-Gruppenreisen, Outgoing-Pauschalreisen, Flügen sowie unserem Bahnreisortiment
- Organisation von Kundenanlässen
- Realisierung von vielfältigen Marketing- und Verkaufsförderungsmaßnahmen

Sie verfügen über eine abgeschlossene kaufmännische Ausbildung und mehrjährige Berufserfahrung im Reisebüro. Nebst der deutschen Muttersprache bringen Sie idealerweise gute Französischkenntnisse mit. Sie haben zudem Spass an vielseitigen Kontakten und administrativen Arbeiten. Ihre Arbeitsweise zeichnet sich durch unternehmerisches Denkvermögen und starke Kundenorientierung aus.

Sie sind kommunikativ, verantwortungsbewusst und teamfähig. Sie sind flexibel und auf der Suche nach einer selbstständigen und abwechslungsreichen Tätigkeit? Dann sollten wir uns kennenlernen!

Wir bieten Ihnen ein interessantes Aufgabengebiet in einem kleinen Team sowie fortschrittliche Anstellungsbedingungen mit Reisevergünstigungen für Sie und Ihre Familie.

Frau Monika Schneeberger, Leiterin Agentur Nidau, gibt Ihnen gerne weitere Auskunft, Tel. 032 333 38 33. Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto senden Sie bitte an unsere Personalabteilung.

Aare Seeland mobil AG, Grubenstrasse 12, 4900 Langenthal
Telefon 062 919 19 10

Besuchen Sie unsere Homepage
www.aare-seeland-mobil.ch wie auch www.erlebnis-schweiz.com

168558



Die Kartause Ittingen zählt zu den führenden Seminar- und Kulturzentren in der Schweiz. Unseren Gästen bieten wir in unserer einzigartigen ehemaligen Klosteranlage ein ganz besonderes Ambiente. Zwei Gästehäuser, ein grosser Restaurant- und Bankettbereich verbunden mit einem hochstehenden gastronomischen Angebot bieten die Plattform für ganz besondere gesellschaftliche Anlässe.

Für den Restaurationsbereich, hauptsächlich im à la carte Service, suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung ein/e gelernte/r

Servicefachangestellte/r (20 - 30-jährig)

Das Restaurant und der Bankettbereich verfügen über rund 700 Sitzplätze. Zusätzlich betreiben wir im Sommer eine der schönsten Gartenterrassen der Region mit ca. 200 Sitzplätzen.

Sie sind eine aufgestellte, flexible und einsatzfreudige Persönlichkeit, schätzen den Kontakt zu unseren Gästen und haben Freude am Beruf des Gastgebers.

Ausserdem suchen wir zur Verstärkung unserer Teams während der Saison 2006:

Servicefachangestellte/r 100%

von ca. März bis November

Koch 100%

von ca. April bis November

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Alles Weitere erzählt Ihnen gerne Herr Peter Mötteli, Personalchef, oder Herr Thomas Jann, Hoteldirektor, Telefon 052 748 44 11. Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto senden Sie bitte an:

Stiftung Kartause Ittingen, CH 8532 Warth

Peter Mötteli, Personalchef

peter.moetteli@kartause.ch

www.kartause.ch

KARTEUSE
ITTINGEN

168532

Grill-Restaurant Churrasco, Glockengasse 9, 8001 Zürich

Auf den 1. Dezember 2005 haben wir den Job des

- Küchenchefs und Koch

- Alleinkoch

neu zu besetzen.

Das Grill-Restaurant Churrasco ist ein stark frequentiertes 160-plätziges Restaurant mit argentinischem Touch mitten im Herz von Zürich. Wir bieten einem kreativen Küchenchef, der über ein unternehmerisches Flair verfügt, eine interessante Plattform seine Erfahrungen einzubringen und Eigenverantwortung zu übernehmen. Wir bieten auch Köchen mit Erfahrung eine interessante Plattform, die Ihr Können beweisen können.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns über Ihre schriftliche Bewerbung an:

Churrasco
Komani Simon
Glockengasse 9
8001 Zürich
01 221 11 44

168561



Für unser 2**-Hotel im Berner Oberland suchen wir für die kommende Wintersaison 2005/06:

Küche: Schweizer Spezialitäten-Küche à la carte/Halbpension

Commis de cuisine (m)

Jungkoch (m)

Pizzeria: mit 60 Sitzplätzen,
elektrischer Ofen.

Pizzaiolo (26-35 Jahre)

mit Berufserfahrung

Servicekraft in der Pizzeria

erforderliche Sprachen: Deutsch und Englisch.

Housekeeping: Zimmerreinigung/
Linge

Zimmerfrau

Wir freuen uns über Ihre schriftliche Bewerbung.

RESIDENCE & BERNERHOF HOTELS
Familie Schweizer, CH-3823 Wengen

Tel. 033 855 27 21

Fax 033 855 33 58

E-Mail: bernerhof@wengen.com

168550

PARK HOTEL DU SAUVAGE



Art-Nouveau Hotel, erbaut im 1880, 75 Zimmer mit 130 Betten, grosszügige sehr stilvolle Restaurationsräume, Pianobar mit Wintergarten, Bistro-Grand Café «Kristall», Carnotzet, lauschige Parkanlage, zeitgemässe Seminarräume bis 100 Teilnehmer.

Das Park Hotel Du Sauvage greift nicht nach den Sternen ...!

Es ist auf dem Weg zurück zum 4-ten Stern!

Gemeinsam mit unseren geschätzten Mitarbeitern möchten wir diese Mission erfolgreich erfüllen, und deshalb suchen wir Sie: jung oder jung geblieben, dynamisch, teamfähig und unternehmerisch denkend!

- EmpfangsmitarbeiterIN mit Flidelo-Kenntnissen und Berufserfahrung (sie sprechen fließend Deutsch und Englisch, Französisch wäre ein pré il)

- Bardame mit Flair für anspruchsvolle, internationale Gäste

Nur vollständige, schriftliche Bewerbungen mit Foto werden berücksichtigt und sind zu richten an:

Park Hotel du Sauvage

Ferdinand T. Salverda

Gastgeber/Direktor

Bahnhofstrasse 30

3860 Meiringen

www.sauvage.ch

033 971 41 41

168039

Für unseren hektischen Stadtbetrieb suchen wir ab ca. Mitte November oder nach Übereinkunft zur Ergänzung unseres Küchenteams

Chef Saucier Chef Gardemanger Commis de cuisine

Haben Sie eine abgeschlossene Kochlehre und Freude am Beruf?

Dann senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung an:

Emil Bolli, eidg. dipl. Küchenchef

HOTELBERN

Zeughausgasse 9, CH-3011 Bern, Telefon +41 (0)31 329 22 22
hotelbern@hotelbern.ch, www.hotelbern.ch

168551



Hotel Hari im Schlegel
Gartenweg 5
CH-3715 Adelboden
Tel. (+41) 033 673 19 66
E-Mail: schlegel@bluewin.ch

...kreativer

Küchenchef/Sous-Chef w/m

gesucht, der unser kleines Küchenteam leitet. Erfahrung in der Hotchküche gefordert, Organisationstalent; Sprache Deutsch; Alter zwischen 24 und 50 Jahre. Angenehme Arbeitszeit, kein à la carte, 130 Betten. Wohnung vorhanden, Jahresstellung per 16.12.2005.

168517



Romantisch und trotzdem ohne Rüschchen
Stadt nah und trotzdem direkt am See gelegen
Historisch und trotzdem modern

Das Romantik Seehotel Sonne Küsnacht*** besteht aus 40 individuell eingerichteten Zimmern und einer anspruchsvollen und vielfältigen F&B-Abteilung: Restaurant, Sonnengalerie mit bedienter Terrasse (von Gault Millau ausgezeichnet), Gaststuben und Selbstbedienungs-Garten, 4 Bankett- und Konferenzräume für bis zu 120 Personen und einer lebhaften Bar.

Ab sofort oder nach Vereinbarung suchen wir folgende motivierte Mitarbeiter:

Réceptionist/in

gästeorientiert, verkaufstalentiert, D, E, F

Chef de partie entremetier* m/w

kreativ, leistungsorientiert

Chef de partie saucier* m/w

berufserfahren, engagiert

Chef de partie gardemanger* m/w

innovativ, belastbar

* per 1. Januar 2006

Es erwartet Sie eine moderne Unternehmensstruktur und vielfältige Arbeiten. Gemütliche Mitarbeiterzimmer nur 2 Minuten von Hotel und See entfernt sind vorhanden.

Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen senden Sie an: Romantik Seehotel Sonne Küsnacht, René Grüter & Catherine Julien Grüter, Direktion, Seestrasse 120, 8700 Zürich-Küsnacht, Tel. 044 914 18 18 / Fax 044 914 18 00 oder per E-Mail an: home@sonne.ch www.sonne.ch

ROMANTIK
HOTELS & RESTAURANTS
INTERNATIONAL

168556

Express-Stellenvermittlung

Für ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen aus Hotellerie und Gastgewerbe

Service de placement express

Pour employeurs et employés de l'hôtellerie et de la restauration

Eine
Dienstleistung
von

hoteljob

Tel. 031 370 42 79

08.00 bis 12.00 Uhr und 13.30 bis 17.00 Uhr

Fax 031 370 43 34

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

Küchencuisine

1	2	3	4	5	6	7	8
0624	Chef Entremetier/Tourant	44	DE	L-EG	sofort	D/E/F/I	
0627	Küchenchef/Alleinkoch	54	CH	n. Ver.	D/F/I	BE-Oberl.	
0628	Küchenchef	54	CH	n. Ver.	D/E/F	Inner-CH/ZH	
0629	Koch	36	DE	B-EG	sofort	D/F	BS/BL
0637	Hilfskoch/w	28	CH	Jan.	D	ZH/AG	
0640	Koch	22	DE	L-EG	sofort	D	Zürich
0641	Alleinkoch	49	CH	Dez.	D/E/F	BE-Oberl./VS/Zentral-CH	
0643	Koch/Chef de partie	40	CH	sofort	D/E/F	Zürich/St. Moritz	
0644	Alleinkoch	49	CH	n. Ver.	D	ZH/AG/Tagesbetrieb	
0651	Allein-Koch	55	CH	sofort	D/F	Heim/Spital/Kantine	
0654	Koch/Allrounderin/w	29	CH	sofort	D/F	Bern/Solothurn	
0655	Küchenchef/Alleinkoch	57	DE	C	sofort	D/E/F/I	BS/Nord-CH/Kantine
0656	Küchenchef	49	CH	sofort	D/E/F		

Service/service

1	2	3	4	5	6	7	8
0620	Service/w	26	AT	B-EG	Dez.	D/E	
0623	Chef de service	63	CH	sofort	D/E/F/I	BE-Oberl./TI	
0625	Chef de service/w	46	CH	sofort	D/E/F	ZH	

1	2	3	4	5	6	7	8
0626	Service/w	35	CH	sofort	D		
0631	Service/w	53	CH	Dez.	D	Saas Fee/Zermatt	
0634	Service/w	30	CH	Jan.	D/F/I	BE-Oberl./Mittelland	
0635	Service/w	31	DE	B	sofort	D/E	Bern/Thun
0639	Service/Bar/w	30	DE	B-EG	sofort	D/E	Zürich+Umgeb./SG/ZG
0646	Service/w	32	BA	C	sofort	D/E	Luzern+Umgeb.
0647	Service/Buffer/w	38	CH	sofort	D	Bern+Umgeb.	
0650	Sefa Frühdienst/40-60%	26	CH	Dez.	D/E/F	Luzern+Umgeb./Tagesbetrieb	
0653	Kellner	31	TN	C	sofort	D/E/F	Zürich
0657	Service/Bar/w	33	IT	B	Dez.	E/F/I	VS/ND/GE
0658	Chef de serv./Betr.assistent	37	CH	Jan.	D	Ost-CH/Zentral-CH	

Administration/administration

1	2	3	4	5	6	7	8
0622	Réceptionspraktikantin	18	CH	Dez.	D/F		
0632	Night Auditor	35	FR	sofort	D/E/F	Deutsch-CH	
0633	F&B/Réceptionist	55	CH	n. Ver.	D/E/F/I	GR/SG	
0648	Réceptionspraktikantin	19	CH	sofort	D/E/F	Zürich/LU/SO/AG	
0649	Réceptionist	52	CH	Dez.	D/F	West-CH	

Hauswirtschaft/ménage

1	2	3	4	5	6	7	8
0621	Portier Etage	41	PT	L-EG	Okt.	E/F/I	West-CH
0630	Hofa/Saalservice	21	CH	sofort	D/F	Deutsch-CH	
0638	Allrounderin	56	CH	Dez.	D/F/I	BE/50-60%	
0642	Gafa	19	CH	sofort	D/E/F	Interlaken+Umgeb.	
0645	Hofa	18	CH	Dez.	D/E/F	OWINW/LU	
0652	Zimmer/Lingerie/w	38	PT	L-EG	sofort	E/I	

- 1 REFERENZNUMMER – NUMÉRO DES CANDIDATS
- 2 Beruf (gewünschte Position) – Profession (position souhaitée)
- 3 Alter – Age
- 4 Nationalität – Nationalité
- 5 Arbeitsbewilligung – Permis de travail pour les étrangers
- 6 Eintrittsdatum – Date d'entrée
- 7 Sprachkenntnisse – Connaissances linguistiques
- 8 Art des Betriebes/Arbeitsort (Wunsch) – Type d'établissement/région préférée (souhait)

168537

Stellenbewerbung / Candidature

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 qualifiée 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, Express-Vermittlung, Monbijoustrasse 130, Postfach, CH-3001 Bern / hoteljob.be@hotelleriesuisse.ch



Wir sind ein renommiertes ****Kurhotel mit Klinikabteilung und Residenz und verfügen über 120 Betten. Die SONNMATT liegt idyllisch oberhalb der Stadt Luzern, mit einmaliger Sicht auf See und Berge und geniesst in der ganzen Schweiz einen sehr guten Ruf.

Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir zur Unterstützung unserer Empfangschefin, deren Team aus 5 Mitarbeiterinnen besteht, eine(n)

2. Chef(in) de Réception

Sie haben an der Réception bereits genügend Erfahrungen gesammelt und die nötigen Kenntnisse in EDV-, Internet- und Fidelio-Anwendung. Im Idealfall haben Sie zudem Erfahrung mit ISO 9001.

Sie zeichnen sich aus durch sicheres Auftreten einerseits und einfühlsamen Umgang mit unserer anspruchsvollen Clientèle andererseits. Zudem sind Sie im administrativen und kaufmännischen Bereich versiert und in der Lage, Ihr ganzes Wissen und Know-how an Ihre Mitarbeiter weiterzugeben und diese entsprechend zu motivieren und zu fördern.

Ihre eigene Weiterbildung ist uns genauso wichtig! Die Möglichkeiten sind vielfältig. Zudem erwartet Sie eine offene und enge Zusammenarbeit mit der Direktion. Die Begeisterung für eine ständige Verbesserung der Arbeitsprozesse sowie die Pflege kleiner, alltäglich scheinender Details sind für Sie Selbstverständlichkeiten.

Wenn Sie an einer längerfristigen Anstellung mit attraktiven Arbeitsbedingungen interessiert sind, senden Sie uns bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto. Frau Christine Zimmermann, Direktionsassistentin, gibt Ihnen gerne mehr Informationen.

SONNMATT
Postfach
6000 Luzern 15
Tel. 041 375 32
E-Mail: c.zimmermann@sonnmatt.ch
www.sonnmat.ch

168546

Hotel Furka, 7180 Disentis

Zur Verstärkung unseres Teams
suchen wir ab Mitte Dezember

*** Servicemitarbeiter(in)

*** Jungkoch/-köchin

*** Hilfskoch/-köchin

*** Allrounderin

(Aide du Patron)

Wir freuen uns auf Ihre
Bewerbung.

Pius Loretz
Hotel Furka
Via della stazione 1
7180 Disentis/Mustér
Tel. 081 947 52 27
info@furka-disentis.ch

168553

BarRouge

Wir suchen per sofort einen

Stv. Geschäftsführer (w/m)

der gute Kenntnisse im Personalwesen, Controlling und Eventorganisation mitbringt.

Voraussetzungen sind:
abgeschlossene Hotelfachschule
Wirtepatent
Durchsetzungsvermögen
Selbstständigkeit
Flexibilität
Kreativität

Wir bieten eine abwechslungsreiche Stelle in einem jungen, dynamischen Team.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung mit Foto an:

Caroline Francotte
Stv. Geschäftsführerin oder
Patricia Blattmann, Teamassistentin
Messeplatz 10
4058 Basel
Tel. 061 361 30 31
reservation@barrouge.ch

168560



Wir suchen für die kommende Winter-
saison einen motivierten selbstständigen

KELLNER

für unser Gourmet-Restaurant
Dorfbeizli in Zermatt.

Interessenten senden Ihre schriftlichen
Bewerbungsunterlagen an:
Rest. Dorfbeizli, Frau Ruth
Postfach 153, CH-3920 Zermatt
Telefon 079 284 59 08
E-Mail: info@dorfbeizli.ch

168552



In unseren Familienbetrieb
suchen wir auf den 1. Dez. 2005
eine freundliche und ausgebildete

Service-Fachfrau zu 100%

ab 25 Jahren und
deutschsprachig.

Eine/n Jungkoch/Köchin

mit Freude an der gehobenen, krea-
tiven und marktfreischen
A-la-carte-Küche.

Eine Allrounderin für Buffet, Office usw.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung
Restaurant Schweizerhaus
Volker und Manuela Christmann
Schweizerhausstrasse 41
6390 Engelberg
Tel. 041 637 12 80
www.schweizerhaus.ch
schweizerhaus@tep.ch

168522



auf die kommende Wintersaison suchen
wir per Mitte Dezember 2005 in unsere
à la carte Betriebe

- Jungkoch in Jahresstelle
- Servicefachangestellte
- Serviceaushilfe für Sa/So
- Allrounder für die Küche, Büffet, Keller

Bewerbungen sind zu richten an:

WALSERHUUS SERTIG
Familie Joos Biäsch
7272 Davos Sertig
Telefon 081 410 60 30
Email: walscherhuus@swissonline.ch
Homepage: www.walscherhuus.ch



168513



Auf der Suche nach einer Herausforderung?

Sie wollen:
in einem jungen mehrfach ausgezeichneten Team Arbeiten?
– sind wir,
sich weiterentwickeln durch selbstständiges Arbeiten?
unterstützen wir.

Sie bringen mit:
Ein selbstsicheres Auftreten mit Ausstrahlung
Verkaufs- und Organisationstalent
Spaß im Umgang mit Menschen
Erfahrung in administrativen Arbeiten
F&B- und Front Office Kenntnisse
sprachgewandt in D / F / E?

Fühlen Sie sich angesprochen? Na also!

Wir freuen uns auf Ihre tatkräftige Unterstützung als:

Eventmanager (m/w)

mit Erfahrung im Bereich Event- und Seminargestaltung

Wir warten gespannt auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Von unserem jugendlichsten 5-Sterne-Hotel im
Bernern Oberland wird man noch mehr reden –
tragen Sie dazu bei!

Markus Steiner, Human Resources Manager
Tel.: 033/736 36 67 e-mail: m.steiner@lenkerhof.ch

168567

DOMINO GASTRO

Ihre Personal-Profi

- Für Stellensuchende kostenlos
- Bei uns sind Sie in guten Händen
- Rufen Sie an – wir haben stets eine Auswahl guter Stellen und Fachleute für Hotels und Restaurants

Wir suchen dringend
die besten Fachleute.

Kader, Réception, Küche, Service und Hauswirtschaft

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

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

168501

Gasthof Landhaus – Davos Frauenkirch
Gesucht ab Dezember für die kommende
Wintersaison junge, flexible, motivierte
und aufgestellte Mitarbeiter/innen

Jungkoch/-köchin Kellnerin

Muttersprache Deutsch, keine Anfängerin

Buffet-, Zimmer-, Lingerie-Mitarbeiterin

Bewerbungsunterlagen mit Foto senden
Sie bitte an:

Frau M. Kramer, Herr R. Christen
Lengmattstr. 8, 7276 Davos Frauenkirch
landhaus.frauenkirch@bluewin.ch

168525



Wir suchen zur Verstärkung unseres
Teams einen selbstständigen, engagierten:

Geschäftsführerassistent 100%

Ihr Profil: Berufserfahrung im Gastgewer-
be, organisationsstark, Motivation zum
Nacht- und Wochenendarbeit zu leisten,
zwischen 23 – 35 Jahre jung

Aufgaben: aktive tägliche Mitarbeit an der
Front, verantwortlich für die Umsatzent-
wicklung, Personalplanung, Bestell- und
Inventorywesen, Eventorganisation

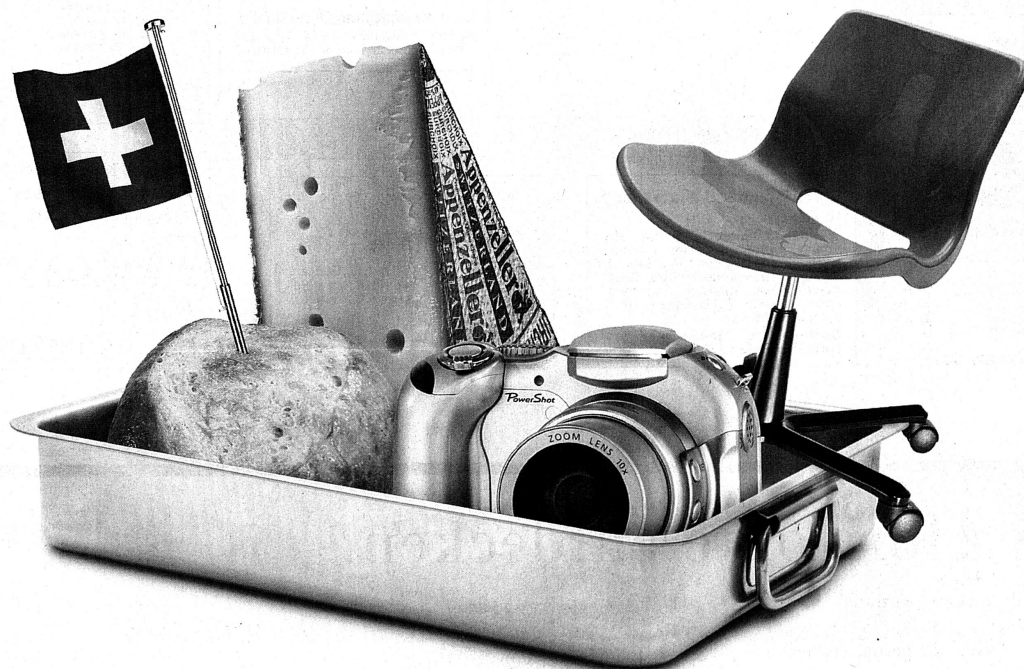
Interessiert? Dann freuen wir uns über Ihre
schriftliche Bewerbung. (E-Mail bevorzugt)

NR Gastronomie GmbH
Postfach 103, 8856 Tuggen
info@gastroma.ch

168540

Sie haben die Wahl.

In der **htr stellen revue** suchen Top-Arbeitgeber jede Woche die besten Fachkräfte. Denn wir bieten den grössten Stellenmarkt der Branche.



Inserieren:
Tel.: 031 370 42 42
Fax: 031 370 42 43
inserate@htr.ch



htr

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

EDEN PALACE

AU LAC

Nous recherchons pour compléter notre équipe jeune et dynamique

un(e) cheff(e) de réception

de suite ou à convenir
avec expérience dans un poste similaire
➤ connaissance du programme «fidélio»
➤ français, allemand, anglais

Si vous êtes intéressé, n'hésitez pas à transmettre votre dossier, accompagné des documents usuels à:

Eden Palace au Lac
Mme Nicole Henry

Avenue du Théâtre 11
1820 Montreux

021 966 08 00 (9.00-16.00h)

Mehr brauchen Sie nicht.

Die htr stellen revue bietet jede Woche den grössten Stellenmarkt der Branche.

Inserieren und Abonnieren:
Tel.: 031 370 42 42, Fax: 031 370 42 23
inserate@htr.ch, www.htr.ch

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

htr IMAGE

WIRTEPRÜFUNG!

Sie möchten Ihre Zukunft sichern und mehr Geld verdienen? Unser moderner Fernkurs führt Sie direkt zum Ziel – ein Lokal unter Ihrer Führung. Interessiert? Senden Sie noch heute den Coupon ein.

WIRTE-COUPON

GASTROWIRT AG
Badenerstrasse 678, 8048 Zürich

Name: _____
Strasse: _____
PLZ/Ort: _____
Beruf: _____ Alter: _____
Tel.: _____

Grand Hotel Villa Castagnola

★★★★★

Lugano

Il Grand Hotel Villa Castagnola, rinomato albergo 5 stelle, ricco di tradizione e prestigio, situato sulle sponde del lago di Lugano conta 95 camere e suite, 1 ristorante gastronomico «Le Relais» con terrazza nel parco e «Arté al Lago», sale banchetti e sale conferenze. Per completare il nostro team giovane e dinamico cerchiamo, per subito o data da convenire

Segretaria di ricevimento (impiego annuale)

con esperienza nel settore alberghiero, spirito d'iniziativa, nozioni del sistema di prenotazioni «Fidelio», buona conoscenza delle lingue nazionali e dell'inglese ed entusiasmo nell'offrire alla nostra esigente clientela un servizio accurato e personalizzato.

Aspettiamo con piacere la vostra candidatura completa di C.V., foto e copie dei certificati:

P.A. Müller, Dir.
Grand Hôtel Villa Castagnola au Lac
V.le Castagnola 31 – 6906 Lugano
Tel. 091 973 25 55

168523

Wir suchen im Auftrag eines Kunden in LOCARNO

1 BARMAN 1 BARMAID

Voraussetzung: gepflegtes Auftreten, Erfahrung, Sprachen: I+D.

Lebenslauf mit Foto an:

fing
studio fiduciario

Casella postale 330, 6602 Muralto

168536

COMFORT & DIENSTLEISTUNG CD HOTELS

suchen für den Betriebsleiterassistenten einen
MANAGEMENT TRAINEE (m/w)

SIE haben eine Hotelfach- und Gastronomieausbildung und mindestens 2-3 Jahre Berufserfahrung? Ihre beruflichen Ziele decken sich mit unserem nachfolgenden „Credo“ für eine Hotelbetriebsführung?

WIR sind überzeugte Gastgeber mit Herz. Qualitäts- und gastorientiertes Arbeiten steht bei uns im Mittelpunkt. Unsere Mitarbeiterführung ist auf Kommunikation, Zielvereinbarungen, Teamorientierung und Ehrlichkeit aufgebaut. Unsere Hotelbetriebsorganisation mit klaren Standards und Richtlinien heisst system-, prozess- und ergebnisorientiertes Arbeiten und Handeln.

Neben dem praktischen und operativen Arbeiten in den Betrieben erhalten Sie auch Aus- und Weiterbildung sowie Coaching über unsere CD Hotel & Tourismus Management Akademie.

Sie sind ortsungebunden und bereit für flexible Einsatzorte während Ihres 18-monatigen Traineeprogrammes? Dann erwarte ich gerne Ihre ausführlichen Unterlagen mit Foto an:

CD Hotels, z.Hd. Hrn. Curt Dimmhirn Postfach 11, 5026 Salzburg

168516

htr STELLENVERMITTLUNGEN

www.jobs-hotel.ch

TOP Stellenangebote

Tel. 081 382 21 57

Wir vermitteln **gratis gute Stellen** in guten Hotels der ganzen Schweiz für qualifiziertes Hotelpersonal.

Verlangen Sie das Anmeldeformular.

Stellenvermittlungsbüro Hotella

A. Noth, Bollwerkstrasse 84, 4102 Binningen (Schweiz). Tel./Fax 061 421 10 09

134930

hoteljob

Ihre Stellenvermittlung

hoteljob
Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
Telefon 031 370 43 33
Fax 031 370 43 34
www.hoteljob.ch
hoteljob.be@hotellerieuisse.ch

hotellerie suisse

166556

htr STELLENGESUCHE

Unfall !! Militär !! Wie weiter ?

Hier die Lösung:

Wir helfen Ihnen, nicht mit Personalvermittlung, sondern mit persönlichen Taten, denn das Dienstleistungsunternehmen fürs Gastgewerbe kann man tage- oder wochenweise mieten. Nähere Infos über noch freie Daten.

Gastro Holiday Service
NATEL 079 358 5338

168470

Kreative, zuverlässige, junge, gelernte Floristin sucht eine

Saisonstelle

in einem Hotel als Allrounderin, Barmaid, Schneekar mit Gastro-Kurs. Ich würde mich auf einen Anruf freuen.

Stefanie Hunziker
062 923 15 73
078 622 75 41

168562

Fach- und Kaderstellen-leuten
Professionnels et cadres – emplois et personnel
Professionali e quadri – posti e impiegati

WWW.GASTRONET.CH

044 225 80 90

GASTRONOMIE - HOTELLERIE

167027

Neue Horizonte entdecken.

Mit der htr stellen revue wird die Jobsuche einfacher.
Hier gibt's jede Woche die besten Stellen der Branche.



Inserieren:
Tel.: 031 370 42 42, Fax: 031 370 42 43
inserate@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 Santschi

Verlagsleitung / Chef d'édition: Iris Strebel

Anzeigenverkauf/Verste des annonces: Oliver Egloff (Anzeigenleiter), Marc Moser

E-Mail: inserate@htr.ch

Anzeigentarif (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):

- Frontseite / Première page:
- Direktion / Direction
- Kaderangebote / annonces cadres / Tourismus
- Stellenangebote / Offres d'emploi:
- Stellengesuche / Demandes d'emploi:
- Zuschlag Aufschaltung Internet

- Fr. 1.67 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Fr. 1.60 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Fr. 1.57 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Fr. 1.46 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Fr. 1.43 (exkl. MwSt. / TVA incluse)
- Fr. 25.– pro Woche/Anzeige

Termine:

– Ausgabe Nr. 45/2005
– Erscheint 10. 11. 2005
– Anzeigenschluss 7. 11. 2005
– Wiederholungen 7. 11. 2005

Nr. 46/2005
17. 11. 2005
14. 11. 2005
14. 11. 2005

Nr. 47/2005
24. 11. 2005
21. 11. 2005
21. 11. 2005

Nr. 48/2005
1. 12. 2005
28. 11. 2005
28. 11. 2005

Herstellung / Production: Büchler Grafino AG/ Druckzentrum Bern, 3001 Bern

WEMF-beglaubigt 2004/05 / contrôlés REMP 2004/05, verkaufte Auflage/tirage vendu: 12 332, Gratisauflage/tirage gratuit: 1 342 (Druckauflage/tirage imprimé: 18 000)

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwertet werden. Ausgeschlossen ist insbesondere auch eine Einspeisung auf Online-Dienste, unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht. Der Verleger und die Inserenten untersagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Jeder Verstoß gegen dieses Verbot wird vom Verlag rechtlich verfolgt.