

Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 113 (2005)
Heft: 46

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 2
Hans-Peter Gilgen | Der Prodega-Direktor zur Zukunft des Abhol-grosshandels und der Transgourmet Holding.



AKTUELL 6
Glarus | Vom neuen Tourismusgesetz verspricht sich der Kanton eine nachhaltige Entwicklung für alle im Tourismus Involvierten.



FOKUS 23
Salon Culinaire Mondial | Alle sechs Jahre findet der Kochwettbewerb an der Igeho in Basel statt.



KOMMENTAR

Die Aussteller haben eine Verantwortung

Gudrun Schlenzcek

■ Eine Messe ist mehr als eine Plattform für Firmen. Sie versammelt die Konkurrenz auf engstem Raum im Dienste des Kunden. Mitbewerber, die sich sonst die Kunden gegenseitig abjagen, präsentieren sich gemeinsam. Die Besucher wissen das zu schätzen, sie kommen zweijährlich in Scharen an die Igeho in Basel. Ein Abreißen des Besucherstroms ist nicht in Sicht. An der Gastgewerbmesse können Gastronomen und Hoteliers die Neuheiten ihrer Zulieferer auf einen Schlag sehen. Gemäss Messe-Organisation formulieren 44 Prozent der Zielgruppe die Information über Neuerungen als Ziel des Messebesuchs. Kongresse, Sonderausstellungen und Abendveranstaltungen bereichern das Ganze. Die Kochkunstshow gibt Anregungen für die eigene Küche. Die Igeho ermöglicht eine geballte Weiterbildung und neue Kontakte. Gerade für das Gastgewerbe mit seinen vielen Kleinbetrieben und dem strengen Arbeitsalltag ist das so wichtig.

Jeder dritte Messebesucher versteht die Igeho als Form der persönlichen Weiterbildung. Hier haben die Aussteller eine Verantwortung, hier können sie was für die Branche tun. Mit ihrem Stand zeigen sie nicht nur ihr Können, sie unterstützen auch das umfangreiche Rahmenprogramm. Denn gut informierte Gastronomen wirken besser und sind für die Zulieferer somit bessere Kunden. Statt von der Igeho sich zurückziehen, wäre vielleicht ein gemeinsamer Ausbau der Messe-Dienstleistungen ratsam. Dass es dem Gastgewerbe nicht bestens geht, ist bekannt. Doch es fehlt an den Rezepten. Vielleicht kommen die Gastgewerbler deshalb gerade jetzt so zahlreich an die Branchenmesse, weil sie Lösungen suchen.

Igeho 2005

Messe-Ereignis der Spitzenklasse

■ Die Igeho 2005 öffnet vom 19. bis zum 23. November ihre Tore. Die Basler Gastgewerbmesse ist eine der ganz Grossen im deutschsprachigen Raum.

Gudrun Schlenzcek

Am kommenden Samstag fällt der Startschuss für die Igeho 2005. Über 80 000 Besucher werden voraussichtlich in den fünf Tagen aufs Basler Messegelände strömen und über 800 Aussteller ihre Produkte präsentieren. Punkto Besucherzahl, Ausstellerverzehr und Fläche ist die Igeho im deutschsprachigen Raum die zweitgrösste unter den Messen für Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung. Das Rahmenprogramm präsentiert sich dieses Jahr noch attraktiver: So werden im «Nachwuchscorner» in Halle 1 explizit die angehenden Gastgewerbler angesprochen. Im neuen «Igeho Forum 05» in Halle 2.2 erwartet den Besucher ein vielfältiges Vortragsprogramm. Und last but not least findet an der Igeho 2005 der nur alle sechs Jahre stattfindende «Salon Culinaire Mondial» statt, an dem sich Spitzen-Kochteams aus aller Welt messen.

«Fokus Igeho» Seiten 21 bis 31



■ Internationale Messe-Plattform fürs Gastgewerbe. Auch in den wirtschaftlich schwierigen Zeiten reist der Besucherstrom an die Messe in Basel nicht ab. Im Gegenteil: Die Gastgewerbler nutzen die Igeho zur Weiterbildung. Foto: zvg

AICR

Der beste Réceptionist

■ Mark-Frank Winkelmann ist der beste Nachwuchs-Réceptionist. Er hat die Ausschcheidung in der Schweiz gewonnen und wird im Januar 2006 am internationalen Wettbewerb in London teilnehmen. Durchgeführt hat den Schweizer Wettbewerb die Amicale Internationale des Sous-Directeurs et Chefs de Réception des Grands Hôtels (AICR) am letzten Samstag in Interlaken. Platz 2 erreicht hat Jean-Pascal Bernet, Platz 3 Astrid Lehmann. CK Siehe Seite 13

Drei Destinationen – ein Projekt

■ Wie können Destinationen Kunden besser betreuen? Dieser Frage gehen Saas Fee, Engelberg und Adelboden in einem gemeinsamen Projekt nach und unterstützen sich gegenseitig. «Talk about care» heisst das Projekt, das den Adelbodner, Engelberger und Saas Feeer Touristikern und Leistungsträgern helfen soll, die Kunden – von der Anfrage bis nach der Abreise – professioneller zu bearbeiten. Meetings der Leistungsträger und erste Schulungen der Mitarbeitenden haben stattgefunden. Durch die Treffen der Leistungsträger und Touristiker der drei ähnlich gela-

gerten Destinationen hat sich eine konstruktive Zusammenarbeit ergeben. Kooperation statt Konkurrenz: Wer in einem Gebiet mehr Know-how hat, lässt die andern davon profitieren. Ein Beispiel: Saas Fee hat das QIII erarbeitet, Engelberg ist gerade dran. So profitiert Engelberg von den Erfahrungen aus Saas Fee. Die Kooperation ist so weit gediehen, dass die Tourismusdirektoren eine Rochade auf Zeit planen: Nächstes Jahr wird jeder Tourismusdirektor in einer der beiden andern Destinationen eine Woche lang das Zepter führen. CK Siehe Seite 3

Event-Scorecard.ch

Welchen Nutzen bringt ein Anlass?

■ Wer eine Veranstaltung auf die Beine stellt, braucht bei den Behörden und Sponsoren gute Argumente. Liefern kann diese neuerdings «Event-Scorecard.ch». Das Institut für Tourismuswirtschaft an der HSW Luzern hat im Auftrag des Bundesamts für Sport vier unterschiedlich detaillierte Wirkungsanalysen entwickelt, die die volkswirtschaftliche Bedeutung von Events messen. Eine solche Analyse kostet – je nach Umfang – ab 8000 Franken. TL Siehe Seite 19



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

BRITA Professional
 Wir machen Ihr Wasser!

 www.brita.ch

Ihr Erfolg ist unser Ziel

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

MIRUS SOFTWARE
MIRUS Mitarbeitermanagement
 Schluss mit der Routinearbeit.
 Profitieren auch Sie vom Know-how des Marktleaders!

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

Alle tun! Die verbindet alles.

 In guten Häusern zu Hause:
 Suite von
 Check-In Data 044 701 96 96
CHECK IN DATA
 www.checkindata.com

X ja

wir buchen dieses
Werbefeld für
brutto s/w CHF 460.–
pro Erscheinung
(exkl. 7,6% MwSt).

Top-Platzierung inklusive!
Buchung?

Tel. 031 370 42 42
inserate@htr.ch

htr AUS DEM INHALT

Region Thunersee 5	Nachwuchs-Réceptionisten 13	Salon Culinaire Mondial 23
Die touristischen Leistungsträger rund um den Thunersee sind mit «Chance Thunersee» eine neue Kooperation eingegangen. Tagesausflügler aus der ganzen Schweiz sollen die Region künftig vermehrt besuchen.	11 Nachwuchs-Réceptionisten von 4- und 5-Sterne-Hotels massen sich in Interlaken. Der Beste, Mark-Frank Winkelmann, darf nun die Schweiz im Januar 2006 am internationalen Wettbewerb in London vertreten.	Der vom Weltbund der Köche anerkannte «Salon Culinaire Mondial» startet am Samstag unter der Ägide des Schweizer Kochverbandes an der internationalen Gastgewerbemesse Igeho in Basel.
Markt China 7	Adrian K. Müller 14	Convenience 24
Zwei Hotelgruppen reagieren stark unterschiedlich auf die Markt-Entwicklung in China. Währenddessen arbeitet in Interlaken Erich Balmer intensiv am Geschäft mit jungen Asiaten.	Der seit 14 Jahren in Asien tätige Hotelier Adrian K. Müller wagt den Sprung in die Selbstständigkeit. Er kaufte das Hotel Stern in Chur. Somit verlässt er bald das Hotel Shangri-La in Bangkok.	In der Halle 1 der Igeho kann man degustieren, was die Schweizer Hersteller Neues entwickelt haben. Dies entspricht dem Trend zu Snack-Konsum, globaler Küche und Gesundheit.

htr CAHIER FRANCAIS

Küchentechnik CF 4	Spitzengastronomie CF 6
Die an der Igeho präsentierten Neuheiten bestätigen ganz klar den Trend in der Küchentechnik in Richtung Automatisierung und multifunktionale Geräte. Die Folge: weniger Personal und weniger Platzbedarf.	Sie haben Michelin-Sterne oder Gault-Millau-Punkte oder stehen zumindest ganz einfach hoch im Kurs. Und alle diese Restaurants bieten neben der Kulinarik auch Hotelzimmer an. Wo aber ist der Grund dafür zu suchen?
«Trois-Couronnes», Vevey CF 5	Marketingmittel CF 7
Vier Jahre nach dem Eigentümerwechsel ist dem Hotel Trois-Couronnes in Vevey, einem kleinen Palasthotel am Ufer des Genfersees, der Schritt zur Gemütlichkeit gelungen.	Marketingaktivitäten zu lancieren, ist für einen Drei-Sterne-Betrieb nicht immer entscheidend. Kooperationen helfen aber, die Stärken für ein gemeinsames Ziel zu konzentrieren.

STANDPUNKT

Gesetze sind Erfolgsfaktoren

Thomas Bieger*

■ Queenstown gilt als das Zentrum des Adventure-Sports mit Jet-Boating und Bungee-Jumping. Rotorua ist das Herz des Zorbing, bei dem Touristen in einen riesigen Ball festgeschlallt und einen Hang hinabgerollt werden; Neuseeland hat als Ganzes von diesen Sportarten auch imagemässig profitiert. Eine ganze Industrie ist daraus entstanden. Warum war das möglich? Warum ist diese Entwicklung nicht in Österreich oder in der Schweiz – mit ähnlichen topografischen und klimatischen Voraussetzungen, aber einer längeren Tourismustradition und grösserer Nähe zur Sportartikel-industrie – entstanden? Sind die Neuseeländer einfach geschickter und innovativer? War das Angebot einfach zu auswechselbar im Vergleich zu den langen Reisedistanzen und Reisekosten, so dass im Wettbewerbsdruck neue Attraktivitäten gesucht werden mussten?



Beides mögen wichtige Argumente gewesen sein. Bei einer genaueren Analyse stellt man aber fest, dass rechtliche Rahmenbedingungen für die Entwicklung zum Adventure-Center der Welt nicht unerheblich waren. So ist aufgrund historischer und rechtlicher Bedingungen ein Personenschaden in Neuseeland haftpflichtrechtlich kaum einklagbar. Das seit der Gründung des modernen Neuseeland praktisch durchgehend bestehende staatliche Gesundheitssystem übernimmt die aus Personenschäden entstehenden Kosten. So müssen Adventure-Sportarten-Anbieter oder auch Mountain-Guides nicht fürchten, wegen Personenschäden juristisch belangt und in Haftpflicht genommen zu werden.

Rechtliche Rahmenbedingungen sind im Tourismus entscheidend. Auf der einen Seite schaffen relativ strenge Vorschriften – beispielsweise im Bereich der Hygiene oder Sicherheit, die dann auch noch mit strengen haftpflichtrechtlichen Bestimmungen unterlegt werden – ein hohes Sicherheits- und Qualitätsniveau der Angebote. Andererseits reduzieren sie Innovationspielräume. Eine geeignete Regulierungsinstrumente ist damit für die Entwicklung des Tourismus entscheidend. Hier fragt es sich, ob in letzter Zeit in der Schweiz nicht in einigen Bereichen zu viel Perfektionismus betrieben worden ist.

*Thomas Bieger ist Professor am Institut für Öffentliche Dienstleistungen und Tourismus an der Universität St. Gallen.

Hans-Peter Gilgen

«Aldi ist nicht günstiger als wir»

■ Die in der Gastroversorgung tätige Transgourmet ist für den Kunden selbst nicht spürbar. Doch im Zuge der internationalen Expansion könnte der Holding-Name zur Marke werden. Prodega-Direktor Hans-Peter Gilgen zur Zukunft des Schweizer Abholgrosshandels.

Gudrun Schlenzcek

► **Treten Sie an der Igeho als «Trans-Gourmet Schweiz AG» auf?** Wir treten unter der Marke Prodega auf, weil wir unter dieser bekannt sind. Transgourmet ist der juristische Name.

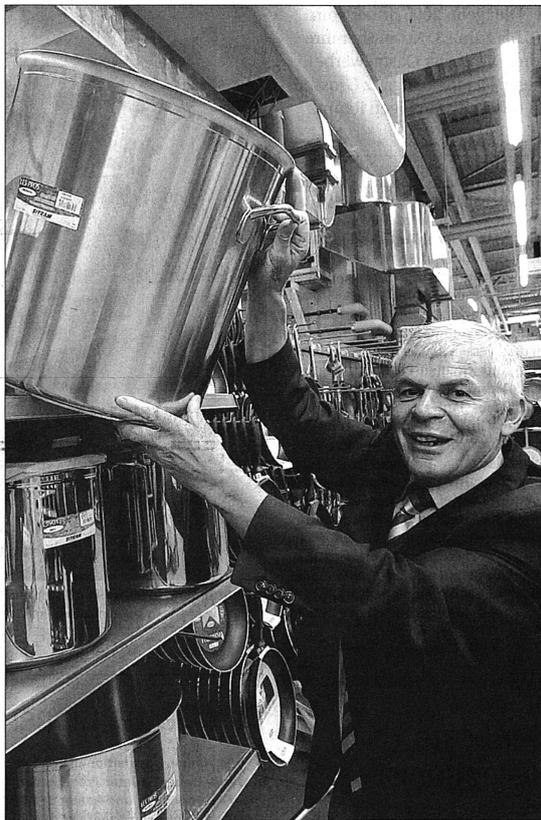
► **Was ändert sich durch den Zusammenschluss?** Im europäischen Markt ist die Gastrobelieferung noch sehr fragmentiert und wenig organisiert. Mit Aldis Service Plus ist die Transgourmet Holding jetzt in Frankreich die Nummer eins. Mit dem Brand Transgourmet will man in verschiedenen europäischen Ländern in der Gastroversorgung tätig sein. Vielleicht heisst Prodega in der Schweiz in 10 Jahren auch Transgourmet, wenn die Marke international aufgerollt ist.

► **Im Augenblick beschränkt sich das internationale Geschäft ja auf Frankreich und die Schweiz. An welche Ländermärkte denkt man noch?** Dazu kann ich im Moment nicht viel sagen. Sicher wird der Blick nach Osten gerichtet werden. Auf neuen Märkten wird man unter dem Namen Transgourmet auftreten, wenn es sich nicht um eine Übernahme einer bereits auf dem lokalen Markt gut eingeführten Firma handelt. Coop hat mit Transgourmet den Schritt in die Internationalität geschafft, was viele gar nicht so richtig gemerkt haben.

«VIELLEICHT HEISST PRODEGA IN 10 JAHREN TRANSGOURMET.»

► **Betreibt die Rewe-Handelsgruppe ihren deutschen Grossverbraucher-service weiter unabhängig?** Es ist denkbar, dass dieser auch noch zur Transgourmet Holding dazukommt. Es macht Sinn, gleichartige Tätigkeiten in das gemeinsame Gefäss einzubringen.

► **Was bringt der Zusammenschluss?** Wissenstransfer: Die Marktbearbeitung in der Gastroversorgung ist ganz anders. Unser Geschäft läuft von vorne nach hinten, das heisst, der Kunde sagt, was er will, und das stellen wir dann bereit. Der Detailhandel hat einen filialisierten Betrieb, der vom Hauptsitz gesteuert wird. Bei uns dagegen ist das Wort Filiale verpönt. Der einzelne Kunde hat im Cash & Carry aufgrund seines



■ Märkte für Grossverbraucher. Prodega-Direktor Hans-Peter Gilgen sieht in Aldi keine Konkurrenz: «Ein Koch möchte nicht zehn Ein-Kilo-Dosen auf tun». Foto: zvg

Einkaufsvolumens ein ganz anderes Gewicht: Im Detailhandel liegen die durchschnittlichen Ausgaben pro Kauf bei 20 bis 30 Franken. Im Cash & Carry bei rund 500 Franken.

► **Gibt es auch ganz konkrete Synergien zwischen Transgourmet Schweiz und Coop?** Im Bereich Betriebsmittel: ein Beispiel wäre ein gemeinsamer Stromeinkauf. Im Frontgeschäft entstehen keine Synergien. Wir haben Grosspackungen. Damit auch nicht in der Logistik. Doch ich hoffe, dass wir zusammen bei gewissen Herstellern in neue Rabattstufen kommen. Aber das ist alles erst in der Entwicklung.

► **Wie wird der Umsatz der Transgourmet im ersten Jahr ausfallen?** Er wird intern ungefähr auf Vorjahresniveau sein. Die Gastrogrosshandel geht im Gleichschritt mit der Gastronomie. Einen Umsatzsprung wird die Übernahme der Prodirect bewirken. Für Prodega rechnen wir mit einem Umsatzplus im 2005 von 3 Prozent.

► **Profitiert der Abholgrosshandel vom Kostendruck in den Betrieben?** Wir verstehen uns als Lager der mittleren und kleinen Gastrobetriebe. 80 Prozent unserer Kunden kommen aus einem Umkreis von 15 Kilometern. Die brauchen eigentlich keine Vorratshaltung, diese übernimmt der Cash & Carry-Markt für sie. Mit dem zunehmend unsicheren Geschäft, wird das Lager in den Betrieben immer knapper gehalten. Man will nicht in Warenkosten investieren und kauft lieber spontan im Cash & Carry-Markt.

► **Wie viele Cash & Carry-Märkte trägt die Schweiz?** Wir denken, dass rund 30 Prodega- und Growa-Märkte realistisch wären.

► **Mit Aldi kommt ein neuer Mitspieler im Discount-Bereich in der Schweiz. Ein Konkurrent für Sie?** Das ist nicht unser Konkurrent. Klar gibt es den einen oder anderen Gastro-nomen, der dorthin geht. Aber wenn ein Koch Tomatenpüree braucht, möchte er nicht zehn Ein-Kilo-Dosen auf tun,

sondern eine 10-Kilo-Dose. Und die bekommt er nur im Gastrogrosshandel. Hinzu kommt das bescheidene Sortiment, das Aldi bietet.

► **Haben Sie Angst vor der Preiskonkurrenz?** Ich behaupte, dass Aldi Schweiz nicht günstiger ist als wir. Unser Benchmark ist aber nicht Aldi, sondern andere Cash & Carry-Anbieter.

«ALDI IST NICHT UNSER KONKURRENT.»

► **Wäre der Discount-Bereich für die Cash & Carry-Märkte nicht ein neues Betätigungsfeld?** Die Bon appetit hat ja gerade erst den Discount-Bereich verkauft. Ich will nicht, dass der Private den gleichen Wein einkaufen kann wie der Wirt und nachher die Marge genau ausrechnen kann. Das schätzen unsere Gastrokunden gar nicht.

► **Migros will ab Mitte nächsten Jahres ebenfalls im Schweizer Cash & Carry-Segment mitspielen. Leht Sie das fürchten?** Nein, absolut nicht. Sicher erwarten wir die Ankunft der Migros mit Respekt.

► **Wie schätzen Sie das Potenzial für einen weiteren Cash & Carry-Anbieter in der Schweiz?** Das gesamte jährliche Einkaufsvolumen des Schweizer Gastgewerbes via Belieferung und Cash & Carry liegt zwischen 7,3 und 7,5 Mia. Franken, 1,8 Mia. Franken läuft über den Cash & Carry-Kanal. Es gibt sicher eine Verlagerung Richtung Cash & Carry, auch seitens regionaler Einkaufsvolumen wie Dorfmetzgereien. Der Cash & Carry-Markt wird aber nur noch leicht wachsen.

Prodega CC an der Igeho 05: Halle 1.1, Stand C45

Transgourmet Holding

■ Die Transgourmet Holding AG ist rückwirkend auf den 1. Januar 2005 gegründet worden. Mitte Jahr wurden die Verträge unterschrieben und die Wettbewerbskommission gab ihre Zustimmung. Die deutsche Rewe-Handelsgruppe und der Retailer Coop sind je zur Hälfte beteiligt. Die Holding besteht aus Aldis Service Plus SAS in Frankreich und der Transgourmet Schweiz AG. In Letztere eingebracht hat Coop den «Bell Gastro Service» und Rewe den Belieferungshandel «Howeg» sowie 21 Prodega- und Growa-Abholmärkte. Die in die Holding eingeflossenen Unternehmen erzielten 2004 einen Umsatz von 2,15 Mia. Franken. Hans-Peter Gilgen ist Direktor sowohl von Prodega CC als auch Growa CC. Der Betriebsökonom ist seit 1982 bei Prodega tätig. GSG

Projekt «Let's talk about care»

Kooperieren statt sich konkurrenzieren

■ Adelboden, Engelberg und Saas Fee machen gemeinsame Sache: Das Projekt «Let's talk about care» soll die Kundenbetreuung – von der Anfrage bis nach der Abreise – sicherstellen. Es fördert auch die Synergien unter den Orten – zur Freude der Tourismusdirektoren.

Christine Künzler

Adelboden, Engelberg und Saas Fee: drei vergleichbare Destinationen haben sich für das Projekt «Let's talk about care» zusammengefunden. Das Projekt wird von Innotour mit 190 000 Franken unterstützt. Die Destinationen leisten ihren Beitrag vor allem mit Manpower. «Let's talk about care» soll den Tourismusdirektoren in Schweizer Bergdestinationen konkrete Instrumente vermitteln, mit denen sie und ihre Leistungsträger die Gäste professioneller bearbeiten können. Beispielsweise werden Standards und Prozesse im Bereich Kundenbindung ausgearbeitet. Um Gäste in den Destinationen zu halten – oder wiederzugewinnen, braucht es Kundenbindungsmaßnahmen. Gebunden ist der Gast beispielsweise, wenn er hier ein Ferienhaus besitzt oder einen Gratisskipass als Divende der Bergbahnaktie bekommt. Der Gast kann aber auch mit einer Destination verbunden sein, weil er dort ein Wir-Gefühl erlebt. Sei es durch persönliche Gespräche oder sympathische Mitarbeitende im Hotel. Die Projektverantwortlichen schlagen auch vor, sich dem Kundenbindungs-Tool von Schweiz Tourismus – eMarketing – anzuschliessen, das ab Ende Monat in den drei Pilotdestinationen Arosa, Zermatt und Zürich getestet wird (vgl. Box).

Schulungen und Workshops bringen gutes Feedback

«Das Projekt fokussiert sich anfänglich auf die Ebene des Denkens. Es soll mit-helfen, Veränderungen einzuleiten, so dass die entsprechenden Massnahmen ganz selbstverständlich getroffen werden», fasst Projektleiter Peter Urs Naef zusammen. Er ist Präsident der Engelberg-Titlis Tourismus AG und Inhaber der Zürcher Beratungsfirma Naef Partners AG und hat das Konzept mit seinem Partner Andreas Kunz (Co-Leiter) ausgearbeitet. «Wir wollen lieber kleine Schritte, dafür fundierte, einleiten», so Naef. Er plädiert dafür, mehr in die Mitarbeitenden zu investieren, das heisst, eine Verschiebung von Mitteln zugunsten der Saläre vorzunehmen. Auch im

Sales-Bereich ortet er Nachholbedarf: «Wir müssen lernen, zu verkaufen. Es gibt wenig Touristiker, die das können».

Am Kick-off-Meeting im Februar dieses Jahres haben sich die drei Destinationen auf zehn Bedürfnisse geeinigt, die sie in unterschiedlicher Priorität bearbeiten wollen. Im Zentrum stehen das Leitbild und die Strategie der jeweiligen Destination. Das Destinations-Management bearbeitet dann die folgenden sechs Zielsegmente von innen gegen aussen: Hotellerie, Parahotellerie, Restaurants, Bahnen, Gewerbe, weitere Leistungsträger wie Sportzentren, Skischulen und öffentlicher Verkehr. In einer segmentübergreifenden Qualitätsgruppe sind Opinion-Leaders und Vorstand zusammengefasst. Sie sensibilisieren und motivieren die wichtigsten Vertreter ihrer Segmente für das Projekt.

Die Leistungserbringer werden mit Schulungen gefördert. Denn sie sind es, die den Gästen Erlebnisse ermöglichen, die dann darüber entscheiden, ob der Gast wieder kommt. Erste Schulungen der Leistungsträger haben kürzlich stattgefunden – und sind offensichtlich gut angekommen: Die Direktoren der drei Destinationen, Roland Huber (Adelboden), Fredy Miller (Engelberg) und Simon Bumann (Saas Fee), berichten unisono von guten Feedbacks und begeisterten Mitarbeitenden und Leistungsträgern. Das Gelernte lasse sich konkret umsetzen. Naef sähe allerdings lieber noch mehr Entscheidungsträger in seinen Schulungen. «Nimmt der Hotelier selber auch teil, bewirkt das mehr, als wenn er nur seine Mitarbeitenden delegiert.»

Jeder Destination profitiert von der anderen

Am ersten Treffen der Leistungsträger der drei Destinationen in Saas Fee setzten sich Hoteliers, Vertreter von Bergbahnen, Gemeinden und von einem Golfprojekt in je einer Arbeitsgruppe zusammen. Allein die Tatsache, dass sich Hoteliers aus Saas Fee, Engelberg und Adelboden zuerst unter sich und dann mit den anderen drei Gruppen austauschen konnten, habe viel gebracht, sagen die Tourismusdirektoren. Diese Kontakte allein seien sehr lohnenswert, sagt etwa Simon Bumann. Und Roland Huber findet es hilfreich zu hören, «dass andere Destinationen die gleichen Probleme haben.» «Wir haben die gegenseitigen Treffen nun institutionalisiert und sehen uns jeden Monat, davon profitieren alle», hält Fredy Miller fest.

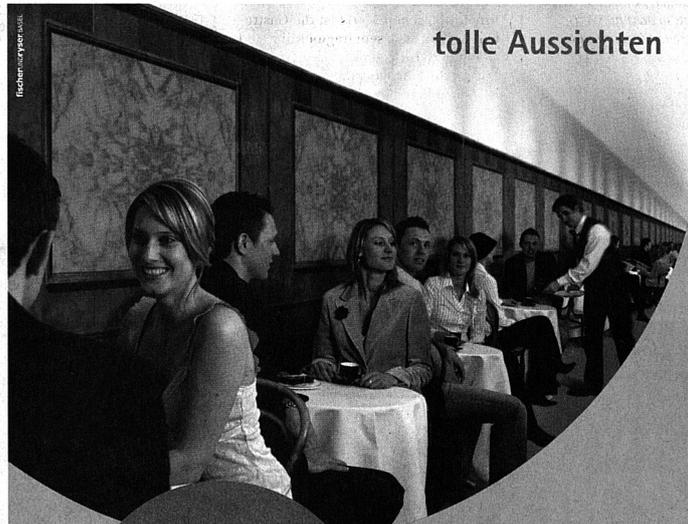
Das Netzwerk bringt denn auch ganz konkreten Nutzen: So hat beispielsweise Engelberg Gäste nach Saas Fee geschickt. Und: «Alle profitieren von den Stärken der andern», so Miller. So stellt beispielsweise Saas Fee sein Know-how im IT-Bereich den andern beiden Destinationen zur Verfügung, Engelberg gibt Unterstützung im Sales und Adelboden hilft beim Aufbau einer gut funktionierenden Servicekette. «Synergienutzung auf allen Ebenen», fasst Miller zusammen. So bestätigen denn auch alle Tourismusdirektoren, das Projekt sei in ihren Destinationen gut angekommen. «Die Basis trägt es mit», so Huber. Das Gute sei, sagt Bumann, dass es nicht darum gehe, einzelne Leistungsträger für Schulungen oder Massnahmen herauszupicken, sondern, dass «es sich um ein destinationsübergreifendes Projekt handelt.» Bei dem – im Gegensatz zum Projekt von Schweiz Tourismus «Enjoy Switzerland», das ähnliche Ziele verfolgt – der Gast im Vordergrund stehe. «Bei Enjoy Switzerland geht es vorwiegend um die Verbesserung der Infrastruktur.»

«Let's talk about» wird Ende 2006 vorerst abgeschlossen. Die Destinationen fertigen ein Handbuch an, das dann multipliziert und auch in anderen Destinationen eingesetzt werden kann.



■ Schulung der Schalter-Mitarbeitenden. Sie lernten unter anderem, wie sich Zusatzverkäufe generieren lassen. Aber auch der Kontakt mit Mitarbeitenden aus den anderen Destinationen war ein wichtiger Punkt. Foto: zvg

Anzeige



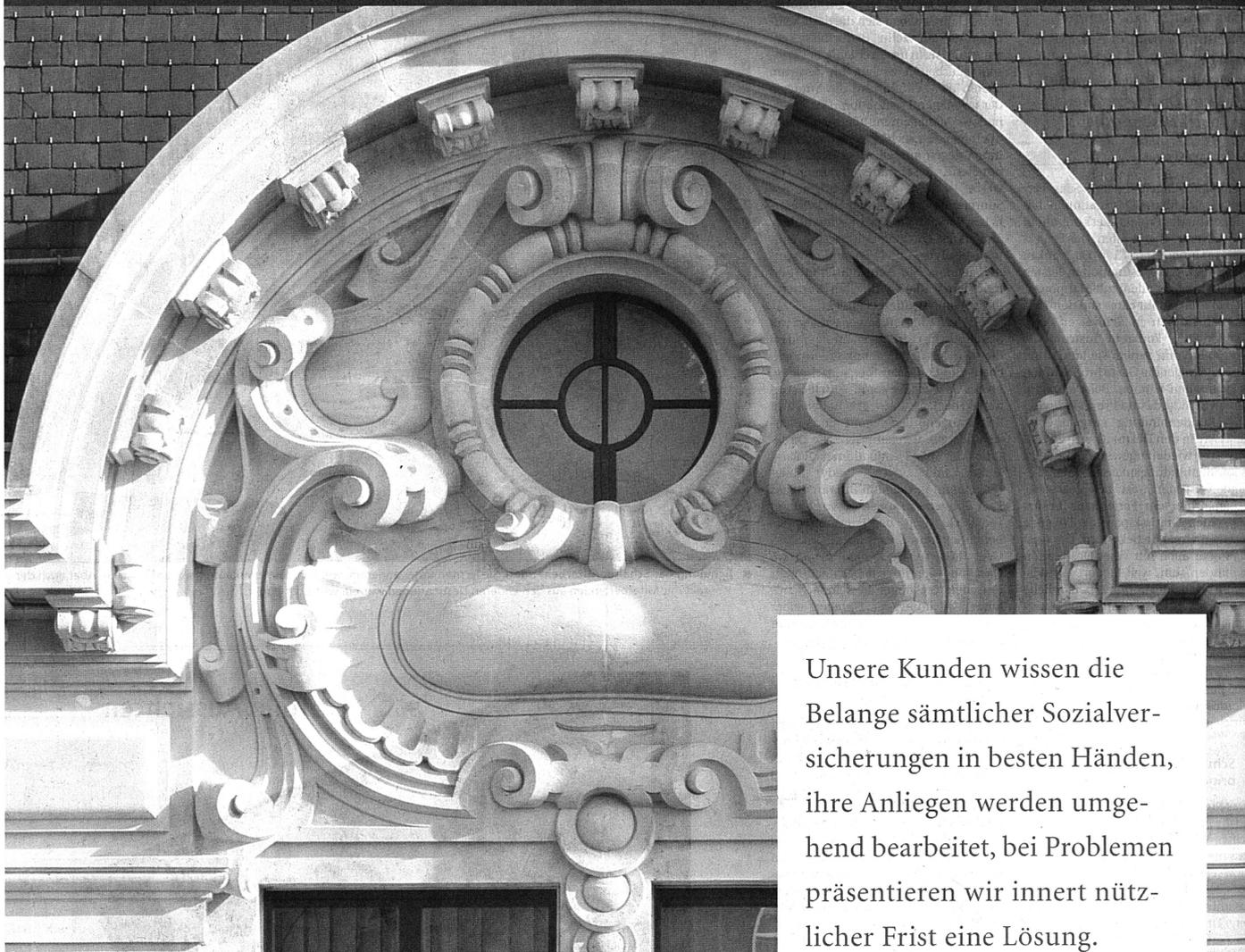
tolle Aussichten

Als KMU haben Sie mit WIR mehr Gäste mehr Umsatz mehr Gewinn Rufen Sie uns an: 0848 133 000

WIR Bank
seit 1934

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

EIN DACH, UMFASSENDE DIENSTLEISTUNGEN.



Unsere Kunden wissen die Belange sämtlicher Sozialversicherungen in besten Händen, ihre Anliegen werden umgehend bearbeitet, bei Problemen präsentieren wir innert nützlicher Frist eine Lösung.

Das grosse Sozialversicherungswissen kommt aus der Konzentration des Gesamten in einem Unternehmen, an einem Ort, unter einem Dach. Seit 1948.



HOTELA

RUE DE LA GARE 18, CASE POSTALE 1251, 1820 MONTREUX 1
TEL. 021 962 49 49, WWW.HOTELA.CH

Marketingkooperation «Chance Thunersee»

Wieder mit vereinten Kräften werben

■ Die touristischen Leistungsträger rund um den Thunersee ziehen wieder am selben Strick: Sie sind mit «Chance Thunersee» eine neue Kooperation eingegangen. Im Zentrum der Marketingaktivitäten stehen künftig vermehrt Tagesausflieger aus der ganzen Schweiz.

Theres Lagler

Bei der «Fabelhaften Erlebnisregion Thunersee» machten die vier Grossen – BLS-Schiffahrt, Niesen-, Stockhorn- und Niederhornbahn – im letzten Jahr nicht mehr mit. Zu kündigt war ihnen der Werbeauftritt mit dem Drachen. Sie gingen lieber selber auf Kundenfang. Nun sind sie aber wieder mit an Bord, wenn es um die gemeinsame Vermarktung der Region Thunersee geht. Der Grund: Die «Fabelhafte Erlebnisregion» macht der neuen Marketingkooperation «Chance Thunersee» Platz, die vor allem den Tagesausflugstourismus stärken will. Letzte Woche unterschrieben die Verantwortlichen der Bahn- und Schiffahrtunternehmen gemeinsam mit Thunersee Tourismus (TST) die entsprechenden Verträge.

Die vier Unternehmen BLS-Schiffahrt, Niesen-, Stockhorn- und Niederhornbahn speisen den gemeinsamen Werbepool fürs nächste Jahr mit je 25 000 Franken, bringen also 100 000 Franken ein. Thunersee Tourismus verdoppelt diesen Betrag auf 200 000 Franken. «Der Tagesausflugstourismus spielt in unserer Destination eine derart grosse Rolle, dass Thunersee Tourismus diesem Umstand mehr Rechnung tragen muss», führt Tourismusdirektor Beat Anneler aus. Den konkreten Massnahmenplan erstellen die vier Ausflugspartner. Sie stellen auch die personellen Ressourcen für dessen Umset-



■ Stimmungsbild vom Thunersee. Die Wolken haben sich mehrheitlich verzogen – die touristischen Anbieter wollen die Schönheiten ihrer Region wieder gemeinsam vermarkten.

Foto: Swiss-image

zung zur Verfügung. Ein regelmässiges Reporting gewährleistet, dass Thunersee Tourismus jederzeit über den Stand der Dinge informiert ist.

■ **Trotz neuer Ausrichtung: Auch Hoteliers sollen profitieren**

Doch gehen bei diesem Konstrukt die Beherberger – die Hoteliers und Feri-

enwohnungsanbieter – nicht leer aus? Beat Anneler verneint. Die vier Partner BLS-Schiffahrt, Niesen-, Stockhorn- und Niederhornbahn haben sich vertraglich verpflichtet, bei Aussenauftritten immer die Region Thunersee als Ganzes zu vermarkten. «So wird beispielsweise bei einem Promotionsanlass im Shoppyländle Schönbiel der Hotelführer auch aufgelegt», erläutert der

Tourismusedirektor. Zusätzlich besteht die Möglichkeit, mit einem Jahresbeitrag von 5000, 2000 oder 1000 Franken A-, B- oder C-Partner der Marketingkooperation «Chance Thunersee» zu werden. Rund 70 touristische Anbieter – von den Beatushöhlen über das Hotel Freyhof in Thun bis zur Sternwarte Sirius – wollen davon Gebrauch machen. Sie erhalten je nach Beitragshöhe einen mehr oder weniger grossen Auftritt in der neuen Broschüre «Momente», deren Kosten mit 70 000 Franken veranschlagt sind. Was Beat Anneler besonders freut: Die Museen und Schlösser verzichten auf ihre bisherige Kulturbroschüre und werden stattdessen komplett ins neue Printprodukt integriert. «Dank dem konnten wir die geplante Auflage von 50 000 Exemplaren auf 80 000 erhöhen», so Anneler.

Wichtige Weichenstellungen stehen am 8. Dezember an

Als dringend erachtet der Tourismusdirektor auch einen neuen Internetauftritt, für den er 50 000 Franken budgetiert hat. Um all die anstehenden Aufgaben zu finanzieren, sollen die Beiträge der 13 Gemeinden und elf Tourismusorganisationen leicht erhöht werden. Die Delegiertenversammlung von Thunersee Tourismus muss diesem Vorgehen am 8. Dezember aber noch zustimmen. Gleichzeitig steht auch die Wahl eines neuen Präsidenten an, da der bisherige Amtsinhaber, Hans Opplinger, seinen Rücktritt eingereicht hat.

Publireportage

Schwob revolutioniert mit NANO-Technologie die Textilien im Gastgewerbe.

Die traditionsreiche Schwob & Co. AG bietet neuartige Gastrotexilien an, die auf der Basis der NANO-Technologie hergestellt werden. Diese Wäsche ist wasser-, öl- und schmutzabweisend, ausserordentlich widerstandsfähig gegen mechanischen Abrieb und mit geringerem Energieaufwand waschbar.

In einem der wenigen Betriebe der Schweiz, die noch Gastrotexilien herstellen, ist eine technische Revolution im Gange. Die auf der Basis der NANO-Technologie behandelten Textilien sind prädestiniert für den Gebrauch im Gastgewerbe. Die Schwob & Co. AG hat diese Chance erkannt und bietet ihren Kunden ein neues Sortiment von grösster Innovationskraft.

Was ist NANO-Technologie?

Das griechische Wort «Nanos» bedeutet Zwerg. Die Masseinheit NANO entspricht dem milliardsten Teil eines Meters. Mit Hilfe der NANO-Technologie können Produkte mit neuen Funktionen und Eigenschaften entwickelt werden. Auf diese Weise entstehen etwa Textilien, die auf molekularer Ebene neue Strukturen auf der Faser ausbilden.

Die Natur als Patin

Die Wissenschaft lernt von den genialen Entwicklungen der Natur und leitet davon faszinierende technische Anwendungen ab. Ein Beispiel für solche Prozesse ist die sogenannte BIONIK (die Synthese aus Biologie und Technik).

Weltneuheit: Gastro-Textilien, die Wasser, Öl und Schmutz abweisen

Die revolutionäre Wäsche von Schwob wird nach dem Prinzip BIONIC-FINISH RUDOLF® hergestellt, dem weltweit ersten kompletten Hydrophobiersystem für die textile Kette. Durch die Verwendung von sternförmig verzweigten Polymeren werden die Abweisungseffekte gegen Wasser, Öl und Schmutz dramatisch verbessert. Sogenannte Dendrimere bauen Kristallstrukturen im NANO-Bereich auf. Die dadurch entstehende flexible NANO-Struktur bildet einen unsichtbaren Schutzschild auf dem Textil und macht es wesentlich widerstandsfähiger gegen mechanischen Abrieb. Die neuen Gastro-Textilien von Schwob gibt es in Baumwoll- oder Halbleinenqualität und wie immer mit Dessins nach Wahl.

Die wichtigsten Vorteile auf einen Blick

- Die Wäsche muss weniger oft gewaschen werden, und zwar nur bei 40 Grad
- Es entstehen viel weniger Flecken

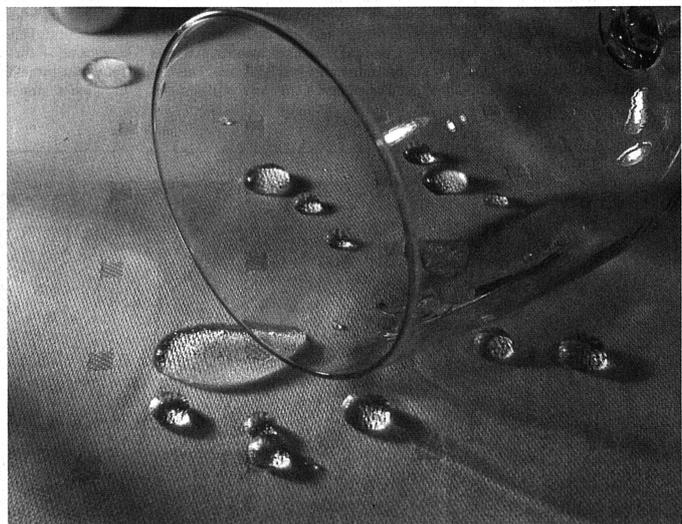


Bild: Bionik GmbH & Co. KG, Dornach/Basel

- Die trotzdem entstehenden Flecken lassen sich bei geringerer Temperatur besser auswaschen
- Die Gewebestruktur und die Farben bleiben länger erhalten
- Optimales Kosten-Nutzen-Verhältnis bei günstigem Preis
- Beitrag zu einer ökologisch sinnvollen Lösung

Jetzt an der Igeho, Halle 2.1, Stand C10:

Schwob & Co. AG
Kirchbergstrasse 19
3401 Burgdorf
Telefon 034 428 11 11
www.schwob.ch

Massnahmen gegen Burn-out

■ **4. Internationales Alpensymposium.** Die richtige Balance zwischen Mut und Zielstrebigkeit, Risikobereitschaft und Vision sind das eine – das Gleichgewicht zwischen all diesen Herausforderungen und der eigenen Gesundheit das andere. Wer dies nicht erreicht, läuft Gefahr, fadengerade in ein Burn-out zu geraten. Doch dagegen gibts Massnahmen. Und die wollen jene acht Persönlichkeiten kennen, die vom 17. bis 18. Januar 2006 am 4. Internationalen Alpensymposium in Grindel-

wald als Redner auftreten. Etwa Fussballlexperte Ottmar Hitzfeld («Der richtige Moment – die Auszeit vor dem Burn-out») oder René C. Jäggi, früherer FC Basel-Präsident und jetzt oberster Chef des 1. FC Kaiserslautern («Nach dem Spiel ist vor dem Spiel – am Abgrund in Bestform»). Oder der frühere bundesdeutsche Schwimmer-Star Michael Gross («Sieg und Niederlage – Basis zur Motivation»).

HRF

www.alpensymposium.ch

Vor der Fusion

■ **Vertrag unterzeichnet.** Die beiden Lenzerheider Bergbahnen Rothornbahn und Scalottas AG sowie die Lenzerheide Bergbahnen Danis Stätz AG (LBDS) haben ihre Fusionsverhandlungen abgeschlossen und einen Fusionsvertrag unterzeichnet. Dazu müssen am 16. und 17. Dezember die Aktionäre der beiden Bahnen und am 11. Dezember die Stimmberechtigten der Gemeinde Vaz/Obervaz ihre Zustimmung geben. Der neue Name lautet Lenzerheide Bergbahnen AG.

HRF

Neue Kommission im Kontakt mit Tourismus

■ **Bischöfe gründen Kommission.** Die Schweizerische Bischofskonferenz (SBK) hat ihre Absicht bekräftigt, ihre Kontakte mit dem Tourismus wieder zu intensivieren. Dafür hat sie – als Nachfolgeorganisation der Kommission Kirche im Tourismus (KAKIT, unter Präsident Peter Keller) – die Kommission Tourismus-, Freizeit- und Pilgerseelsorge gegründet. Sie besteht aus je einer Arbeitsgruppe für die deutsch-, italienisch- und romanischsprachigen Bistümer sowie für die franzö-

sichsprachigen Teile der Bistümer gegründet. Ihr Auftrag: Bei den Pfarreien abklären, welche Bedeutung der Tourismus in ihren Gebieten hat und welche Bedürfnisse gegenüber der Kirche bestehen. Auch sei festzustellen, wie die Zusammenarbeit mit den lokalen Tourismusträgern organisiert ist, teilt die SBK weiter mit. Präsiert wird die Arbeitsgruppe für die deutsch-, italienisch- und romanischsprachigen Bistümer von Pfarrer Stefan Roth aus Zer-

mat. Auf touristischer Seite federführend sind Amadé Perrig, langjähriger Verkehrsdirektor von Zermatt, und René Hefti (Valbella), ehemaliger Geschäftsführer der Intersoc Schweiz. Im Rahmen von Enjoy Switzerland sind erste Kontakte mit Schweiz Tourismus geknüpft worden. Eine eigene Homepage (www.tourismuseelsorge.ch) vermittelt auch Grundsatzpositionen, welche die Kirche jeweils zum Welttag des Tourismus am 27. September verbreitet.

HRF

Kanton Glarus

Entwicklung dank neuem Gesetz

■ Der Kanton Glarus soll ein neues Tourismusentwicklungsgesetz (TEG) erhalten. Profitieren sollen sowohl der Kanton als auch die Gemeinden der tourismusintensiven Regionen und die einzelnen Tourismusakteure. Der Regierungsrat hat einen Gesetzesentwurf ausgearbeitet.

Daniel Stampfli

Das Tourismusentwicklungsgesetz sei die zweckmässige Antwort auf die aktuelle Situation in der Angebots- und Nachfrageentwicklung sowie auf den Stand der Strukturveränderungen im Kanton. Dies schreibt der Regierungsrat des Kantons Glarus in seiner Vorlage an den Landrat. Er beantragt dem Landrat gleichzeitig, den Gesetzesentwurf der Landsgemeinde zur Zustimmung zu unterbreiten. Das zurzeit noch gültige Tourismusgesetz ist seit 1. Januar 1992 in Kraft und wird nach Ansicht des Glarner Regierungsrates «den heutigen Ansprüchen nicht mehr gerecht».

Nachhaltigkeit für die touristischen Schwerpunktgebiete

Auf der Grundlage des neuen Tourismusgesetzes sollen mehrere strategische Stossrichtungen im Glarner Tourismus verfolgt werden. So soll der Tourismus einen wertvollen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung und zur Imagebildung des Kantons Glarus als Wohn- und Unternehmensstandort leisten. Die touristischen Schwerpunktgebiete sollen sich nachhaltig

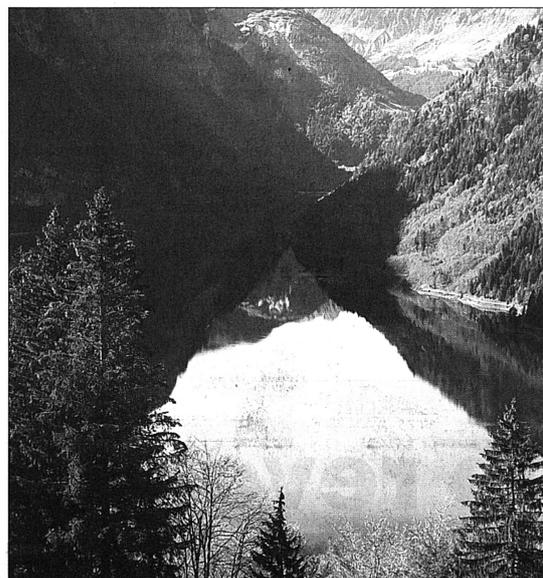
entwickeln, indem sie die Rentabilität der Betriebe und die Wertschöpfung der Regionalwirtschaft kontinuierlich erhöhen. Angestrebt wird, dass das Glarnerland nicht nur für den Aufenthaltstourismus, sondern verstärkt auch als Tagesausflugs- und Kurzurlaubdestination gewählt wird. Mit dem neuen Gesetz bekennt sich die Glarner Regierung in Sachen Bergbahnen zu drei Wintersportorten: Filzbach, Elm und Braunwald.

Bedeutung wird auch der Unterkunftsentwicklung beigemessen: In der Parahotellerie wird ein besonderes Augenmerk auf die Entwicklung und Vermarktung der Gruppenhäuser gerichtet. In der Hotellerie soll die Profilierung und Schwerpunktbildung der einzelnen Betriebe inklusive deren Kooperation in wesentlichen Bereichen konsequent gefördert werden.

Verfolgt werden auch weitere Entwicklungsstrategien: Die Infrastrukturen zur Profilierung des Glarnerlandes sollen punktuell verbessert werden. Wichtige Glarner Tourismus- und Freizeitveranstaltungen seien zu konzipieren bzw. weiter zu entwickeln. Die Kooperation zwischen Tourismus und anderen Wirtschaftsbranchen soll gefördert werden, insbesondere auch im Bereich der kantonsübergreifenden Zusammenarbeit.

Zusammenfassung von Kur- und Beherbergungstaxe

Zu den inhaltlichen Schwerpunkten des TEG gehört auch die Veränderung der Mittelflässe und der Finanzquellen (Trennung zwischen kantonalen und kommunalen Finanzflüssen). Die Gesetzesvorlage sieht zwei Formen des



■ **Tourismusförderung.** Mit einem neuen Gesetz sollen Innovation und Qualität im Glarner Tourismus gefördert werden. Im Bild der Klöntalersee. Foto: Swiss-Image

Mitteinsatzes vor: Der eine Teil soll jährlich in Projekte und Initiativen investiert werden. Der andere Teil soll in einen Investitionsfonds einfließen. Dieser Fonds kann – auf Beschluss der Regierung – für strategisch wichtige Tourismusprojekte eingesetzt werden. Er erlaubt eine substantielle Betei-

lung des Kantons an wesentlichen Projekten.

Auf Kantonsebene soll der Fonds mit jährlichen Einlagen aus der Rechnung des Kantons gespiesen werden. Der Landrat legt jeweils für eine Finanzplanperiode von vier Jahren einen Rahmenkredit fest.

Auf Gemeindeebene stehen künftig zwei mögliche Geldquellen zur Verfügung: Die Kurtaxen und Beherbergungstaxen werden zusammengefasst und als eine Taxe den Gemeinden überlassen. Dies führe zu einer deutlichen Vereinfachung des Einzugs sowohl für die Gäste und Leistungserbringer als auch für die Tourismusorganisationen respektive Gemeinden. Zusätzlich erhalten die Gemeinden die Möglichkeit, eine Tourismusförderungsabgabe (TFA) einzuführen.

Hotellerie: Defizite bei der Infrastruktur

■ In der Glarner Hotellerie findet seit 25 Jahren ein kontinuierlicher Strukturwandel statt, schreibt der Regierungsrat zum Gesetzesentwurf für ein neues Tourismusentwicklungsgesetz. Gab es 1982 noch 85 Hotels, waren es 2002 noch 59 Hotels mit total 1661 Betten. Diese verfügen im Durchschnitt über 28 Betten (Schweizer Durchschnitt: 46 Betten). Die Qualität sei unterschiedlich, das Preis-Leistungs-Verhältnis teilweise unbefriedigend; es bestünden Defizite in Infrastruktur und Professionalität. Die Zahl der echten Ferienhotels sei gering. Zusätzlich gibt es in Truppenunterkünften gegen 3000 Betten und drei Campingplätze. Insgesamt bestehe eine sehr geringe Bettenkapazität in Hotellerie und Parahotellerie. Gut ein Drittel des Bettenangebotes liegt in der Hotellerie, zwei Drittel liegen in der Parahotellerie. Bedeutendes Entwicklungspotenzial liegt laut dem Glarner Regierungsrat bei den Truppenunterkunftsbetten. DST

Anzeige

Fr. 1590.-

[hors TVA / exkl. WSt]

i7910 GPRS Terminal MOBILE

Une offre spéciale «Salon Igeho» vous attend sur notre stand (D22 - halle 2.1) du 19 au 23 novembre 2005 à Bâle!

An der Igeho Messe vom 19. bis 23. November 2005 in Basel erwartet Sie ein einmaliges Angebot (Halle 2.1 - Stand D22)!

XA SA - Givisiez - www.xa-ch.com - Tel.: 026 460 55 30

«Enter»: E-Tourismuskonferenz

■ **Ecole hôtelière de Lausanne.** Die EHL empfängt vom 18. bis 20. Januar 2006 die E-Tourismus-Konferenz «Enter» (Infos und Registrierung: www.ifitt.org/enter). Der Anlass wird von der EHL in enger Zusammenarbeit mit der Hochschule Wallis (HEVs) organisiert. Die Konferenz soll rund 350 Teilnehmer aus allen Kontinenten vereinen. Sie ist eine Plattform, auf der Manager und Internet-Verantwortliche aus dem Tourismus mit Forschern und Beratern über E-Tourismus-Themen

diskutieren können. Der «Swiss-Day» am Freitag, dem 20. Januar hat das Thema: «eTourism in Switzerland – Challenges and Opportunities». Die Registrierung zum Swiss-Day kostet 190 Franken, ist mit einem Tagesticket für die «Enter» gekoppelt und berechtigt an diesem Tag zum Besuch sämtlicher Veranstaltungen der Konferenz. Die hotel+tourismus revue (htr) hat das Medienpatronat der E-Tourismus-Konferenz «Enter» übernommen. *KJV*

Gläsernes Riesenrad als Hotel

■ **Radisson Messe Frankfurt.** Als grosse Scheibe ragt das neue Hotel von Radisson SAS neben der Frankfurter Messe knapp 100 Meter in die Höhe. Es hat laut «Wiesbadener Kurier» 110 Mio. Euro gekostet. Das Hotel wurde vom Londoner Architekten John Seifert entworfen. «Ein gewöhnlich aussehendes Hotel hätte in Frankfurt keine Marktchance», erklärte SAS-Konzernchef Kurt Ritter. Daher habe man sich trotz der Mehrkosten entschieden, «ein spektakuläres Haus» bauen zu

lassen. Aber die Margen für die Zimmerpreise in Frankfurt seien deutlich niedriger als in anderen europäischen Städten. Im neuen Hotel werde der durchschnittliche Übernachtungspreis werktags 185 Euro betragen. Am Wochenende koste das Zimmer nur 135 Euro, während die Preise zu Messezeiten wesentlich höher liegen sollen, hiess es vom Konzernchef. Genaue Zahlen nannte er nicht. Branchen-Insider vermuten jedoch in Spitzenzeiten Preise bis zu 400 Euro pro Nacht. *KJV*

Hotel-«Hotspots» für Games

■ **Nintendo.** In Grossbritannien will der japanische Spiele-Konzern 7500 Hotspots errichten, um neue Games-Features via drahtlose WLAN flächendeckend anbieten zu können. Das berichtet die Website GamesMarkt.de. In Grossbritannien sollen die Hotspots vorrangig in Hotels, U-Bahn-Stationen und McDonald's-Restaurants aufgebaut werden. Eine Kooperation mit McDonald's war Nintendo bereits für die USA eingegangen. In den USA startet der WLAN-Dienst

von Nintendo am 14. November, in Japan am 23. November. Ob es «Hotspot-Offensiven» von der Art wie in Grossbritannien auch für den deutschen Markt geben wird, ist laut GamesMarkt.de ungewiss. Wie in Deutschland geht der Wireless-LAN-Service in Grossbritannien am 25. November an den Start. Die ersten Spiele, die das neue Feature für den «Nintendo DS» unterstützen, sind «Mario Kart DS» und «Tony Hawks American Sk8teland». *KJV*

Entwicklungsmarkt

Markt China: Ungleiche Reaktionen

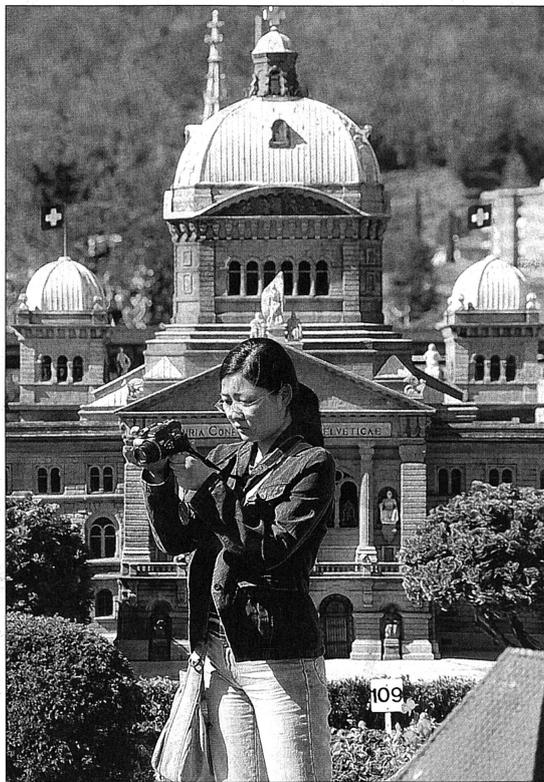
■ Zwei Hotelgruppen reagieren stark unterschiedlich auf die Markt-Entwicklung in China. Währenddessen arbeitet in Interlaken der proaktive Erich Balmer intensiv am Geschäft mit jungen Chinesen, Japanern und Koreanern – sie sind ein Drittel seines Marktes.

Karl Josef Verding

Die höchste relative Zuwachsrate der Logiernächte in Hotels und Kurhäusern der Schweiz zwischen Januar und August 2005 erzielte die Volksrepublik China (ohne Hongkong) mit 97% (+55 000), verglichen mit der letzten verfügbaren Vergleichsperiode 2003. Chinesen geben an jedem Ferientag durchschnittlich 460 Franken aus. Als Vergleich: Deutsche beschränken ihr Ferien-Tagesbudget auf 160 Franken.

Wanda Meyer, Geschäftsführerin der Swiss International Hotels (SIH), zog die Konsequenzen und meldete ihre Gruppe zur «World Travel Fair» in Shanghai an. Diese hat Fachtage und Publikumstage und findet vom 30. März bis 2. April 2006 statt (siehe Box). «Man muss mal anfangen», erklärt Wanda Meyer. Bestärkt wird sie durch Beispiele von SIH-Mitgliedshotels aus dem Berner Oberland, wo man «angenehm überrascht» war, dass «Chinesen-Gruppen normale Preise bezahlt haben, und nicht rock-bottom».

Eine andere Einschätzung des gegenwärtigen chinesischen Marktes gibt Robert Michel, Geschäftsführer der Swiss Budget Hotels (SBH): «Absolut unmöglich.» Die SBH machten «keine



■ **Chinesin am Bundeshaus-Modell.** Bei Melide (TI) geben über 120 Modelle einen Überblick über Schweizer Architektur und Wahrzeichen. Foto: Swiss-Image

Gruppengeschäfte» und arbeiteten auch nicht mit Tour-Operators für den chinesischen Markt der Volksrepublik zusammen. Individualreisen seien für diese Kunden noch zu teuer. Man warte auf individuelle und Business-Reisende – dann werde es interessant. «Enorm viel Erfolg» und «wirtschaftlich interessante Partner» haben die SBH gemäss Michel in Taiwan. – Der heimische und internationale Umsatz der SBH-Zentrale hat in diesem Jahr laut Michel «weit über 50% zugelegt».

«Balmers Herberge»: Erfolg eines proaktiven Verhaltens

«Balmers Herberge» in Interlaken hat eine chinesischsprachige Web-Site. Eine Chinesin hat sie gestaltet, die in

Berlin nicht nur Germanistik studiert, sondern an den Universitäten dort das Marketing für Balmer unter den chinesischen Studenten macht. So wie Repräsentanten in London, Shanghai und Peking. Balmers Übernachtungspreise betragen 25 bis 55 Franken pro Nacht, im 2-, 4-, 6- oder 8-Betten-Zimmer. Erich Balmer leistet viel, um als klassisches Beispiel des proaktiven Schweizer Beherbergers gelten zu dürfen. Am Abend vor seinem Gespräch mit der htr hatte er drei volle Asiaten-Tische, mit drehbarem Innenteil, à 10 Personen: Chinesen, Japaner und Koreaner. Auch die Jungen sitzen aus historischen Gründen noch nicht zusammen an den Tischen, aber Balmer arbeitet daran: mit Fondue und Schlitteln auf der nahen Isenfluh.

Messe-Termin in Shanghai

■ An der «World Travel Fair» vom 30. März bis 2. April 2006 in Shanghai wird es gemäss den Veranstaltern «ein umfassendes Programm zur Unternehmung mit Business-Travelers geben, und solcher, die täglich in den Unternehmen mit Business-Travel-Arrangements befasst sind». Als «wichtigste Quelle für das Geschäft in China» werden «einflussreiche, autorisierte chinesische Outbound-Travel-Agents» als «Hosted Buyers» von den Veranstaltern betreut und können von den Ausstellern schon im Vorfeld kontaktiert werden. Chinesische Freizeit-Reisende können an den Publikumstagen der Messe an einem Onsite-Buchungs-Programm zu Spezialkonditionen teilnehmen. *KJV*

Trend zur Polarisierung

■ Gemäss der neuen Studie «From Beijing to Budapest: Winning Brands, Winning Formats» von PricewaterhouseCoopers (PwC), gibt es in China einen «Trend zur Polarisierung der Formate, Discounter auf der einen Seite und teure Geschäfte auf der anderen. Luxusmarken, Privatlabel und Billigprodukte haben in gleichem Masse gute Erfolgsaussichten.» China ist mit 1,23 Mrd. Einwohnern der grösste Konsumentenmarkt der Welt. Die langsam entstehende Konsumentenschicht mit mittlerem Einkommen wird derzeit auf 100 Mio. Menschen geschätzt. Sie soll sich bis 2010 vervierfachen. «Diese Käufer sind marktbewusst, und sie schauen auf Qualität und Service», wird betont. *KJV*

Anzeige

Das breiteste Angebot der Branche

Kaffeevollautomaten, Schankanlagen, Besteck & Table Top.



IGEHO Basel 19. - 23. November 2005
Halle 2.1 Stand H30



Neu: Schaerer Coffee Factory

Neu: Schaerer Coffee Art

Alles aus einer Hand:

Qualitativ hochstehende und servicefreundliche Kaffeevollautomaten für jede Betriebsgrösse. Schankanlagensysteme zur exakten Kontrolle und Bonierung des Getränkeauschanks. Table Top-Artikel, die bezüglich Design, Funktionalität und Qualität auch Sie begeistern werden. Unser umfassendes Sortiment finden Sie unter www.schaerer.com und vor Ort in Ihrer Region: Renens-VD, Moosseedorf-BE, Nottwil-LU, Dietikon-ZH und Trimmis-GR.

M. Schaerer AG, Kaffeemaschinen, Sparte WMF, Kaffeemaschinen & Schankanlagen
Gewerbstrasse 15, 3302 Moosseedorf, Tel. 051 858 51 11, Fax 051 858 51 41, info@schaerer.com

Zielsicher zu Ihrem Gast.



FIDELIO®

suite 8

Überzeugen Sie sich
an der IGEHO:
19.-23. November 2005
Halle 2.1 Stand D30

Die Check-In Data installiert Ihnen
das modernste Front-Office System und
liefert Ihnen die Gäste dazu.

myfidelio.net

- 600 000 Reisebüros weltweit
können in Ihrem Betrieb Reservationen tätigen
- 80 verschiedene Internet-Reiseportale haben
Zugriff auf Ihr Angebot
- Ihre Stammgäste schätzen die Online-Buchung
über myfidelio.net
- myfidelio.net erhöht Ihren Umsatz und
reduziert den Aufwand

**Können Sie es sich leisten
darauf zu verzichten?**

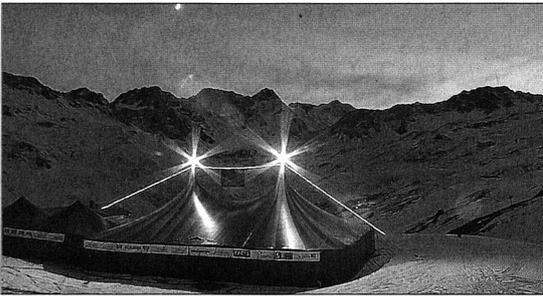
In guten Häusern zu Hause:
Fidelio Suite 8 von
Check-In Data 044 701 96 96

CHECK IN DATA

www.checkindata.com

Arosa Humor-Festival

«60 Prozent der Tickets sind verkauft»



■ Gemütliches Ambiente. Auf dem Programm stehen 25 Vorstellungen mit 34 Programmen und 70 Künstlerinnen und Künstlern. Fotos: zvg

■ Wer Humor-Festival hört, denkt unverzüglich an Arosa. Der 14. dieser Anlässe findet vom 9. bis 18. Dezember statt, der Vorverkauf läuft auf vollen Touren und sorgt, zusammen mit dem breiten PR-Effekt, bei den Verantwortlichen bereits für ein zufriedenes Lächeln.

Marietta Dedual

Bis heute, 17. November, waren nur Tickets in Kombination mit Zimmerbuchungen in einem der 17 Festival-Hotels erhältlich. (Ab morgen können Billette auch ohne Übernachtung gekauft werden). Zu diesem Vorgehen, das touristisch eher selten ist, meint Martin Vincenz, Leiter des Arosa Humor-Festivals: «Die Hotels haben – wie auch Arosa Tourismus – mitgeholfen, das Festival zu gründen und sind auch Sponsoren.»

7000 Tickets in Kombination mit Übernachtungen

Die Hotels stellen dem Veranstalter jeweils 10 Prozent ihrer Logiernächte-Kapazität gratis zur Verfügung. Das entspricht 2400 Gratisübernachtungen oder einem Gegenwert von rund 240 000 Franken (in der Rechnung wird eine Gratisübernachtung mit 100 Franken veranschlagt). Als Gegengeschäft gibt der Veranstalter den Hotels die

Möglichkeit, bereits ab Juli Tickets zu verkaufen. Und das Geschäft läuft. Anfang Woche meinte Festival-Leiter Vincenz: «Wir haben 60 Prozent der Tickets nur über die Hotels verkauft. Das entspricht 7000 Tickets, die in Verbindung mit Hotelbuchungen weggegangen sind». In dieser Zahl seien zwar auch die Sponsoren und die Eröffnungsgäste berücksichtigt, aber «das macht nicht so viel aus».

Für die Hotels ist der Anlass also ein Geschäft. Das «Tschuggen» beispielsweise war von Anfang an Festival-Partner. Hoteldirektor Urs Bircher: «Das Humor-Festival bringt uns sehr viel. Wir machen sogar selber eine Humor-Soiree, was bei den Gästen gut ankommt.» An den Festival-Wochenenden ist das Hotel zu gut 90 Prozent ausgelastet, was kein schlechter «Zustupf» für den Saisonbeginn ist.

Humor könnte ein Ganzjahresthema sein

Wie viele Logiernächte dank dem Humor-Festival generiert werden können, lässt sich nur schwer quantifizieren. Vincenz geht von gut 10 000 Logiernächten aus.

Für die Partner vor Ort – Tourismusbüro, Bergbahnen und Behörde – ist Vincenz des Lobes voll. Arosa Tourismus gibt Auskunft, stellt den Kontakt zu den Institutionen im Dorf her, verkauft Tickets usw. Ein wichtiger Partner sind auch die Bergbahnen, die für den Transport von Mensch und Material

zuständig sind und beim Auf- und Abbau des Zeltes helfen. Ihre Sachleistungen entsprechen einem Gegenwert von rund 80 000 Franken. Und die Gemeinde sei bei ihren Bewilligungen unkompliziert, Sorge für gute Fusswege und trage, zusammen mit Arosa Tourismus, eine Defizitgarantie von 60 000 Franken – die übrigens letztes Jahr in Anspruch genommen wurde. Vincenz: «Die Rechnung des Festivals beläuft sich ungefähr auf 1,2 bis 1,3 Millionen Franken. Drei Viertel davon holen wir mit Sponsoring ein.»

Urs Schwarzenbach, Tourismusdirektor von Arosa, lässt sich nicht auf Zahlen festlegen, weist aber darauf hin, dass dieser grösste Comedy-Anlass der Schweiz auch indirekt Logiernächte generiere. Was Image und Publizität anbelangt, bringe das Festival «unglaublich viel». Arosa werde unterdessen viel eher mit Humor verbunden als mit Schneesicherheit oder Gratisbergbahnen. «Humor» könnte nach Schwarzenbachs Ansicht auch als Ganzjahresthema ausgebaut werden.

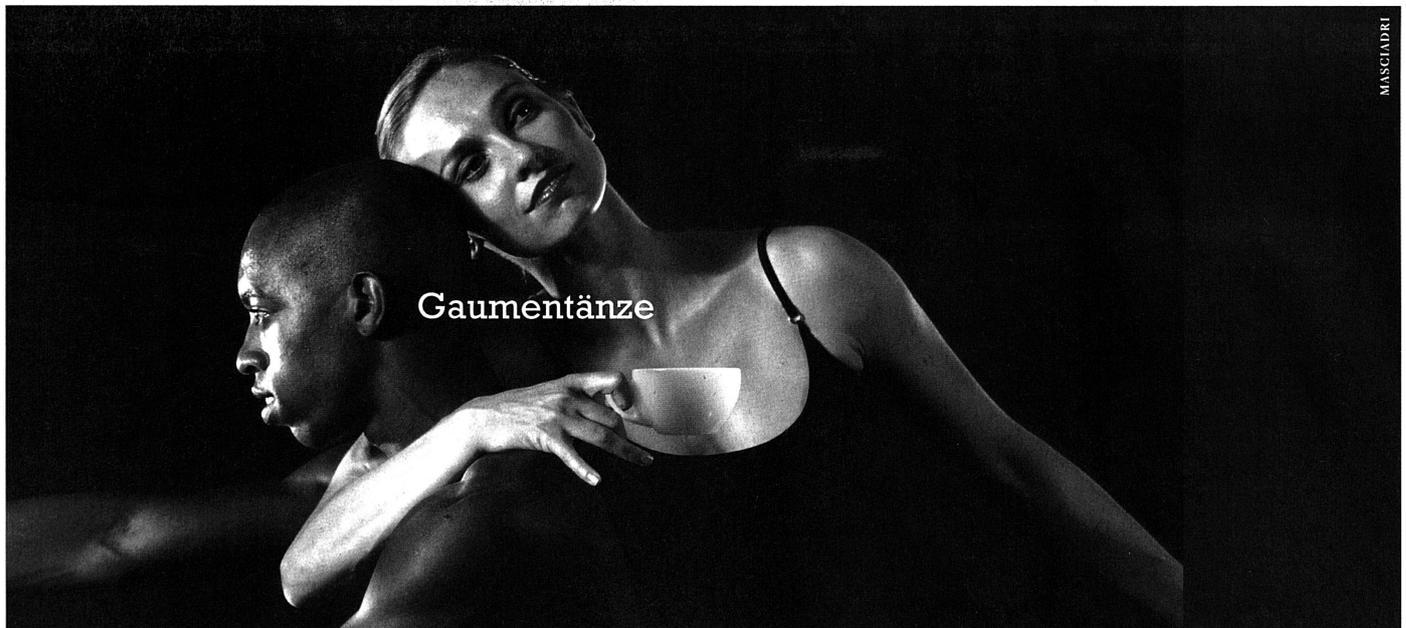
Dank dem Festival sind Arosa und der Arosener Winter in den Medien sehr präsent. Martin Vincenz: «Das Humor-Festival findet übrigens auch in Deutschland, das eine starke Comedy-szene hat, grosse Beachtung.» Jetzt sind noch knapp 5000 Tickets zu verkaufen und man ist zuversichtlich. Letztes Jahr betrug die Auslastung der Vorstellungen 93 Prozent.

Programm und Infos: www.humorfestival.ch



■ «Durchhalten, daran glauben und etwas investieren». So die Parole von Martin Vincenz. Denn das jetzt erfolgreiche Humor-Festival hatte auch harte Jahre.

Anzeige



IGEHO Basel, 19.11.–23.11.05, Halle 2.1, Stand G40

Choreography by Franke Coffee Systems

Kaffeepformance pur an der IGEHO 2005: Bestaunen Sie die kundenorientierten Neuerungen der innovativen Palette der Franke Kaffeemaschinen. Unser Barista freut sich darauf, Sie mit einer Vielzahl von Kaffee- und Milchgenüssen zu verwöhnen. Geniessen Sie «The art of excellent coffeemaking». Herzlich willkommen!

Gewinnen Sie eine Reise nach Wien: ins grösste Kaffeehaus der Welt!

Franke Coffee Systems

Franke
Kaffeemaschinen AG
4663 Aarburg
Schweiz
Tel. +41 (0)62 787 37 60
Fax +41 (0)62 787 30 10
www.franke-cs.com

FRANKE

Wer behauptet, dass Geld nicht glücklich macht, kennt Ihr Traumhotel noch nicht.

Wir übernehmen die Abwicklung des bargeldlosen
Zahlungsverkehrs. Traumhaft unkompliziert.
Auch in Fremdwährungen und bei Distanzgeschäften.

ADUNO

Alles in einem

MasterCard

Maestro

VISA

VISA
Electron

Zwei Hotels helfen sich aus

■ **Kooperation.** Für Saisonbetriebe in der Hotellerie stellt sich immer wieder die Frage, wie die kurze Betriebszeit möglichst wirtschaftlich gestaltet werden kann. Das Hotel Excelsior in Arosa und die Bürgenstock-Hotels haben eine sinnvolle Formel gefunden: sie teilen sich das Personal und betreiben gemeinsam Marketing. So leitet «Excelsior»-Küchenchef Peter Hoffmann im Sommer die Küche im 5-Sterne-Bürgenstock-Park-Hotel und zieht im Winter ins 4-Sterne-Hotel Excelsior nach

Arosa. Dieses Jahr wird er von Oberkellner Angelo Guerra begleitet, der dann in Arosa für den Service verantwortlich sein wird. Aber auch Kundenpflege wird gemeinsam betrieben: Bei einem Brunch im Gault-Millau-Restaurant «Le Club» auf dem Bürgenstock schnupperten rund 80 Stammgäste des «Excelsior» Bürgenstock-Luft. Beim Austausch über vergangene Winterlebnisse in Arosa wurden laut Pressemitteilung gleich neue Ferienpläne geschmiedet. **CK**

Verkauft

■ **Starwood.** Der US-Hotelkonzern verkauft 38 Luxushotels in den USA und im Ausland für rund 4,1 Mrd. Dollar an den grössten US-Hotelkonzern Host Marriott. Es handelt sich um 20 Sheraton-, 13 Westin- und 5 andere Luxushotels. 6 davon stehen in Europa: in London, Warschau, Rom, Mailand, Venedig und Madrid. Starwood besitzt nach dem Verkauf noch 93 Hotels und will sich nicht mehr auf Hotelimmobilien, sondern auf den Betrieb von Hotels konzentrieren. **CK/sda**

Digital

■ **Österreich Werbung.** Der ÖHV-Hotelguide, das Verzeichnis der Mitgliedsbetriebe der Österreichischen Hoteliereinigung, bietet als Zusatzleistung die Aufnahme der Hotels in eine Datenbank für mobile Informationssysteme in Autos sowie für Mobiltelefone und Notebooks. Wer von diesem digitalen Vorsprung profitieren will, bezahlt 32 Euro pro Jahr und erhält über die Endgeräte Zugang zu Millionen von Nutzern und damit zu einem beachtlichen Gästepotenzial. **HP**

Das «Edelweiss» ist verkauft

■ **Sils-Maria.** Die AG Hotel Edelweiss in Sils-Maria ist per 1. November nun definitiv von der AG Post und Mercatorium St. Moritz-Dorf übernommen worden. Mit verstärktem Marketing soll das 1876 erbaute 4-Sterne-Hotel mit seinen 71 Zimmern, dem Wellness-Bereich und dem unter Denkmalschutz stehenden Speisesaal international erfolgreich positioniert und vermarktet werden. Die betriebliche Führung übernimmt die AG Post und Mercatorium, die unter Hotelier Lucas Merckaert

sämtliche zum Projekt «The Murrezzan» gehörenden Hotellerie- und Gastronomie-Betriebe leitet. Laut Pressemitteilung wird ab Frühling 2006 das Hotel mit gezielten Investitionen laufend aufgewertet. Die AG Post und Mercatorium St. Moritz-Dorf ist bereits Eigentümerin des Hotels Monopol und Bauherrin des Lord-Norman-Foster-Projekts «The Murrezzan» in St. Moritz, zu welchem auch der Gastrobetrieb «Post Haus» mit Restaurant, Lounge und Bar gehört. **CK**

«Gastronomie der Zukunft»

Künftiges Essen ist stilvoll bekömmlich

■ **Neun Starköche** aus dem Alpenraum diskutierten am letzten Samstag im Interpalpen-Hotel Tyrol im österreichischen Telfs-Buchen das Thema «Gastronomie der Zukunft». Sie konnten sich darauf einigen, dass die künftige Küche regional und stilvoll sein sollte.

Renate Dubach

Die neun Köche brachten nicht weniger als 146,5 Gault-Millau-Punkte an einem Tisch zusammen: Aus der Schweiz war Eduard Hitzberger vom Hotel Haus Paradies in Ftan angereist. Aus dem Hotel Rosa Alpina in St. Kassian im Südtirol kam Norbert Niederkofler. Der Vertreter Deutschlands war Alfons Schuhbeck von der Südtiroler Stube in München.

Die grösste Kochfraktion stammte aus Österreich: Thomas Scheibhofer vom Palais Coburg in Wien, Markus Winkler vom Restaurant Schindlhaus in Söll, Michael Schwarzenbacher vom Restaurant Mangold in Lochau und Thorsten Probst vom Burg Vital Hotel in Lech. Sie wurden flankiert von den beiden Küchenchefs des Interpalpen-Hotels selber: Christoph Zangerl und Marcus G. Lindner.

Lamento über junge Köche und verwöhnte Gäste

Bei einer kurzen Vorstellungsrunde machten die neun Köche ihre Positionen klar. Thomas Scheibhofer stellte fest, dass in seinem Restaurant Modeerscheinungen wie Crème brûlée oder Thunfisch Tabu seien. Thorsten Probst klärte die Frage, wie man einen kurzfristigen Trend erkennen könne, mit einem trockenen: «Trends kann



■ **Die Köche:** Thomas Scheibhofer, Markus Winkler, Michael Schwarzenbacher, Christoph Zangerl, Alfons Schuhbeck, Norbert Niederkofler, Eduard Hitzberger, Marcus Lindner, Thorsten Probst (von links). **Foto:** Renate Dubach

man folgen, aber Stil muss man haben.» Am besten habe man einen Stil, den man weiter verfeinern könne, sagte Alfons Schuhbeck: «Aber man muss unbedingt ein paar Klassiker auf der Speisekarte behalten. Die Gäste kennen die Spezialitäten eines Restaurants und kommen wegen diesen. Gleichzeitig kann man ihnen etwas Neues anbieten, vielleicht lassen sie sich darauf ein.»

Zwischenzeitlich verlor sich die Diskussion in einem Lamento über die neuen Alkoholgrenzwerte im Strassenverkehr, die zu Mindereinnahmen geführt hätten, über die jungen Köche, die nicht mehr wüssten, wie man ein ganzes Tier verwerte und nicht bloss

die Edelstücke. Auch wetteten ein paar Köche über die Gäste, die eben nur diese Edelteile essen wollten und so gar nichts mehr von unterschiedlichen Garmethoden verstünden.

Vollwertig, leicht und bekömmlich in die Zukunft

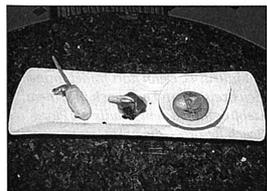
Man müsse die Gäste eben erziehen und ihnen auch die weniger edlen Fleischstücke anbieten, damit sie selber auf den Geschmack kommen könnten, meinten einige. Eduard Hitzberger setzte sich für die Gäste ein und stellte fest: «Der heutige Gast ist mündig, er ist weit gereist und kann vergleichen.» Es

gebe ja auch so etwas wie Gourmet-tourismus. Auch dieser habe dazu beigetragen, dass sich die Qualität in der Küche überall in Europa in den letzten Jahren verbessert habe.

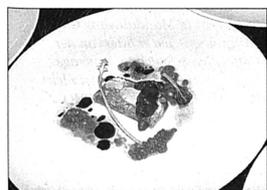
Die meisten Köche waren sich schliesslich einig, dass die Küche der Zukunft auf regionalen Produkten aufgebaut sein müsse – obwohl diese Theorie beim Galadiner am Abend nicht von allen in die Praxis umgesetzt wurde (siehe Kasten unten links). «Soll ich Gänseleber und Wachteln aus Frankreich holen und unseren Landwirten sagen «Ihr stellt nichts Geschmecktes her?», brachte Alfons Schuhbeck die Situation auf den Punkt.

Die «Gastronomie der Zukunft» wird – wenn die neun Köche Recht haben – eine eher klassische Küche sein, die neu bearbeitet und leicht ausgebaut wird. Gewürze, Zubereitungs- und Gartechniken werden dabei vor allem aus dem heimischen Grundstock kommen. Die gekochten Produkte werden die Region und den Stil, aus der sie herkommen, repräsentieren. Das Essen wird vollwertig, gleichzeitig leicht, modern und vor allem auch bekömmlich sein.

Kopfnicken folgte auf Alfons Schuhbecks Bemerkung zur schwierigen Zukunft der Köche und Wirte: «Der Kuchen kann nicht mehr neu erfunden werden, aufgeteilt ist er auch schon.»



■ **3 x Kaisergranat.** Gekocht von Zangerl und Lindner **Fotos:** zvg



■ **Das gesülzte Kaninchen.** Gekocht von Markus Winkler. **RD**

Das Menu der Starköche

■ Nach der Diskussion präsentierten die Köche ein Galadiner, das von Weinen der Weingüter «Graf Hardegg», «Juris» und «Hundsdorfer» begleitet wurde. Christoph Zangerl und Marcus Lindner starteten mit «3 x Etwas vom Kaisergranat». Dem folgte «Gesülztes Kaninchen mit zweierlei Kürbis» von Markus Winkler. Alfons Schuhbeck kochte eine «Kartoffelsuppe mit weissem Trüffel», Michael Schwarzenbacher «Gefüllte Calamaretti mit Schmalzrüben, Orange und Safran» und Norbert Niederkofler «Latschenkieferrisotto mit geräucherter Perlhuhnbrust und Gänseleber». Eduard Hitzberger brachte «Steinbutt im Nudelblatt mit Trüffelnagel» und Thorsten Probst «Reh auf zweierlei Arten mit Schwarzwurzelgemüse und Sellerietascherl» auf den Tisch. Zum Schluss servierte Thomas Scheibhofer «Caramelisierter Wachholderkuchen mit Mango und Wachholderreis». **RD**

Anzeige

ELRO DRUCKGAREN

Mit Druck und Dampf die Qualität um 25% steigern



+15% NAHRSTOFFE, VITAMINE

+25% BESSERES AUSSEHEN

-50% GARZEIT

Besuchen Sie uns an der Igeho 2005 Basel 19.-23.11.05 Stand C18 Halle 1

ELRO
Gründungsmerkmal

ELRO Werke AG
Wöhlerstrasse 47, CH-5620 Bremgarten
Tel. +41 (0)56 648 91 11
verkauf@elro.ch, www.elro.ch

Plakat-Award

■ **Davos.** Als erster touristischer Akteur Graubündens erhielt Davos Tourismus den «Plakat Awards» der Allgemeinen Plakatgesellschaft (APG). Die Winterkampagne von Davos wurde in einer Publikumsabstimmung im Internet zum Plakat der Woche auserkoren. Die neue Winterkampagne von Davos läuft im Raum Zürich, Bern, Olten, Aarau, Basel, St. Gallen und Winterthur. Nach Angaben der APG handelt es sich um den grössten Destinationsauftritt der Schweiz. *KJV*

Web-Exzellenz

■ **Worldhotels.** Die Sales-, Marketing- und Vertriebs-Organisation wurde mit dem «Standard of Excellence Award» der Web Marketing Association ausgezeichnet. Gewürdigt wurden «die Leichtigkeit, das Design und die technische Leistungsfähigkeit» von www.worldhotels.com. Dazu Nicole Bernthaler, Chief Marketing Officer von Worldhotels: «Der Award belohnt unsere Arbeit des letzten Jahres. E-Commerce ist ein Schlüsselgebiet für unser Wachstum.» *KJV*

Top-Sendung

■ **Strasse der Lieder aus der Ostschweiz.** Vier Millionen Zuschauer in Deutschland und 271 000 TV-Konsumenten in der Schweiz haben am 5. November im Ersten Deutschen Fernsehen die Sendung «Strasse der Lieder – eine musikalische Reise durch die Ostschweiz» gesehen. Gemäss den Verantwortlichen vom SWR in Stuttgart gehört die Ostschweiz-Sendung aus TV-Profisicht zu den fünf Top-Sendungen aller bis jetzt realisierten 30 Sendungen. *DST*

Geheimtipp

■ **Brigels Waltensburg Andisast.** Ski Arlberg, Serfaus-Fis-Ladis und die Silvretta-Skiarena Ischgl-Samnaun sind Testsieger des Ski-gebiets-Checks 04/05 von Snow-Online.de. In der Kategorie Geheimtipp hatte das schweizerische Brigels die Nase vorn. Platz eins bei der Schneesicherheit ging an Hintertux. Zudem wurden Sieger im Snowboard-Angebot (Flims Laax Falera – Die Alpenarena), in der Familienfreundlichkeit (Salzburger Sportwelt) und Aprés Ski (Sölden) gekürt. *KJV*

Gigantisch

■ **Zermatt.** Der Künstler Heinz Julen, der mit dem Entwurf des «Into the Hotel» wenig Glück hatte, plant laut «10 vor 10» ein neues Hotel auf dem Kleinen Matterhorn. Gebaut werden soll, wenn die Machbarkeitsstudie positiv ausfällt, ein gigantischer, weltweit einzigartiger 230 Meter hoher Hotelurm, getragen von einer Stahlpyramide – mit Wellnessbereich auf der Spitze. Der Auftraggeber, die Zermatter Bergbahnen, räumen dem 60-Mio-Projekt grosse Chancen ein. *CK*

ZITAT DER WOCHE

«Unser Geschäft läuft von vorne nach hinten, das heisst, der Kunde sagt, was er will.»

Hans-Peter Gilgen
Direktor Prodega
im Interview
auf Seite 2

BUSINESS-PEOPLE



■ **Roberto E. Wirth,** Besitzer und General Manager des legendären Fünf-Sterne-Hotels Hassler in Rom, ist vom amerikanischen Magazin «Hotels» zum «Independent Hotelier of the World 2005» ausgezeichnet worden. Wirth ist ein Spross der berühmten Innerschweizer Hotelierefamilie Bucher und italienisch-schweizerischer Doppelbürger. Obwohl Wirth seit seiner Geburt taub ist, absolvierte er die Hotel School in Stresa (Italien) sowie die School of Hotel Administration at Cornell University of Ithaca, New York. *DST*

■ **Judith Renner-Bach** ist von den Delegierten der Schweizerischen Volkspartei (SVP) des Kantons Bern nicht als offizielle Kandidatin für die Regierungswahlen 2006 nominiert worden. Sie bleibt somit dem Schweizer Tourismus-Verband als Direktorin erhalten. *DST*

«Siestahotels»

«Pilotprojekt zum Mittagsschlaf»

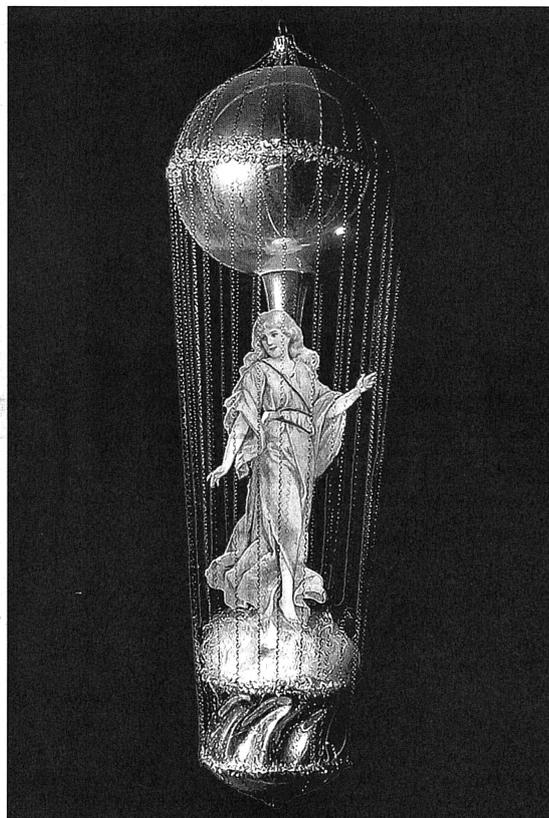
■ Vom 14. November bis 21. Dezember kann man in vier Schweizer Städten in den «Siestahotels» mittags in einem Hotelzimmer ab 12 bis 15 Uhr gratis einen Mittagsschlaf machen. Folgende Hotels beteiligen sich an dem «Pilotprojekt»: Best Western Hotel Merian, Basel; Best Western Hotel Bären, Bern; Best Western Hotel Flora, Luzern; Best Western Premier Hotel Glockenhof, Zürich. Wer auf das Essen verzichtet und nur ein Nickerchen macht, zahlt 20 Franken. Wenn das Angebot genutzt wird, soll es 2006 weitergeführt und auf andere Städte ausgeweitet werden. *KJV*



■ **Schlaf.** Hüslers-Nest-Betten im Innenhof des Hotels Bären, Bern. Foto: DST

Gletschergarten Luzern

Weihnachten im Zeiten-Wandel



■ **«Schmücken und Schenken».** So heisst die neue Sonderausstellung im Gletschergarten Luzern. Sie dauert bis zum 26. Februar 2006. Foto: zvg

■ Das Museum des Gletschergartens in Luzern hat sich in eine Wunderwelt der Christbaumschmuck-Tradition verwandelt.

Karl Josef Verding

Von den etwa 1500 an Tannenbäumen, in Vitrinen und Gucklöchern präsentierten Schmuckobjekten sind kaum zwei gleich. Um dem Baum ein festliches Gepräge zu verleihen, sind im Verlauf der Zeit unterschiedlichste Materialien verwendet worden, beginnend mit Äpfeln, Nüssen und Süßigkeiten über Tragant, Watte, Papiermaché, Stroh usw. bis zur hohen Kunst der Glasbläserei.

Glasschmuck aus Lauscha (Thüringen), dem Ursprungsort des gläsernen Weihnachtsschmucks, bildet den Schwerpunkt der Ausstellung. An einigen Wochenenden und in der Woche zwischen Weihnachten und Neujahr demonstrieren zwei Meister der Glasbläserzunft aus Lauscha ihr Handwerk. Während der übrigen Zeit können die Besucher anhand eines Videofilms die Herstellung von Glasschmuck verfolgen. Der Formen- und Farbenreichtum der ausgestellten kunsthandwerklichen Kleinode zeugt von einer ausgeprägten Fantasie.

Die reichhaltige Winterausstellung, die sich von den Sonderausstellungsräumen im Erdgeschoss bis hinauf zu den ehemaligen Wohnräumen der Gründerfamilie Amrein zieht, zeigt den kulturellen Wandel des Christbaumschmucks der vergangenen 150 Jahre vom Biedermeier bis in unsere Zeit. Geschenke aus vergangenen Tagen bereichern das stimmungsvolle Ambiente in den festlich geschmückten Räumen.

Diplomfeier 2005 der HFT Luzern

66 neu diplomierte Tourismus-Fachleute

■ Im Verkehrshaus der Schweiz konnten 66 Studierende der HFT Luzern ihr Diplom als dipl. Tourismusfachmann oder -fachfrau entgegennehmen.

Karl Josef Verding

Folgende Studierende haben das zweijährige, berufs begleitete Studium erfolgreich abgeschlossen:

Bobay-Balmer Karin, Zürich, Swiss International Air Lines Ltd., Zürich-Flughafen; Brezger Monika, Luzern, Stutz Netzwerkmarketing, Hochdorf; Bühlmann Christa, Luzern, Heggli Reisen weltweit, Kriens; Burkhalter-Hunziker Ursula, Bern, Meister Carreisen, Thun; Collenberg Jeanette, Unterägeri, Head Switzerland, Baar; Denzler Christine, Zürich, Linguisa Sprachaufenthalte, Zürich; Drechsler Franziska, Basel, AKM AG, Basel; Eggenberger Judith, Wädenswil, Hotel Zugertor, Zug; Egger Denise, Winterthur, Swissport Schweiz AG, Zürich-Flughafen; Eigenmann Linda, Zürich, TQ3 Travel Solutions Suisse AG, Zürich; Eugster

Nicole, Bern, SBB AG, Bern; Fahrentrapp Yvonne, Zürich, Dubs Konzepte AG, Zürich; Ferreira Garcia Susana, Frauenfeld, Hotelplan, Glattbrugg; Fonseca Angelo, Uster, Falcon Travel AG, Zürich; Gätz Angela, Winterthur, Hotelplan, Glattbrugg; Gerschweiler Isabelle, Zürich, Kuoni Travel Ltd., Zürich; Graf Florian, Luzern, hotelguide.com AG, Sursee; Grimm Corinne, Effretikon, TUI Suisse Ltd., Zürich; Hedinger Silvan, Baar, Luzern Tourismus AG, Luzern; Heil Sandra, Bern, Hotel Stadthaus AG, Burgdorf; Herter Sonja, Turbenthal, Bischofberger Info-Reisen, Zürich; Herzog Yvonne, Horgen, BTL Switzerland Ltd., Zürich; Hirschi Judith, Luzern, The Hotel, Luzern; Jenny Christian, Leisigen, Lindner Grand Hotel Beau Rivage, Interlaken; Jörg Sabrina, Bern, Bern Tourismus, Bern; Kaufmann Nicole, Kriens, RailAway AG, Luzern; Kleeb Reto, Zürich, Kuoni Travel Ltd., Zürich; Krebs Barbara Magdalena, Sumiswald, Lingua.Net, Bern; Lanz Angela, Wilderswil, Berner Oberland-Bahnen AG, Interlaken; Leuber Jérôme, Zürich, Air France, Glattbrugg; Lechmann Cornelia, Bülach, FIFA Travel GmbH, Zürich; Lieberherr Vroni, Wädenswil, Schweiz. Reisebüroverband, Zürich; Loureiro-Trachler Claudine, Küssnacht, Salina Tours, Zürich; Ludescher Rebecca, Biglen, Hotel sedartis, Thalwil; Lüscher Isabelle, Winterthur, Globetrotter Travel Service, Zürich; Maksimovic Mirjana, Neuenhof, Passepartout, Zürich; Meier Martina, Nussbaumen, SAN GmbH, Roggwil; Metzger Markus, Pfäffikon ZH, SBB AG, Pfäffikon; Meyer Daniela, Meggen, Luzern Tourismus AG, Luzern; Müller Gabriel,

Küssnacht ZH, Srilankan Airlines, Zürich; Oberholzer Daniela, Ebikon, Bike Adventure Tours GmbH, Affoltern a. A.; Poloni Sandra, Muttenz, Ferieninsel Swissexpress, Oberwil; Portmann Majia, Reinach, domino event Sàrl, Herisau; Rätzer Nadja, Gipf-Oberfrick, Komiti Saga Reisen AG, Baden; Rauber Beat, Gipf-Oberfrick, SBB Bahnreisenzentrum, Baden; Roesti Eveline, Dietikon, SBB AG, Zürich; Rosch-Mosimann Anita, Willisau, Regionalverkehr Mittelland AG, Burgdorf; Rügge Thomas, Basel, Active Event, Therwil; Saad Rabea, Weggis, Weggis Vitznau Rigi Tourismus, Vitznau; Schaller Sonja, Kolliken, Finnlandia-Reisen, Zürich; Schultheiss Lukas, Zürich, Hotelplan, Glattbrugg; Seelhofer Michael, Schaffhausen, American Express Int. Inc., Zürich; Steimen Karin, Windisch, SBB Reisebüro, Brugg; Streiff Gabriela, Dübendorf, Thür Lingua AG, St. Gallen; Teleki Claudine, Zürich, Sky Tours AG, Zürich; Tessaro Monika, Oberwil ZG, Nüssli Special Events, Zürich; Thomann Fabienne, Aeschi, railtour suisse sa, Bern; Ukatz Stephanie, Land-schlacht, Kuoni Reisen AG, Zürich; Vogelsanger Fabienne, Bülach, Hotelplan, Glattbrugg; Werber Bettina, Dübendorf, Hotelplan, Glattbrugg; Wirth Franziska, Baar, Zug Tourismus, Zug; Wirth Mirjam, Luzern, Luzern Tourismus AG, Luzern; Wüthrich Bettina, Hasliberg Reuti, Alpen Region Brienz-Meiringen-Hasliberg, Hasliberg; Wyss Brigitte, Engelberg, Hotel Waldegg Engelberg; Zimmermann Christine, Bern, Regionalverkehr Mittelland AG, Burgdorf; Zweifel Marco, Oberentfelden, Kuoni Reisen AG, Zürich.

GLOSSE

Messerli

Hanspeter Gsell*

■ Seit Harry Messerli – 48 und Wirt im Klöntal – von seiner Tante ein beträchtliches Vermögen geerbt hat, ist er im globalen Messegeschäft tätig. Er ist so eine Art hauptberuflicher Messebesucher. Dank einer geschickten Jahresplanung verbringt er das Jahr an den schönsten Orten dieser Welt. Und dank einer noch geschickteren Steuerplanung und ausgeklügelten Spesenabrechnungen verdient er dabei auch noch einen Batzen Geld.



Das Jahr beginnt Messerli üblicherweise mir einem Besuch im Emirat Sharjah. Hier besucht er die «International Food Technology Show», reitet mit Kamelen durch die Wüste und lässt es sich auch sonst gut gehen. Anschliessend reist er zur jährlichen Besteigung des Kilimandjaro nach Afrika. Dort nämlich findet die «African Fine Coffee Exhibition» statt. Nicht dass sich Hämmerli für Kaffee interessieren würde. Aber was nimmt man nicht alles in Kauf! Am nächsten Tag fliegt er weiter an den Strand von Waikiki (Hawaii), lässt sich zuerst den Muskelkater auskurieren und besichtigt, pro forma und für ein knappes halbes Stündchen, die «Hawaii Lodging, Hospitality & Foodservice Expo». Im September zieht es ihn zum Tauchen nach Australien und zu einem Kurzbesuch der «Good Food & Wine Show» nach Brisbane. Samba tanzt Hämmerli regelmässig nach der «Seafood Expo Latin America» in São Paulo. Und nie vergisst er die «Expo Hotel Cancun» in Mexiko. Seine Ferien verbringt er allerdings in Mauritius. Denn dort findet immer gleichzeitig – und erst noch in seinem Lieblingshotel, dem «Radisson Plaza Beach Resort» – die AITEC statt. Hier trifft er sich regelmässig mit seinem Zahnarzt und seinem Steuerberater beim Kongress der Urologen. Bei einem gemütlichen Schieber am Swimmingpool gibt's dann wieder das Neueste aus der Prostata-Forschung.

Während des Sommers residiert er übrigens in Mandaluyong City (Philippinen), wo er öfters an der «Coffee, Tea & Specialty Beverage Show» gesehen wird. Noch ist nicht sicher, ob Hämmerli zur IGEHO nach Basel kommt. In Tahiti findet nämlich gleichzeitig eine grosse Kokonuss-Messe statt.

* 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 14
Adrian K. Müller | Wagt den Schritt in die Selbstständigkeit – vom Hotel Shangri-La in Bangkok zum Hotel Stern in Chur.



GASTRONOMIE 15
Nespresso | Die Nestlé Nespresso SA wird weltweit wichtigster Kaffeelieferant der 440 Relais & Châteaux-Hotels.



TOURISMUS 18
Kleine historische Städte | Bad Ischl mit der Kaisertherme zählt zur österreichischen Städtegruppe mit Hauptfokus Schweiz.



«The Omnia Mountain Lodge»

Wettbewerb für Nachwuchs-Réceptionisten

Leu geht – Stalder kommt

■ Das Zermatter Hotel der Familien Schärer, Besitzer des Berner Büromöbelunternehmens USM, steht unter einem schlechten Stern. Die Konzeptverantwortlichen Hans C. Leu und Martin Emch haben das Handtuch geworfen. Nun springt Adrian Stalder ein.

Christine Künzler

Ursprünglich hatten die Familien Paul und Alexander Schärer den Zermatter Künstler Heinz Julien beauftragt, das «Into The Hotel» zu entwerfen. Die Besitzer liessen das spektakuläre Hotel kurz nach seiner Eröffnung im Jahr 2000 aber gleich wieder schliessen: aus Sicherheitsgründen – infolge baulicher Mängel. Im Frühling 2004 dann bekamen Hans C. Leu und Martin Emch die Konzeptverantwortung übertragen. Das Haus wurde abgerissen und neu gebaut, hiess erst «The Matter», wurde dann auf «The Omnia» umgetauft und wird neu mit «Mountain Lodge» ergänzt. Hoteldirektorin war bis jetzt Chantal Bittel. Im Winter 2005 hätte das neue Garni-Hotel eröffnet werden sollen. Nun lassen Schärer mitteilen, dass der Direktorin gekündigt worden ist und sich Hans C. Leu und Martin Emch zurückgezogen haben; neuer Konzeptverantwortlicher ist Adrian Stalder, der zuletzt das Park Hotel Delta in Ascona geführt hat. Über die Gründe für seinen Rückzug spricht Leu nicht.

Adrian Stalders Schritt in die Selbstständigkeit

Wie das neue Konzept dereinst aussehen wird, ist weder dem Pressecommuniqué zu entnehmen, noch von Stalder zu erfahren. Er hat, wie er sagt, ein gutes Gefühl: «Zermatt ist ein super Standort und das Haus ist sehr gut positioniert. Aus 16 Suiten hat der Gast Blick auf das Matterhorn.» Unter diesen Voraussetzungen lasse sich ein Hotel auf jeden Fall zum Erfolg bringen.

Dass sich Leu, sein ehemaliger Lehrmeister, aus dem Projekt zurückgezogen hat, stört ihn nicht: «Er macht vielleicht jetzt einem Jüngeren Platz. So hat er es ja im Hotel auch gemacht.» Für Stalder ist es sein «erster Schritt in die Selbstständigkeit». Er habe noch andere ähnliche Projekte übernommen. Ein Hotel leiten, sagt er, wolle er – in der nächsten Zeit zumindest – nicht mehr. «Meine Erfahrung zeigt, dass Verwaltungsräte eher ausführende Direktoren suchen. Mitdenken ist nicht gefragt. Doch ich arbeite gerne strategisch.»

■ Wer ist die oder der beste im Land? 11 Nachwuchs-Réceptionisten von 4- und 5-Sterne-Hotels massen sich in Interlaken. Der Beste, der Quereinsteiger Mark-Frank Winkelmann, darf nun die Schweiz im Januar 2006 am internationalen Wettbewerb in London vertreten.

Christine Künzler

Die Fragen, welche die elf Nachwuchs-Réceptionisten von den sechs Jurymitgliedern am Wettkampf zu beantworten hatten, waren teilweise anspruchsvoll. «Was machen Sie, wenn der Kunde mit den Dienstleistungen des Hotels nicht zufrieden ist? Oder: «Wie unterscheidet sich Upgrading von Upselling? Knifflig war auch die mittels eines Rollenspiels simulierte Situation an der Réception: eine etwas komplizierte Kundin im Gespräch mit der Réceptionistin wurde von einem aufgebrachten Gast ständig unterbrochen. Keine einfache Situation, die es zu meistern galt.

Alle elf jungen Berufsleute gaben ihr Bestes an der Bucherer-Trophy, die die Amicale Internationale des Sous-Directeurs et Chefs de Réception des Grands Hôtels (AICR) am Wochenende im «Victoria-Jungfrau» in Interlaken durchgeführt haben. Jury-Mitglied Dagmar Weber (Direktorin Arabella Sheraton Hotel Waldhuus in Davos): «Es waren alle Kandidatinnen und Kandidaten gut. Ich würde alle einstellen.» Einer war aber ein klein wenig besser als die andern: Mark-Frank Winkelmann, Réceptionist im «Victoria-Jungfrau». Am jährlich stattfindenden Wettbewerb teilnehmen können Réceptionistinnen und Réceptionisten, deren Arbeitgeber Mitglied des AICR sind.

Die ersten drei Kandidaten lagen nahe beieinander

Für den 2. Platz qualifizierte sich Jean-Pascal Bernet (Grand Hotel Quellenhof in Bad Ragaz), und den 3. Platz erreichte Astrid Lehmann (Mandarin Oriental Hôtel du Rhône in Genf). Die drei erhielten je einen Bucherer-Gutschein, im Wert von 1500, 1000 oder 500 Franken. Alle Teilnehmenden bekamen zudem einen Gutschein für Übernachtungen in einem AICR-Mitgliedhotel. Der Erstplatzierte wird die Schweiz im Januar 2006 im internationalen Wettbewerb in London vertreten. Dort messen sich die jeweils besten Nachwuchs-Réceptionisten der 13 Länder, in denen AICR vertreten ist.



■ Die drei besten Nachwuchs-Réceptionisten. An der Siegerehrung im «Victoria-Jungfrau»: (von links) Jean-Pascal Bernet, 2. Preis; Astrid Lehmann, 3. Preis und Mark-Frank Winkelmann, 1. Preis.

Foto: Christine Künzler

Die Jury machte sich den Entscheid nicht einfach, lagen doch der Erst- und der Zweitplatzierte ganz nahe beieinander. Letztlich sind es Kleinigkeiten, die Winkelmann zum Sieg verholfen haben. Denn bewertet werden nicht nur das Rollenspiel und das Fachwissen, sondern auch die Bewerbungsunterlagen für die Bucherer-Trophy und die Art und Weise, wie sich jede Kandidatin und jeder Kandidat in der halbstündigen Prüfung präsentieren. Da geht es um Softfaktoren wie Selbstdarstellung, Freundlichkeit und Ausstrahlung. «Winkelmann hat sich am besten von allen präsentiert, seine Motivation, in der Hotellerie zu arbeiten, ist super. Und er hat eine positive Ausstrahlung sowie ein sicheres Auftreten», begründet AICR-Präsident Markus Müller (Vizedirektor «Quellenhof») den Jury-Entscheid. Dass gerade zwei Herren an der Spitze sind, sei doch erstaunlich und noch nie dagewesen, sagt Müller.

Das Niveau der Kandidatinnen und Kandidaten entspreche in etwa demjenigen des Vorjahrs. Müller machte «zwei Lager» aus: «Vier Kandidaten waren sehr stark und lagen nahe beieinander, die anderen fünf waren etwas im Hintertreffen.»

Ein Deutscher vertritt die Schweiz in London

Der aus Deutschland stammende Mark-Frank Winkelmann hats also geschafft. Die Freude und die Überraschung standen ihm ins Gesicht geschrieben: «Ich hätte nie gedacht, dass ich gewinnen könnte», sagt er. «Ich war froh, überhaupt an der Ausscheidung teilnehmen zu dürfen.» Er sei nämlich ein Quereinsteiger und arbeite erst seit März dieses Jahres an der Réception. Vorher war er als Kellner tätig. «Er war auch unser bester Kellner», stellt Fredi Daumüller, Vizedirektor des «Victoria-Jungfrau» klar. «Es ist für mich eine grosse Ehre, als Deutscher in der internationalen Ausscheidung die Schweiz vertreten zu dürfen», sagt Winkelmann. «Ich werde dort mein Bestes geben.» Er träume, verrät er, natürlich schon von einem «vorderen Platz. Doch ich darf nicht enttäuscht sein, wenn es nicht klappt. Das wichtigste ist ja, dabei sein zu dürfen.»

«Mit diesem Preis fühle ich mich für meine Arbeit an der Réception bestätigt», fasst Winkelmann zusammen. Die Arbeit dort gefalle ihm, denn er liebe den Kontakt mit Menschen. «Es ist für mich eine Freude, jeden Tag mit Menschen kommunizieren und ihre Wünsche erfüllen zu dürfen, um ihnen einen unvergesslichen Aufenthalt zu ermöglichen.» Es sei besonders spannend, «vom Otto Normalverbraucher bis zum VIP» alle Gäste betreuen zu dürfen. «Und dann noch dafür zu sorgen, dass das Hotel genügend Umsatz schreibt», fügt er bei. Auch wenn er seine Arbeit an der Réception liebt, sieht er seine berufliche Zukunft doch an einem anderen Ort: «Ich möchte eine eigenes kleines Hotel haben. Am liebsten in Darmstadt, woher ich stamme und wo meine Eltern leben.» Doch vorerst bleibt er noch in der Schweiz. Fünf Jahre Schweiz, hat er sich vorgenommen.

Die Jurymitglieder: Peter B. Grossholz (hotellerie-suisse); Sandra Dissertori (Chef de Réception, «Lago di Lugano»); Oliver Lambert (EHL); Caroline Dufey (Gewinnerin 2004); Markus Müller (Vizedirektor «Quellenhof» Bad Ragaz); Dagmar Weber (Direktorin Arabella Sheraton Hotel Waldhuus Davos).

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

Es muss doch nicht alles so kompliziert sein.

igeho
Halle 2.1 Stand D50

rebagdata
hotel management solutions
8813 Horgen • Phone +41 44 711 74 10 • www.rebag.ch

protel

La qualità è servita

ippergros
www.ippergros.ch

«DIE HOTELA DENKT BRANCHENSPEZIFISCH. DIE LEUTE WISSEN, WURUM ES GEHT.»

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

WWW.HOTELA.CH

Besseres Ergebnis erwartet

■ **Accor.** In den ersten neun Monaten des Jahres 2005 erzielte die Accor-Gruppe einen Umsatz von 5,6 Mrd. Euro. Dies entspricht einem Zuwachs von 7,2 Prozent gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum. Bei konstantem Portfolio und bereinigt um Wechselkurseinflüsse, betrug das Umsatzplus in der Berichtsperiode 4,9 Prozent. Der Umsatz der Mittel- und Luxushotellerie stieg in den ersten neun Monaten 2005 im Vergleich zur Vorjahresperiode um 2,6 Pro-

zent auf 2,1 Mrd. Euro. In der gleichen Periode erreichte die Economy-Hotellerie ausserhalb der USA eine Umsatzsteigerung von 9,5 Prozent auf 1,0 Mrd. Euro und die Economy-Hotellerie in den USA von 1,3 Prozent auf 0,7 Mrd. Euro.

Die Accor-Gruppe hält an den Jahreserwartungen fest und prognostiziert ein Ergebnis vor Steuern zwischen 590 und 610 Mio. Euro (+15 bis 20%) und einen Jahresüberschuss in der Höhe von 300 Mio. Euro (+30%). *DST*

Ende einer Ära

■ **Park Hotels Waldhaus AG.** Hans Rudolf Wyss aus Brugg verstärkt sein Engagement bei der Park Hotels Waldhaus AG in Flims und übernimmt die Aktien der Familien Frischknecht, Nussli und Semadeni, den Nachkommen der Familie Bezzola, die über Generationen die Geschichte des Hauses lenkte. Für das Aktionariat der Park Hotels Waldhaus AG geht mit diesem Schritt eine Ära zu Ende. An der GV im April 2006 soll Wyss zur Wahl in den Verwaltungsrat vorgeschlagen werden. *DST*

Im Oktober deutlich weniger Schweizer Gäste

■ **Basel-Stadt.** Im Oktober wurden in den Basler Hotels 69.591 Logiernächte gezählt. Das sind 3,1 Prozent weniger als im entsprechenden Vorjahresmonat. Das Ergebnis liegt jedoch 13,2 Prozent über dem Mittel der letzten zehn Jahre.

Die ausländische Nachfrage übertraf mit 50.170 Logiernächten den Vorjahresstand um 6,1 Prozent. Den höchsten Zuwachs unter den Nationen mit hohem Besucheraufkommen brachten die deutschen Gäste (+12,5%). Weiter

hat sich seit der Lancierung der Billigflüge am Euroairport nach Barcelona und Madrid, aber auch nach Alicante und Malaga, die touristische Nachfrage aus Spanien markant erhöht (+107,4%). Deutlich mehr Gäste als vor Jahresfrist kamen auch aus den USA (+10,9%). Eine nennenswerte Abnahme des Reiseverkehrs wurde bei der britischen Kundschaft (-13,6%) beobachtet. Sie bildet mit einem Anteil von rund 13 Prozent aller Ausland-Logiernächte nach den Deutschen das zweit-

grösste ausländische Gästekontingent.

Beim Binnentourismus wurde gegenüber Oktober letzten Jahres ein Rückgang von 20,9 Prozent beobachtet. Dies wird in erster Linie auf den Wegfall von Gästen in Zusammenhang mit der Tutanchamun-Ausstellung zurückgeführt.

Seit Jahresbeginn verbuchten die Basler Hotelbetriebe insgesamt 653.036 Logiernächte, was einer Abnahme von 3,9 Prozent entspricht. *DST*

Romantik-Hotel Stern, Chur

Adrian K. Müller: «Jetzt oder nie»

■ Der seit 14 Jahren in Asien tätige Hotelmanager Adrian K. Müller wagt den Sprung in die Selbstständigkeit. Er kaufte das Romantik-Hotel Stern in Chur.

Daniel Stampfli

«Ich kenne das Hotel seit meiner Kindheit, denn ich wuchs in rund 200 Metern Entfernung davon auf.» So umschreibt Adrian K. Müller (41), zurzeit General-Manager im Shangri-La Hotel in Bangkok, seine Beziehung zu dem von ihm kürzlich erworbenen Romantik-Hotel Stern in Chur. Müller hatte auch seine Lehre im «Stern» absolviert. Schon vor über zehn Jahren, als der damalige Eigentümer Milo Pfister den «Stern» verkaufte, «wurmt es mich etwas, denn ich war zur damaligen Zeit noch zu jung und hatte auch kein Geld».

Hotelbesitz war nie das Ziel seiner Karriere

Als das Hotel im vergangenen Jahr in den Besitz der Graubündner Kantonalbank überging, kam für Müller der Moment, als er sich sagte: «Jetzt muss ich alles daran setzen, dass wir das Hotel akquirieren können.» Er hatte nie geplante gehabt, jemals ein Hotel zu erwerben. Auch habe er nie daran gedacht, wieder in der Schweiz zu arbeiten. «Aber ich stand plötzlich vor der Situation, in der ich mir sagte: jetzt oder nie». Kam Müller zu einem Schnäppchen? «Ein Schnäppchen wäre es für jemanden mit viel Geld gewesen», sagt der neue Hoteleigentümer, der den Betrieb zusammen mit Béat P.

Zeller erworben hat. Zum Kaufpreis will sich Müller nicht äussern. Darüber ist Stillschweigen vereinbart worden.

Adrian K. Müller lebt und arbeitet schon seit 14 Jahren in Asien, davon 4 Jahre im Shangri-La Hotel in Bangkok. Insgesamt war Müller zehn Jahre für die Shangri-La-Gruppe (Philippinen, China, Thailand) tätig. Der Schritt von Asien in die Schweiz ist für ihn weniger bedeutend als der Schritt in die Selbstständigkeit. «Auf diesen Wechsel freue ich mich ganz besonders.»

Müller ist überzeugt, dass er von seinen in Asien gemachten Erfahrungen in Chur wird profitieren können. «Der konstante Hunger nach Business ist in Asien gewaltig.» Entsprechend sind auch das Wachstum und die Schnelllebigkeit interessant. «So kann ich sicher vom Geschäftlichen her einiges mitnehmen. Gelernt habe ich in Asien auch den Umgang mit Leuten und das Networking.» Dies wird in der asiatischen Kultur ausgesprochen gepflegt. «Ich hoffe natürlich, dass mir diese Erfahrungen im «Stern» helfen werden», so Müller.

Küche und Service auf Vier-Sterne-Niveau

Bereits Ende November vollzieht Adrian K. Müller den Umzug von Bangkok nach Chur, obwohl die eigentliche Übernahme des Hotels Stern per 1. Januar 2006 stattfindet. Als Vorbereitung hat er bereits eine Standortbestimmung vorgenommen. «Wir haben angeschaut, was in der Vergangenheit gemacht wurde.» Viele Ideen hat sich Müller im Sinne einer Aktivitätenliste notiert. Seit vier Monaten wird an der Optimierung der Website gearbeitet.



■ Bald zurück in Chur: Adrian K. Müller kehrt Ende Monat von Bangkok nach Chur zurück, wo er ab 1. Januar 2006 das von ihm erworbene Hotel Stern führen wird. Der Buick aus dem Jahre 1933 soll dem Gästetransport dienen. *Fotos: zvg*

Diese soll zum Start per 1. Januar 2006 neu aufgeschaltet werden.

Die Ausrichtung des Hotels Stern als traditionelles Bündner Hotel will Müller beibehalten, allenfalls noch verstärken. Eine Verfeinerung strebt er beim kulinarischen Angebot an. Denkbar ist auch eine Verbesserung beim Zimmer-

Angebot, «wo wir nicht mehr ganz up-to-date sind». Ob der Betrieb mit 3 oder 4 Sternen klassifiziert ist, erachtet Müller als sekundär. «Das Rating macht eigentlich der Gast. Ganz sicher soll aber bezüglich der Service, Küche und Gastfreundlichkeit ein Vier-Sterne-Produkt präsentiert werden», so Müller. Beson-

ders stolz ist er auf einen «Buick» aus dem Jahre 1933, der damals Milo Pfister gehört hatte. Es ist ihm gelungen, diesen Oldtimer aufzustöbern und für das Hotel zurückzukaufen. Dieser soll für Gästetransporte eingesetzt werden; es sei ein wichtiges USP. «Ich freue mich jetzt schon, damit herumzufahren.»

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 HOTELLERIE & RESTAURATION

Telefon 0844 88 44 24
 www.gastroconsult.ch

KURZ UND BÜNDIG

Bund entlastet «Bellevue»

■ Die Eidgenossenschaft will der Hotel Bellevue Palace AG in Bern Grund und Boden abkaufen. Gemäss «Sonntagszeitung» sollen die 3296 Quadratmeter Boden 19 Mio. Franken kosten. Der Verkauf des Grundstücks ermöglicht der AG, die Hypothekarschuld von heute rund 50 Mio. Franken markant abzubauen. Wie Peter Siegenthaler, Direktor der Eidg. Finanzverwaltung und VR-Präsident der Hotel Bellevue Palace AG, früher gegenüber der htr erklärte, schlagen sich Abschreibungen und Zinsen jährlich mit rund 4,7 Mio. Franken in der Erfolgsrechnung nieder. Mit dem Kauf von Grund und Boden durch den Bund soll das «Bellevue» die Hypothekarschuld abbauen und die Bilanzstruktur verbessern können. Im Jahre 2002 waren 41 Mio. Franken in den Umbau des Hotels Bellevue investiert worden. *DST*

Studie zur Hotelwahl

■ Geschäftsreisende bevorzugen Hotelketten auf Grund der Verlässlichkeit der gleichen Standards und Niveaus sowie der grossen Flächendeckung und Verfügbarkeit dieser Marken. Dies geht aus einer europaweiten Studie zur Ermittlung des Reiseverhaltens hervor, welche Choice Hotels Europe durchgeführt hat. Ein entscheidender Faktor für die Hotelwahl sei die Lage des Hauses: 77 Prozent der befragten Geschäftsreisenden gaben an, ein Hotel auf Grund der Lage zu wählen. Im Freizeitbereich gaben 66 Prozent der Reisenden an, sich wegen des Preises für ein Hotel zu entscheiden. Für 63 Prozent der Befragten ist ein weiterer wichtiger Grund die Lage des Hotels. Das Comfort Inn Royal in Zürich, ein Choice-Hotel, hat das neue Comfort-Branding umgesetzt. Das Hotel erstrahlt in einem frischen Aussehen u.a. mit neuer Plakette am Eingang. *DST*

LESEBAR

Mehr als nur Rezepte

■ Man ist gerne und ausgiebig, und selbstverständlich redet man auch gerne und ausgiebig über alles, was den Gaumen und den Magen zu erfreuen vermag. Die Rede ist vom Piemont.



Diesen Vorlieben trägt «I sapori del Piemonte» Rechnung. Von den «Antipasti» über «Il tartuffo bianco» bis zum Grappa führt das Kochbuch auf informative und unterhaltsame Weise durch ein piemontesisches Mahl. «Seit Generationen», ist im Vorwort nachzulesen, «hat man es im Piemont verstanden, in der Küche den Beschränkungen des Speisezettels mit kreativer Fantasie ein Schnippen zu schlagen.» Aus dem Fundus der regionalen Küchentradition hat der Autor 80 Rezepte ausgewählt. Angereichert wird die gastronomische «Tour d'horizon» mit kulturgeschichtlichen Hintergrundinformationen, Ausführungen zu typischen Produkten und einem Verzeichnis mit kommentierten Restaurantempfehlungen. MD

Rudolf Trefzer, I Sapori del Piemonte, Rezepte und kulinarische Geschichten aus piemontesischen Küchen, AT Verlag, ISBN 3-03800-242-9, Franken 49.90.

Relais & Châteaux

Nespresso steigt dick ein

■ Statt Voll- und Halbautomaten nur noch «Nespresso» in den Relais & Châteaux-Hotels? Eine entsprechende Vereinbarung wurde unterzeichnet.

Gudrun Schlenczek

Nestlé Nespresso SA und die führende Vereinigung privat geführter Luxushotels «Relais & Châteaux» gaben am Dienstag den Abschluss einer globalen «Preferred-Partnership»-Vereinbarung bekannt. «Die Nespresso-Produktpalette garantiert, dass wir den Gästen jederzeit perfekten Kaffee anbieten können», so Régis Bulot, Internationaler Präsident von Relais & Châteaux. Ob nun wirklich alle Mitgliedshotels verpflichtet sind, den perfekt portionierten Kaffee in ihr Sortiment aufzunehmen, ist bei den Schweizer Hotels noch unklar. Das von der hotel+tourismus revue angefragte «Giardino» in Ascona hatte auf jeden Fall von der Vereinbarung noch gar nichts vernommen.

Sponsorenverträge schreiben Einkauf vor

Falls die Vereinbarung so ausfällt wie mit den anderen Vertragslieferanten und Sponsoren, müsste jedes Haus Nespresso-Kunde werden. Die weltweit 440 Relais & Châteaux-Hotels sind beispielsweise verpflichtet, von jeder Champagner-Luxusmarke, mit der eine Partnerschaft besteht, mindestens zwei Qualitäten im Sortiment zu führen –



■ Nespresso statt Vollautomat? Nespresso-Pods liefern ein erstklassiges Ergebnis in der Tasse. Dafür sind die Warenkosten auch ein Mehrfaches. Foto: zwg

ob sich die Produkte als Lagerhocker herausstellen oder nicht. Die Champagnermarken müssen zudem auf Wein- und Barkarte beworben werden.

Im «Giardino» in Ascona kann man sich das Nespresso-System kaum für die Gastronomie vorstellen, höchstens im Seminar- oder Zimmerbereich. Schliesslich sind Schlagkraft, Ausstoss und Technik nicht mit professionellen Vollautomaten vergleichbar. So bieten die «Nespresso-Professional»-Maschinen weder einen zweiten Auslauf noch eine integrale Milchlösung oder Festwasseranschluss. Das könnte sich aber

ändern: Im Frühjahr 2006 soll eine neue Maschinengeneration lanciert werden. Die Preise pro Nespresso-Kapsel betragen für die Gastronomie 46 Rappen pro Stück respektive Tasse (Fr. 23.– für 50 Stück). Nespresso Professional zählt heute 200 000 Kunden.

Nespresso und Relais & Châteaux haben weiter eine «Corporate Retreat Trophy» ins Leben gerufen, mit der herausragende Leistungen bei der Organisation und Durchführung von Manager-Seminaren und Firmen-Events ausgezeichnet werden sollen. Dieser Preis soll jedes Jahr verliehen werden.

KURZ UND BÜNDIG

Rabattsysteme im Vormarsch

■ Die Rabattsysteme «Fifty-Fifty», ein System des Schweizer Franchisenehmers von «free dreams», und «2ndfree» können sich über Zulauf nicht beklagen: Beide zählen in ihren Führern bereits um die 180 Restaurants und garantieren bei Vorlage des Gutscheins zwei Personen einen 50-Prozent-Rabatt aufs Essen. Während bei 2ndfree der Kunde pro Restaurant und Jahr das Angebot nur einmal nutzen kann, wirbt Fifty-Fifty neu mit einem Jahresabo ab 150 Franken, mittels dessen der Gast das ganze Jahr zum halben Preis speisen kann. Das könnte ein Grund sein, warum bei 2ndfree auch Gourmetlokale mitmachen. GSG

www.2ndfree.ch; www.50-50.ch

SV catert neu im Leutschenbach

■ Im Zuge von Umbauarbeiten wurde die Mitarbeitergastronomie von SF DRS in Zürich neu ausgeschrieben. Der Zuschlag ging letzten Freitag an SV Schweiz in Dübendorf. SV Schweiz löst per Februar 2006 die Compass Group (Schweiz) AG ab, die unter der Marke «Creative Gastro» bis anhin für das leibliche Wohl im Leutschenbach sorgte. Das Mandat ist an einen Mietvertrag über fünf Jahre gekoppelt. Der Auftrag beinhaltet drei Outlets: Marktplatz, Cafébar mit Lounge sowie das bediente Restaurant Showbiss. GSG

Anzeigen

Cafitesse
professional coffee system

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

... mehr als nur Kaffee!

- Kaffeemaschinen
- Kaffeespezialitäten
- Beratung und Service

DOUWE EGBERTS

- Bohnenkaffee von bester Qualität
- Schnelle Kaffeezubereitung nach Bedarf
- Keine Verluste an Kaffee und Aroma
- Maschine(n) leihweise (verbrauchsabhängig)

repa
COFFEE SYSTEMS

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

Von Starkoch Andreas C. Studer empfohlen. Seit meiner Kochlehre verwende ich Qualitäts-Messer von Victorinox.

Profimesser

Gönnen Sie sich in der Küche die Qualität der Profis

Berufsmesser und Kochkoffer, in diversen Grössen und Ausführungen, von Victorinox dem Hersteller der weltberühmten Swiss Army Knives. Hohe Schmitthaltigkeit und erstklassige Stahlqualität sind die herausragenden Merkmale der Victorinox-Produktepalette.

Haushaltmesser

Metzgermesser

Kochkoffer

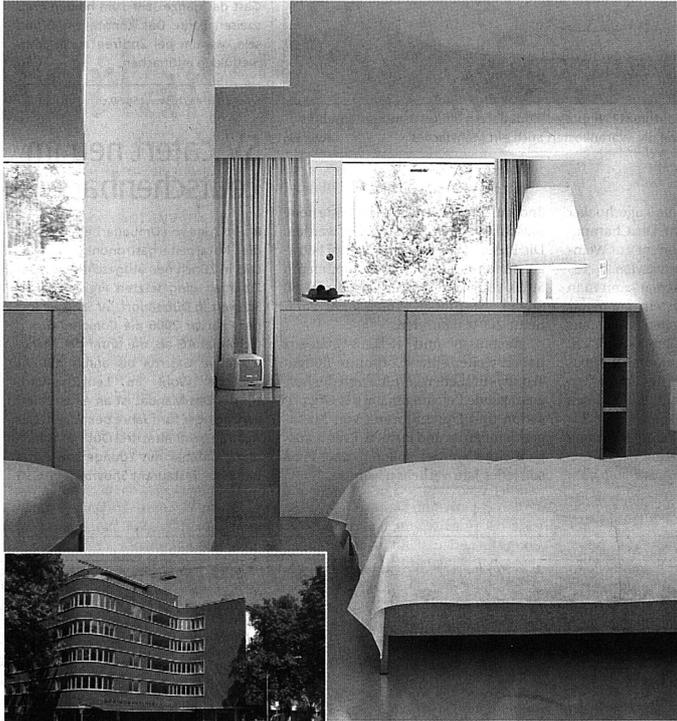
VICTORINOX

CH-6438 Ibach-Schwyz, Switzerland
Tel. ..41 41 81 81 211, Fax ..41 41 81 81 511, info@victorinox.ch, www.victorinox.com

Gute Hotels bringen traditionelle Gastlichkeit und innovatives Management auf einen ökonomischen Nenner. Zum Beispiel mit dem Mietwäsche-Vollservice.

Immer mehr Hotels delegieren ihr komplettes Wäschemanagement an die Schwob & Co. AG. Von der effizienten Zusammenarbeit mit einem einzigen Vertragspartner kann das Hotel nur profitieren. Denn im Gegensatz zur eigenen Lingerie kann es mit variablen Kosten pro Kilo Wäsche rechnen. Fixkosten für Personal und eigene Wäsche fallen

beim Mietwäsche-Vollservice weg. Die Gäste bemerken keinen Unterschied. Sie erleben einfach Tisch-, Bett- und Frottierwäsche von ausgesuchter Spitzenqualität. NANO-Technologie revolutioniert jetzt auch die Gastrotexilien. Schwob überzeugt mit neuartiger Wäsche, die erstaunliche Eigenschaften aufweist.



Hotel Greulich, Zürich: Komfortable Bettwäsche in gediegener Umgebung



Hotel Allegro Grand Casino Kursaal, Bern: Höchster Schlafkomfort für die Gäste



Hotel Arabella Sheraton Vitznauerhof, Vitznau: Kultivierte Tischwäsche für eine kultivierte Küche



Innovative Hoteliers arbeiten nach dem Prinzip der Optimierung: höchste Leistung dem Gast gegenüber bei möglichst geringen Kosten. Wäsche sollte nur dann Kosten verursachen, wenn sie auch gebraucht wird. Genau dies ist beim Mietwäsche-Vollservice der Fall. Keine Kapitalbindung durch gekaufte Wäsche und keine hohen Fixkosten durch teures Personal wie bei der eigenen Lingerie. Die Wäsche wird zu fairen Konditionen und von A bis Z von Schwob gemanagt. Der Mietwäsche-Vollservice von Schwob: ein ausgezeichnetes Beispiel dafür, wie ein traditionsreiches Unternehmen innovative und kundenorientierte Lösungen anbieten kann.

Die optimale Dienstleistung für kostenbewusste Hoteliers

Anstatt Personal, Infrastruktur und Administration zu finanzieren, einfach die Investition über den Kilopreis gewaschener Wäsche amortisieren. Das ist das überzeugende Prinzip des Mietwäsche-Vollservice. So kann jedes Hotel einiges pro Jahr einsparen. Eine eigene Lingerie, die nicht zuletzt viel Platz beansprucht, wird völlig überflüssig. Das entsprechende Kapital kann für Wichtigeres eingesetzt werden, und die Kosten der Übernachtung lassen sich optimal kalkulieren.

Schwob managt die Wäsche kompetent

Vom Abholen der schmutzigen Wäsche über den Waschprozess in einer renommierten Wäscherei bis hin zum Rücktransport und zur Feinverteilung auf verschiedene Etagen und Abteilungen: Mit dem Mietwäsche-Voll-

service von Schwob ist der komplette Job erledigt. Vielbeschäftigte Hausdamen haben wieder mehr Zeit für anderes.

Wäsche «à la carte»

Bett- und Tischwäsche von Schwob wird nach den Wünschen des Hotels auf ultramodernen Jacquard-Webmaschinen hergestellt und zirkuliert ausschliesslich im Hause des Kunden. Auch die Frottierwäsche ist von Spitzenqualität und wird nur an ein einziges Hotel vermietet. Das Einweben eines Logos oder Emblems ist ohne weiteres möglich.

Noch mehr Effizienz durch weniger Gewicht

Bettwäsche von Schwob ist bis zu 25% leichter. Trotzdem bleibt sie sogar länger neuwertig, weil mehr Schuss- und Kettfäden eingewoben werden. Die Gäste schätzen den ausgezeichneten Schlafkomfort. Der Direktor profitiert von Kilos, die er nicht bezahlen muss.

Revolutionäre Tischwäsche mit NANO-Technologie

Die NANO-Struktur bildet einen unsichtbaren Schutzschild auf dieser Wäsche. So werden die Abweisungseffekte gegen Wasser, Öl und Schmutz und die Widerstandsfähigkeit gegen mechanischen Abrieb dramatisch verbessert. Die revolutionäre Wäsche von Schwob gibt es in Baumwoll- oder Halbleinenqualität und wie immer mit Dessins nach Wahl. ■

Schwob & Co. AG:
Jetzt an der Igeho, Halle 2.1, Stand C10

Schwob Textiles of Switzerland

In Burgdorf, dem Tor zum Emmental, steht die älteste noch vollständig erhaltene Leinenweberei der Schweiz. Hier, wo dieses uralte Handwerk seit Jahrhunderten zu Hause ist, verbindet die Schwob & Co. AG die Erfahrung von Generationen mit den technischen Mitteln des 21. Jahrhunderts.

Bett-, Tisch- und Frottierwäsche vom Feinsten Schwob produziert Tischwäsche aus Leinen-, Halbleinen- und Baumwollqualitäten, Gartentischwäsche mit Spezialappreturen sowie Bettwäsche aus feinstem Baumwollmatt für Schlafkomfort der Extraklasse. Auch bei der Frottierwäsche bietet Schwob Spitzenqualität. Alles auf Wunsch mit eingesticktem Schriftzug oder Logo des Hotels.

High-Tech in der Weberei Modernste Jacquard-Maschinen mit raffinierter Einzelfadensteuerung erlauben die Umsetzung von fast jeder Idee.

Designed by Schwob Mit Hilfe von CAD kreieren die Profis in der hauseigenen Designabteilung immer wieder attraktive Dessins für verschiedenste Kunden und für die eigene Linie «Fabrizio Bonardi».

Kleinserien nach Mass Das Herstellen von Kleinserien oder Nachlieferungen ist für Schwob kein Problem. So kann praktisch jeder Kundenwunsch in kürzester Zeit realisiert werden.

Schwob & Co. AG, Kirchbergstrasse 19, 3401 Burgdorf, Telefon 034 428 11 11, www.schwob.ch

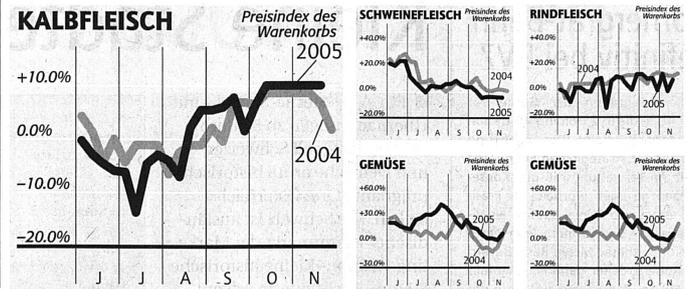
«Kronenhalle»: Eine Einigung zeichnet sich ab

■ Zürich. Im Erbstreit um das Zürcher Restaurant Kronenhalle zeichnet sich eine Einigung ab, wie mehrere Medien berichten. Dabei gehe es wohl hauptsächlich darum, dass jede der streitenden Parteien ihr Gesicht wahren kann. Nach dem Willen des vor Monaten verstorbenen «Kronenhalle»-Besitzers Gustav Zumsteg ist die Hulda-und-Gustav-Zumsteg-Stiftung AG die alleinige Erbin des renommierten Restaurants. Doch auch die Verwaltungsräte dieser Gesellschaft, Robert Meier, Hore-

go-Besitzer, und Verena Gerhartz, Zumstegs Nichte, meldeten einen Anspruch auf das Erbe. Nun haben die zerstrittenen Parteien erstmals Gespräche aufgenommen. «Wir sind zuversichtlich, dass wir in den nächsten Tagen eine Lösung für das traditionsreiche Restaurant finden, die alle involvierten Personen mittragen können», zitiert die «NZZ am Sonntag» den Pressesprecher der Stiftung, Andy Bantel. Zumsteg hatte in seinem Testament Vorgaben gemacht, wie die

«Kronenhalle» nach seinem Tod zu führen ist. So soll beispielsweise die Geschäftsführung «in den Händen des qualifizierten Kadrs» liegen. Wer dafür die geeignete Person ist, sehen beide Parteien anders. Festgehalten hat Zumsteg testamentarisch auch, dass die «Kronenhalle» geschlossen werden soll, falls die Geschäftsführung nicht mehr im bisherigen Rahmen erfolgen könne oder sich der Betrieb als nicht mehr überlebensfähig erweisen sollte. CK

PRODINDEX 14. 11. BIS 19. 11. 2005 Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega



St. Moritz Gourmet Festival

Brigade mit 10 Sternen und 161 Punkten

■ Die «Brigade» am St. Moritz Gourmet Festival 2006 – ausschliesslich Schweizer Köche – zählt 10 Michelin-Sterne und 161 Gault-Millau-Punkte.

Marietta Dedual

«Alles in allem eine authentisch schweizerische Angelegenheit auf höchstem Niveau». So das Credo der Organisatoren des 13. St. Moritz Gourmet Festivals. Nachdem am letzten Festival weibliche Küchenchefs aus aller Welt für kulinarische Highlights sorgten, machen sich vom 30. Januar bis 4. Februar 2006 ausschliesslich Schweizer Spitzenköche ans Werk. Und da zu-

dem die St. Moritzer Hotellerie im Jahr 2006 ihr 150-Jahr-Jubiläum feiert, werben die Verantwortlichen – nicht ganz unbescheiden – mit dem Slogan «Swissness at its best». Die traditionellen Events bei der «Edition Suisse»: Am 30. Januar wird das Festival mit dem «Grand Gourmet Opening Cocktail» im The Carlton Hotel offiziell eingeleitet. An der «Kitchen Party» am 1. Februar im Badrutt's Palace Hotel schaut man den Köchen bei der Zubereitung in der Grossküche live über die Schultern. Das Grand-Gourmet-Finale am 4. Februar findet im VIP-Zelt auf dem gefrorenen St. Moritzersee statt.

Nebst zahlreichen anderen Anlässen lädt das «Kulm», das auf eine 150-jährige Geschichte zurückblicken

kann, am 2. Februar zum «Anniversary Gala Dinner». Für die Gaumenfreuden sorgen: Lokalmatador Roland Jöhrli, «Jöhrli's Talvo» in St. Moritz Champfer; Nik Gygax, «Löwen» in Thörigen; André Jaeger, «Die Fischerzunft» in Schaffhausen; Stefan Meier, «Rathauskeller» in Zug; Peter Moser, «Les Quatre Saisons» in Basel und Horst Petermann, «Petermann's Kunststuben» in Küsnacht. Aus der welschen Schweiz rücken Adolf Blokbergen, «Auberge du Raisin» in Cully und das Team Tommy Byrne und Gilles Dupont, «Le Lion d'Or» in Cologny an. Martin Dalsass, «Santabondio» in Sorengo-Lugano, vertritt das Tessin, und auf dem Corviglia St. Moritz kocht Festivalpräsident Reto Mathis.

■ Vor fulminanter Kulisse. Das Grand-Gourmet-Finale findet im VIP-Zelt auf dem gefrorenen St. Moritzersee statt. Foto: zvg

Anzeige

Innovation bleibt unser Rezept

Quereinschub – neue Perspektiven

genial

Köpfchen

Integralverdampfung – sparen inklusive



HUGENTOBLER

Kombisteamer – Practico

Ein cleverer Zug

5 Jahre Hugentobler-Garantie – ein faires Spiel

vorausdenken

vernetzen

Practico + Bankettsystem HG 3000 – souverän kombiniert

IGEGH 19. – 23.11.05, Halle 1.0, Stand C 04

Hugentobler AG • Grubenstrasse 107 • 3322 Schönbühl • Tel: 031 858 17 17
 Hugentobler AG • Industriestrasse 11 • 6343 Rotkreuz • Tel: 041 790 43 64
 Hugentobler SA • Suisse romande • 1022 Chavannes-près-Renens • Tél: 021 691 91 61
www.hugentobler.ch • info@hugentobler.ch

KURZ UND BÜNDIG

Gornergrat-Bahn definitiv bei BVZ

Die Integration der Gornergrat Bahn AG in die BVZ Holding AG ist nun auch formell erfolgt. Deswegen sind auch auf der strategischen Ebene und damit im Verwaltungsrat die Konsequenzen gezogen worden. Als Präsident amtiert neu Daniel Lauber, als Vizepräsident wie bisher Jean-Pierre Schmid. Balthasar Meier, René Bayard und Roberto Seiler gehören ebenfalls dem VR an, den Bayard zudem in der Zermatt Bernbahnen AG vertritt. Operativ wird die Gornergrat Bahn AG weiterhin durch die GL der Matterhorn-Gotthard-Bahn auf Mandatsbasis geführt; CEO bleibt Hans-Rudolf Mooser, CFO Beat Britsch. **HRF**

12 Millionen für Corvatschbahn

Die zweiten Sektion der Corvatschbahn soll für rund 12 Mio. Fr. erneuert werden. Geplant ist eine Pendelbahn mit zwei je 100 Personen fassenden Kabinen. Sie soll laut «Engadiner Post» 1200 Personen pro Stunde befördern – bisher waren es 880. Die Finanzierung ist geregelt – die Eröffnung ist auf Herbst 2008 vorgesehen. **HRF**

Die Parkprojekte vernetzen sich

In der ganzen Schweiz sind zurzeit insgesamt 30 Projekte für Naturparks in Diskussion, in Planung oder befinden sich gar in der Umsetzungsphase. Im Gegensatz zu den umliegenden Ländern verfügt die Schweiz allerdings noch immer nicht über eine gesetzliche Grundlage für die Schaffung von Parks von nationaler Bedeutung. Mit dem Ziel, dass sich die Vertreter der einzelnen Projekte besser kennen lernen, fand nun in Salgesch ein zweitägiges Treffen statt, zu dem auch Bundes- und Kantonsvertreter und Exponenten nationaler Institutionen eingeladen waren, die sich für Parks interessieren. In einer Absichtserklärung wurde festgehalten, dass ein nationales Netzwerk gegründet wird; 16 Projekte sind bereits beigetreten. **HRF**

Historische Städte in Österreich

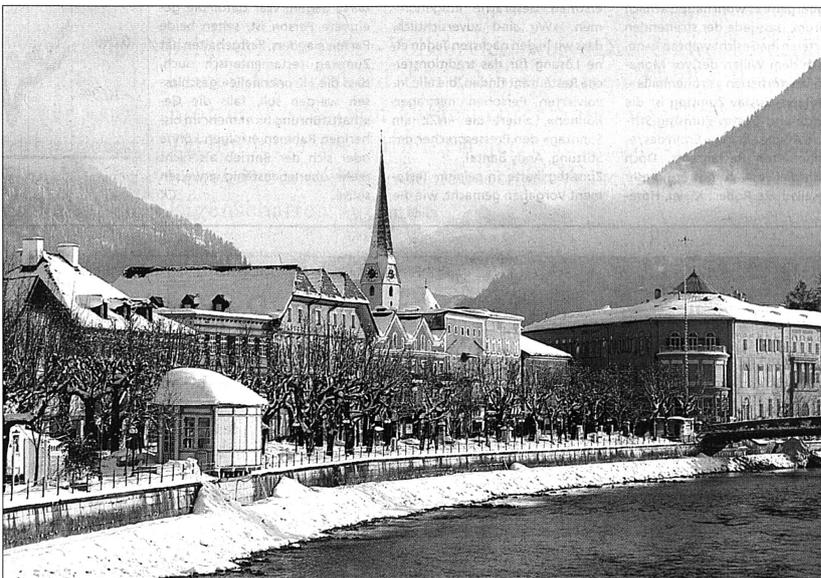
Kleine Städte locken mit Scheck

Ein «Vier-Sterne-Scheck» mit Übernachtungen zu 55 Euro (85 Franken) soll Schweizer und Deutsche an 18 historisch prägnante Orte Österreichs locken. Die Schweiz ist ausländischer Hauptmarkt der Marketing-Gruppe «Kleine historische Städte». Nicht nur im Advent.

Karl Josef Verding

Für Robert Herzog, Kur- und Tourismusdirektor von Bad Ischl sowie Obmann der Marketing-Verbindung «Kleine historische Städte», ist die Schweiz «das Land mit unserer typischen, an Qualität und Historie interessierten Kundschaft». Dem entspricht der Marktfokus der Gruppe: zuerst die Schweiz, dann Deutschland.

Was die Anforderungen an Struktur und Übernachtung betrifft, so sind laut Geschäftsführerin Eva Pötzl für eine Mitgliedschaft in der Gruppe mindestens 300 Betten in der 3- und 4-Sterne-Hotellerie und eine «qualitätvolle städtische Infrastruktur» gefordert. Als «Verkaufsinstrument» im «Kurzreise-Segment» (Eva Pötzl) soll der neue Angebots-Scheck der «Kleinen historischen Städte» zur Reise von Stadt zu



Stadt mit Kaiser-Therme. Bad Ischl im Salzkammergut, 55 km östlich von Salzburg, war die Sommerresidenz von Kaiser Franz Joseph I und ist heute Mitglied der «Kleinen historischen Städte» Österreichs. Es zählt 350 000 Logiernächte p.a. Fotos: zvg



Advent der «kleinen Städte». Vorweihnachtszeit in Bad Ischl.

Stadt locken: Die Bezahlung vor Ort entfällt, die Unterkunft kann man bis zu 24 Stunden vor Abreise reservieren. Die Hotline für Spezialfragen ist von 9 bis 20 Uhr besetzt. Die Gutscheine, auf deren Rückseite die Telefonnummern der Partnerhotels der Aktion aufgeführt sind, haben eine unbegrenzte Gültigkeit. Ab 2008 sind eventuelle Preissteigerungen nachzuzahlen. An diesem «Vier-Sterne-Scheck für Entdecker und Geniesser» zum Preis von je 55 Euro (85 Franken) für die Übernachtung beteiligen sich 22 Vier-Sterne-Häuser, vom «Hotel Sacher» in der Kur- und Kongressstadt Baden bei Wien bis zum «Hotel Scheurecker – Schärldinger Hof» in der lang umkämpften Barock- und Festungsstadt Scharding im Innviertel (gemäss Marketing-Motto «Sinnviertel») an der bayerischen Grenze. In Baden und auf seinen Strassen findet vom

12. bis 14. Mai 2006 das «Festival der Kleinen historischen Städte» statt, mit Künstlern aus den 18 Mitgliedsstädten und «kulinarischen Schmankerln».

Themenreisen der Gruppe sind die «Weinreise», «Das Gold der Tauern», «Hohe Kunst und Architektur» und «Hohe Berge – alte Städte». Für diese habe man «gerade in der Schweiz sehr gute Kontakte zu Busunternehmen, sowie zu deren Verband», sagt Geschäftsführerin Eva Pötzl.

Advent 2005: «Städte, versteckt wie Schmuckstücke»

Im MICE-Markt wolle man sich «von den grossen Veranstalter-Destinationen Wien und Salzburg abheben». Verbessert wird in diverser Weise die Infrastruktur, etwa durch das neue Kongress- und Theaterhaus in Bad Ischl.

Im 98-seitigen Ringbuch-Katalog «Austria Classic Tour – Motorrad-Traumstrassen durch Österreich» sind die Orte der Gruppe mit der «Biker-Rast in der «Kleinen historischen Stadt» vertreten.

Die älteste Stadt Österreichs, Enns, Zentrum des «Donau-Kultur-Raumes», hat den Advent-Bauernmarkt. Bad Ischl wirbt mit der «Kripperloas» zu den Bauernhöfen mit den Hauskruppen, sowie mit dem Katrin-Skigebiet und der Kaiser-Therme. Den Advent bestreiten die Orte der Gruppe als «Städte, versteckt wie Schmuckstücke» – was im Fall des biedermeyerlich geschmückten «Adventsstädtchens» Baden bei der Metropole Wien und des weitherum bekannten Bad Ischl nicht ganz mit der Wirklichkeit übereinstimmt.

www.khs.info

Anzeige



SCANA

ALLES FÜR JEDE GASTRONOMIE.

UNSCHLAGBAR IN BERATUNG UND SUPPORT.

Scana bietet 24/7 Online-Shopping, Beratung vor Ort und massgeschneiderte fachspezifische EDV-Lösungen.

DAS SCHWEIZER GASTRONOMIEKOMPETENZ-CENTER, DAS SIE BRAUCHEN.

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
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.chWillkommen an der IGEHO 2005
(19. – 23. November)
Halle 1.1 / Stand C 01

Event-Scorecard.ch

Wirkungsanalysen ab 8000 Franken

■ Was bringt ein Sport- oder Kulturanlass einem Austragungsort? Die HSW Luzern hat mit «Event-Scorecard.ch» ein Instrument entwickelt, das Veranstaltern, Tourismusvertretern und Sponsoren gleichermaßen dienen soll. Die Details wurden gestern präsentiert.

Theres Lagler

Wer eine Veranstaltung organisiert, braucht Überzeugungskraft: bei der lokalen Bevölkerung, bei den politischen Behörden und bei den allfälligen Sponsoren. Zahlen und Fakten zur volkswirtschaftlichen Bedeutung eines Anlasses sind dabei natürlich die stichhaltigsten Argumente. Und genau hier setzt «Event-Scorecard.ch» an. Das Institut für Tourismuswirtschaft an der Hochschule für Wirtschaft (HSW) in Luzern hat im Auftrag des Bundesamts für Sport vier unterschiedlich detaillierte Wirkungsanalysen entwickelt, die die ökonomische, ökologische und soziale Bedeutung einer Veranstaltung erheben und berechnen. Die Methodik reicht dabei von der Schätzung anhand von Indikatoren bis zu umfangreichen empirischen Erhebungen, die in den letzten Jahren bereits mehrfach auf ihre Praxistauglichkeit überprüft wurden (siehe Box unten). Je nachdem welche Aussagen ein Veranstalter wünscht, muss er mehr oder weniger viel dafür bezahlen.

Die vier Wirkungsanalysen in einem kurzen Überblick

Jürg Stettler, Leiter des Instituts für Tourismuswirtschaft an der HSW Luzern, stellte die vier verschiedenen Angebote von «Event-Scorecard.ch» gestern an einer gemeinsamen Medienkonferenz im Haus des Sports in Bern vor:

- **Schätzung:** Gesamtumsatz, Bruttowertschöpfung und Beschäftigung in der Region, Verkehrsleistung (Personen-km), Energieverbrauch. Kosten: 8000 bis 15000 Franken für kleine bis mittlere Events, ab 15000 Franken für grosse Events.
- **Standard light:** Gesamtausgaben nach Personengruppen sowie Gästekategorien in der Region, direkter und indirekter Umsatz sowie Bruttowertschöpfung in der Region und der gesamten Schweiz, Verkehrsleistung (Personen-km), Energieverbrauch, Image Veranstalter, Zufriedenheit wichtigster Akteur. Kosten: 15000 bis 25000 Franken für kleine bis mittlere Events, ab 25000 für grosse Events.
- **Standard:** Wie Standard light, zusätzlich werden aber noch die Beiträge

und Einnahmen der öffentlichen Hand, die Logiernächte, die Anteile der Personengruppen an der Gesamtdistanz, die Umweltwirkung der Verkehrsmittel, die Zufriedenheit aller Akteure und die Arbeitsstunden der Helfer ermittelt. Kosten: 20000 bis 30000 Franken für kleine bis mittlere Events, ab 30000 Franken für grosse Events.

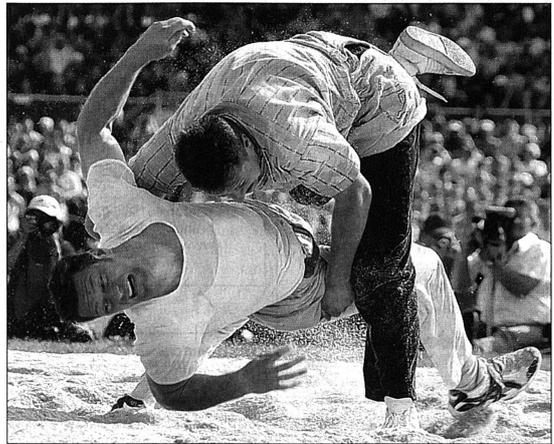
– **A la carte:** Zusätzlich zum Standard-Angebot können wahlweise die Medienpräsenz, die getroffenen Massnahmen im Bereich Ökologie, die Abfallmenge sowie der Nutzen aus der Helfertätigkeit evaluiert werden. Die Kosten hängen davon ab, was zusätzlich ermittelt wird.

Die Sponsoren werden mit Anfragen förmlich überhäuft

Die standardisierten Wirkungsanalysen von «Event-Scorecard.ch» können vor oder nach einer Veranstaltung durchgeführt werden. Jürg Stettler ist überzeugt, dass sie für alle Beteiligten

Gewinn bringend sind: Der Veranstalter erhält eine detaillierte Analyse über die volkswirtschaftliche Wirkung seines Anlasses und kann ihn gestützt auf die Resultate gezielt und nachhaltig verbessern. Auch Vergleiche (Benchmarks) mit anderen, ähnlichen Events können vorgenommen werden. Die politischen Behörden können die Wirkung eines Events für die Öffentlichkeit abschätzen und ihre Leistungen (Subventionen, etc.) darauf abstützen. Zudem erhalten die Sponsoren Grundlagen, um einen Entscheid für ein finanzielles Engagement fällen zu können. Denn sie haben die Qual der Wahl: So gehen etwa bei der Swisscom, die unter anderem das Filmfestival Locarno und die Fussball-Nationalmannschaft unterstützt, 10000 Anfragen pro Jahr ein, wie Jürg Klopfenstein, Leiter Sportsponsoring, an der Medienkonferenz ausführte. Umso wichtiger ist es, mit klaren Fakten aufzuwarten.

Weitere Infos: www.event-scorecard.ch



■ Zahlen zum Event. Das Schwing- und Älplerfest Luzern generierte 45300 Logiernächte und löste eine Bruttowertschöpfung von 17,7 Mio. aus. Foto:Swiss-Image

Anzeige

Schulthess gratuliert zur Produktivitätssteigerung

Seitdem wir unsere Wäsche mit Schulthess selber waschen, kostet uns die Frotteewäsche nur noch Fr. 1.35 und die Flachwäsche Fr. 1.88 per Kilo. Daunenduvets reinigen wir nun für Fr. 1.79 und imprägnierte Skigarderobe für Fr. 2.85 per Kilo mit Wet-Clean. Dass dazu der Wasser- und Energieverbrauch auch bis zu 50% gesunken ist, macht diese Investition doppelt wertvoll. Wir sind sicher, richtig gewählt zu haben.

Franziska und Simon Andereg-Meyer, Hotel Victoria, Meiringen
www.victoria-meiringen.ch

Besuchen Sie uns an der Igello, Messe Basel 19.11.-23.11.2005 Halle 1, Stand A50

SCHULTHESS
schnell • schonend • sparsam

Schulthess Maschinen AG, Postfach, 8633 Wolfhausen ZH, Telefon 0844 880 880, Telefax 0844 880 890, info@schulthess.ch, www.schulthess.ch

An Fallbeispielen getestet

■ Mit der Methodik der «Event-Scorecard.ch» sind bereits mehrere national wie auch international bedeutende Veranstaltungen auf ihre volkswirtschaftliche Bedeutung untersucht worden.

Im Sportbereich:

- Fussball-Europameisterschaften UEFA Euro 2008
- Olympische Winterspiele «Berne 2010»
- Eidgenössisches Schwing- und Älplerfest Luzern, 2004
- Internationales Lauberhornrennen Wengen, 2002
- Engadin Skimarathon, 2001
- Athletissima Lausanne, 2001

Im Kulturbereich:

- Zentrum Paul Klee, Bern, 2005
- Heidi – das Musical, Walenstadt, 2005
- Rose d'Or Luzern, 2005.

HESSER
UNTERNEHMENSBERATUNG
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, Umfinanzierungen,
Sanierungen, Reorganisationsen,
Kostenrestrukturierungen und Marketing

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

Zu verkaufen
an sehr ruhiger Lage, wenige Schritte
zur Piazza Grande.

Hotel in Locarno
in einem antiken Gebäude.

21 Zimmer mit Dusche/WC, Restaurant mit
Kamin, Bar mit Kamin, grosser Gewölbekeller,
Garten, private Parkplätze.

fidecontro
Locarno, Piazza Marzocco
Tel. 091 751 15 25
Fax 091 751 37 19
www.fidecontro.com

**Zu verkaufen in Zürcher Landgemeinde in
der Nähe des Flughafens:**

Hotel mit Restaurant

19 schön renovierte Hotelzimmer mit
Dusche/WC, Gourmetrestaurant, rustikales
Beizli, Säli (total ca. 130 Plätze), Garten-
wirtschaft, 3 1/2-Zimmer-Dachwohnung, total
ca. 1'000 m² Nutzfläche, 20 Einstellplätze in
Tiefgarage, 25 Aussenparkplätze. Der Betrieb
kann per sofort inkl. Gross- und Kleininventar
übernommen werden.

Verkaufspreis Fr. 3,8 Mio.
Konrad Landolt weiss mehr. 044 388 58 46
konrad.landolt@spgintercity.ch

**SPG
INTERCITY**
COMMERCIAL PROPERTY CONSULTANTS ZÜRICH GENÈVE BASEL
www.spgintercity.ch Zollikerstrasse 141 8008 Zürich 044 388 58 58

DIE CHANCE
für ein fachlich qualifiziertes
und dynamisches Paar, einen
attraktiven Restaurant-Bar-Betrieb
zu übernehmen!

**Restaurant im Zentrum
von BADEN**

- Restaurant mit Bar (40 Plätze)
- Grillrestaurant (20 Plätze)
- Gartenwirtschaft
- Moderne Küche
- Totalrenovation vor 5 Jahren
- Antritt nach Vereinbarung
- Wirte-Wohnung vorhanden

Nähere Auskünfte erhalten Sie bei:
KECHT Gastroverwaltungen
Haselstrasse 2 in 5400 Baden
Telefon 056 406 28 78

**Ihr Branchenspezialist in
Hotellerie und
Gastronomie**

BDO Visura
Zürich 044 731 12 31
daniel.schlegel@bdo.ch
erich.walzer@bdo.ch

Luzern 041 368 13 24
ursula.ehlozere@bdo.ch
rolf.halmere@bdo.ch

Aarau 062 834 91 91
thomas.bucher@bdo.ch

Bern 031 327 17 17
philippe.arnet@bdo.ch

Sion 027 324 70 70
otto.ming@bdo.ch

www.bdo.ch

**SHT Hotel-Treuhand
und Beratungen**

BDO
BDO Visura

SERIMO
IMMOBILIENDIENSTE AG

In der Altstadt von Laufen an
allerbesten Lage zu verkaufen

Hotel Restaurant Lamm

- 5 Einzel- und 12 Doppelzimmer
- Sitzungszimmer
- Gourmetstübl/grosser Saal
- Restaurant mit 48 Plätzen
- Baujahr um 1800, renoviert
- Wirtswohnung

Verkaufspreis CHF 1 800 000.-

Herr Bruno Schuler erteilt Ihnen
gerne weitere Auskünfte.

Telefon 061 206 02 41
bruno.schuler@serimo.ch
www.serimo.ch

**IHRE Chance in Graubünden
TOP-Ferienresort in
MITTELBÜNDEN**

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;
3 1/2-Z-Wirtswohnung (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

Zu verpachten ab 1. 2. 06 oder nach
Vereinbarung

Quartier-Café-Restaurant
in Wichtrach

- 40 Innen- und 40 Aussenplätze
- grosser Parkplatz
- Veloweg in der Nähe
- evtl. mit 2-Zimmer-Wohnung.

Telefon 031 781 06 93

Gsell & Partner
Kompetenz in Hotellerie und Restauration

**Unabhängig.
Unkonventionell.**

- Betriebsanalysen
- Businesspläne
- Machbarkeitsstudien
- Restrukturierung
- Turnaround

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

Gastroconsult
TREUHAND FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

Verkauf

Hotel Restaurant Dufour,
2500 Biel

Das zentral gelegene Hotel umfasst:

- Restaurant/Bar 80 Sitzplätze
- Terrasse 60 Sitzplätze
- Sitzungs-/Bankettsaal 28 Sitzplätze
- Frühstückszimmer 26 Sitzplätze
- Hotelzimmer 29 Hotelzimmer

Das Restaurant ist zeitgemäss eingerichtet, bietet ein
gutbürgerliches Speiseangebot und italienische
Spezialitäten an.

Die Standardzimmer entsprechen einem 3-Sterne Hotel.

Interessierten Käufern senden wir gerne eine Verkaufs-
dokumentation.

Bitte melden Sie sich bei:

Gastroconsult AG
Unternehmensberatung
Fritz Rohrer
Standstrasse 8, Postfach, 3000 Bern 22
Telefon 031 340 66 30
fritzrohrer@gastroconsult.ch

Zu verkaufen in LUGANO

Hotel in Seenähe
ca. 100 m vom See, ruhig und zentral gelegen.

- 44 Zimmer
- Restaurant und Bar
- Parkplätze und Swimming-Pool

GPM Global Property Management SA
Via Maggio Property Management SA
Dir. G. Piazzini, Tel. 091 973 12 61, Fax 091 973 12 72
P. Niggli, Tel. 091 973 12 97
E-Mail: petra.niggli@fidnam.ch

**Im Auftrag unserer Mandantin suchen wir per 1. Januar 2006 oder nach
Vereinbarung einen Pächter für das öffentliche Restaurant
«Grüner Igel» auf dem Waffenplatz Zürich-Reppischtal, 8903 Birmensdorf.**

Den zukünftig rund 600 Absolventen/Innen der Kaderlehrgänge sowie den Mitarbeitern/Innen dient das Restaurant als willkommene Alternative zur bestehenden militärischen Infrastruktur und den zivilen Gästen als Treffpunkt für das Mittag- und/oder Nachessen sowie der Pflege des Vereinslebens. Der Betrieb umfasst heute folgende Verpflegungseinheiten

- Bedienter, öffentlicher Restaurantteil für die à la carte Küche
- Selbstbedienung für die Soldatenstube
- Bankettaum für verschiedene Anlässe
- Kiosk

Die grosszügig dimensionierte Küche bietet die Möglichkeit einer zentralen Produktion, sei dies für externe Betriebe oder Caterings

Die Auftraggeberin erwartet vom zukünftigen Betreiber eine abwechslungsreiche und auf die Zielgruppen ausgerichtete Verpflegung der, je nach Konzepttyp, unteren bis mittleren Preisklasse. Die aktive Mitarbeit an der Erarbeitung des zukünftigen Betriebskonzeptes ist eine zusätzliche Herausforderung für den Pächter.

Anforderungsprofil sowie Dokumentation können angefordert werden unter:
Gastronomieberatung Beat Läubl | In der Sommerau 19 | 8053 Zürich | E-Mail: blaebubl@swissonline.ch
(im Auftrag der promaFox AG)

Landi-Bünderstube, 4852 Rothrist

Infolge Geschäftsaufgabe Verkauf des
Mobiliars ab Platz (Barzahlung) nach
tel. Vereinbarung.

5 massive Holztische 85x140, Bürom., Bar-
mobiliar, 28 Hochlehner gep. 60 massive
Stühle gep. neuw. Stilkasten 65x190x260
(N.P. Fr. 4500.- Ab.-Pr. Fr. 750.-)
Hilt: 9 versch. Tische Untergestelle gedr.
Arvenholz, 10 Stabellen sowie 6 versch.
geschn. Lampen von der Landesausstellung
1939 in Zürich. Kunstschmied-Hänge-
leuchter Ø 90 cm mit 4 passenden Eck-
lampen (Erinnerungsst. der Int. Polen).
Küche: n.w. Chromstahlstisch beidseitig
bedienbar 85x260 Gr. Speiserechard
(Franke) Silberbesteck 100 Pers. Porzellan
100 P. (Eschenbach Rustico).

Tel. 062 794 39 01, Fax 062 794 14 78,
H. Arber

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

Occasion zu kaufen gesucht!

**8 Betten (90 x 200)
4 Schränke und Nachttischli**
in gutem Zustand.

Erwin Howald
Chalet Pfiffer
Mobile: 079 347 97 57

promaFox

**Schöne, komplett ausgerüstete
Meissl Schirmbar**
in sehr gutem Zustand.
Durchmesser 9 m.
Ab sofort zu verkaufen.
Baujahr 2000.

Neupreis: Fr. 200 000.-
Verkaufspreis: Fr. 55 000.-.

Kontakt: Hotel Schiff, Murten
Telefon 026 670 27 01
E-Mail: info@hotel-schiff.ch

Erfolgreich sein, heisst, anders als andere sein. -

In Eigentümerschaft eines grösseren, gepflegten sowie
neuzeitig eingerichteten **Restaurantsbetriebes**, zwi-
schen **Schmerikon** und **Glarus** gelegen, suchen wir zur
Nachfolgeregelung ein praxiserprobtes, innovatives

Mieter/in- (Ehe-)Paar.

Idealerweise wäre die entsprechende Aufgabenteilung der
Geschäftsführung wie **Küchenchef(in)** und **Administra-
tion**; andererseits **Gästabbetreuung** sowie allgemeiner
Hausdienst. Selbstverständlich sind auch anderweitige
Funktionsmöglichkeiten gegeben.

Angesprochen sind Restaurateure, welche nebst einem
fachlichen Qualifikationsausweis in der Gastronomie so-
wohl auch über persönliche Stärken verfügen, wie Kon-
taktfreudigkeit und Einsatzfreude. Kurz gesagt ... ein ge-
winndes und unkompliziertes Wirtepaar. Sie sollten zu-
dem in der Lage sein, neben der Pflege der lokalen, viel-
seitigen Stammkundschaft, das Renommée als verlässli-
cher Partner bei Anlässen, grösseren Veranstaltungen so-
wie im Bankettbereich weiterzuentwickeln. **Vorzugs-
weise** bringen Sie bereits Erfahrung in der Führung eines
ähnlichen Gastrokonzeptes mit.

Bezüglich der Grössenordnung des Objekts sowie über
die allgemeinen vertraglichen Bedingungen, möchten wir
Sie gerne persönlich informieren. Im Hause steht eine sehr
schöne, geräumige 4 1/2-Zimmer-Wohnung mit Kochge-
legenheit sowie Personalzimmer zur Verfügung. Ebenso
ausreichende PW-Parkplätze. Zurzeit bestehen in der Wo-
che 2 Wirtesontage und Betriebsferien.

Die allgemeinen Mietbedingungen sind besonders fair. Ei-
genkapital zur Übernahme des Klein- bzw. Kaufinventars?
... nein; ist nicht erforderlich! Geschäftliches ist ausführ-
lich in der Betriebsdokumentation vermerkt.

Übernahmetermin?: Ab sofort möglich, jedoch spätestens
bis Ende März 2006.

Wenn Sie sich für diese vielseitige, anspruchsvolle Auf-
gabe mit grossem Entfaltungsspielraum und **absoluter
Selbstständigkeit** interessieren, freuen wir uns, Sie ken-
nenzulernen. Wir bedanken uns für die Unterbreitung Ih-
rer Bewerbungsunterlagen mit Foto unter Chiffre 168674
an **hotel + tourismus revue**, Postfach, 3001 Bern. Jede
eingereichte Offerte wird beantwortet. **Diskretion** ist
selbstverständlich.



FOKUS IGEHO 24
Food-Neuheiten | Schweizer Hersteller von Convenience-Food setzen auf Global Kitchen, Snack-Gerichte und Wellness.



FOKUS IGEHO 27
Event-Kalender | Die Anlässe der Igeho 2005 im Überblick: Von Talk-Runden bis zur Schweizer Pizzaioli-Meisterschaft.



PLATTFORM 32
Rategeber | Wie hoch ist der Abzug für die Verpflegung von Mitarbeitenden in Hotel- und Restaurantbetrieben?



Gastgewerbliche Messen im deutschsprachigen Raum

Die Igeho zählt zu den ganz Grossen



■ Die Igeho in Basel ist die zweitgrösste Gastgewerbmesse im deutschsprachigen Raum. Stärken sind die Internationalität und ein hoher Anteil an Fachbesuchern. Zudem zählt die Igeho besonders viele Besucher aus der Gemeinschaftsverpflegung.

Gudrun Schlenzcek

Die Igeho kann sich sehen lassen im Ländervergleich: Im gesamten deutschsprachigen Raum gibt es mit der Internorga in Hamburg nur eine gastgewerbliche Messe, die mehr Besucher zählt (siehe Tabelle Seite 22). Dabei war die Verkürzung der Dauer der Igeho im 2003 von vormals sechs auf fünf Tage dem Besucherstrom nicht abträglich. Es kamen sogar mehr Hoteliers und Gastronomen als zwei Jahre zuvor und etwa gleich viele wie 1999. Letztere bilden die grösste Besucherschar der Internationalen Fachmesse für Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung.

Eintrittspreis an der Tageskasse wurde massiv erhöht

Im Vergleich zur «Gastronomia» in Lausanne, der «Internorga» in Hamburg oder der «Alles für den Gast» in Österreich ist der Anteil der Besucher aus der Gemeinschaftsverpflegung besonders hoch (siehe Grafik), sogar leicht höher als derjenige aus der Hotellerie. Jeder fünfte Igeho-Gast arbeitet in der Firmen-, Spital-, Heim- oder Schulverpflegung.

Mit 10 Prozent mehr Kunden aus dem Gastgewerbe als die Internorga in Hamburg ist die Igeho noch deutlicher

eine Messe für die Branche. Und das wird weiter zunehmen: Der Eintrittspreis an der Tageskasse wurde von 48 Franken (2003) auf 60 Franken erhöht. «Damit wollen wir die Schranke für Privatpersonen heraufsetzen», erklärt Messeleiter Matthias Lagger.

Die Internorga lebt weit mehr vom Heimmarkt

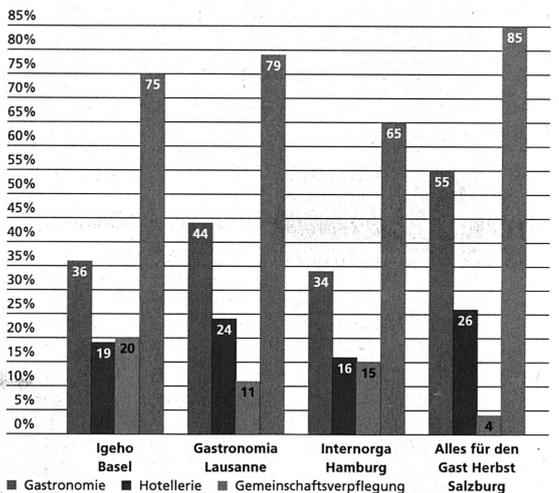
Für eingelöste Eintrittsgutscheine für Fachbesucher zahlen die Aussteller dagegen genauso viel wie vor 2 Jahren

(12 Fr.). Auch dem Anspruch der Internationalität wird die Basler Gastgewerbmesse besonders gut gerecht. Im Vergleich dazu lebt die Internorga weit mehr vom Heimmarkt: Die Igeho weist sowohl rund 10 Prozent mehr Besucher als auch Aussteller aus dem Ausland auf, bereits jeder vierte Aussteller kommt aus dem Ausland. Internationaler unter den Gastgewerbemessen im deutschsprachigen Raum ist nur die «Alles für den Gast Herbst» in Salzburg.

Fortsetzung auf Seite 22

Igeho ist stark in der Gemeinschaftsverpflegung

Branchenherkunft der Fachbesucher in Prozent



* Der Rest zu 100 Prozent sind Retailer, Industrie, Dienstleistungen u.a.

■ Inspirierend. Die Schweizer Gastgewerbmesse Igeho in Basel ist der Konkurrenz im deutschsprachigen Raum punkto Internationalität voraus. Foto: zvg

Anzeige



happy 4YOU

Kennen Sie das lease&sleep-Gefühl?

Nichts entspannt als Hotelier mehr, als ausgeschlafene Gäste, die gerne wieder kommen. Mit lease&sleep von happy schlafen Ihre Gäste bereits ab 30 Rappen pro Nacht auf Schweizer Qualitätsmatratzen. Und das Beste: Nach 3 Jahren geht die Ware in Ihren Besitz über. Ohne Ablösung, ohne Nachschlag. So bleiben nicht nur Ihre Gäste, sondern auch Ihre Finanzen völlig entspannt.

Mehr über lease&sleep erfahren Sie auf der IGEHO in Basel vom 19. bis 23. November 05. Halle 2.1/Stand D16




I wett i hett es happy-Bett. happy AG, Fabrikstrasse 7, CH-9201 Gossau SG, www.happy.ch, Tel. +41 (0)71 387 44 44, Fax +41 (0)71 387 44 45

Die internationalen Gastgewerbemessen im deutschsprachigen Raum

	Igeho Basel	Gastronomia Lausanne	Intergastra Stuttgart	Internorga Hamburg	Hogatec Düsseldorf	Gäste Leipzig	Alles für den Gast Herbst Salzburg	Gast Klagenfurt
Messeturmus	alle 2 Jahre	alle 2 Jahre	alle 2 Jahre	jährlich	alle 2 Jahre	alle 2 Jahre	jährlich ¹	jährlich
Messedauer	5 Tage	5 Tage	6 Tage	6 Tage	5 Tage	4 Tage	5 Tage	4 Tage
Eintrittspreis	60 Fr.	40 Fr.	20 Euro	23 Euro	22 Euro	13 Euro	23 Euro	18 Euro
Besucherzahl	80 642	35 000	67 970	105 795	33 573	27 275	39 400	17 992
Anteil Besucher aus dem Ausland	13,7%	8,6%	3%	3,2%	11,2%	8%	25%	8%
Fachbesucheranteil	83,3%	90%	94%	87,1%	96%	90%	100%	81%
Ausstellerfläche netto in m ²	38 478	12 000	30 759	48 001	24 155	14 376	25 500	14 048
Anzahl Aussteller ²	826	300	701	926	563	366	743	518
Anteil Aussteller aus dem Ausland	25%	10%	9,6%	14,6%	31%	2,5%	21%	17,6%
Preis pro m ² Standfläche ³	240 Fr. ⁴	189 Fr.	125 Euro	120 Euro	123,50 Euro	110 Euro	rund 100 Euro	k.A.
Webseite	www.igeho.ch	www.salongastronomia.ch	www.intergastra.de	www.internorga.de	www.hogatec.de	www.gaeste.de	www.gastmesse.at	www.gast.at
Nächstes Messedatum	19. 11. bis 23. 11. 2005	4. 11. bis 8. 11. 2006	18. 2. bis 23. 2. 2006	3. 3. bis 8. 3. 2006	24. 9. bis 28. 9. 2006	Herbst 2007	11. 11. bis 15. 11. 2006	5. 3. bis 8. 3. 2006

¹ Zusätzlich zu «Alles für den Gast Frühjahr» in Salzburg und «Alles für den Gast Wien», alle von Reed Exhibitions (www.reedexpo.at)

² Mit eigenem Stand

³ Reihensand

⁴ Frühbucherpreis: 222 Franken

Die Angaben beziehen sich immer auf die letzte stattgefundenen Messe: bei der «Gäste» in Leipzig auf 2003, bei der «Alles für den Gast» auf 2004

Fortsetzung von Seite 21

Obenaus schwingt die Igeho allerdings auch beim Quadratmeterpreis für die Standfläche. Der Normalpreis und die Zuschläge wurden 2003 erhöht. «Wenn man die Gesamtrechnung macht, kommt die Igeho den Aussteller nicht teurer als die anderen Messen im deutschsprachigen Raum», ist Matthias Lager aber überzeugt. Aufgrund des neuen Rabattsystems ab einer Standgröße von 200 m² kämen mittelgroße Aussteller jetzt sogar günstiger weg. Trotzdem fehlen dieses Jahr ein paar der grossen Aussteller. Feldschlösschen, Heineken, Rivella und Frigemo haben auf eine Messepräsenz verzichtet. Die Ausstellerzahl hat trotzdem leicht zugenommen (vorläufiger Stand: 838). Zurückgegangen ist in Folge die Standfläche: Nach dem Spitzenjahr 2001 schrumpfte die Nettofläche im 2003 um 7,5 Prozent und dieses Jahr um weitere 6,5 Prozent (vorläufiger Stand Nettofläche Igeho 2005: 35 991 m²).

Dass gerade ganz grosse Aussteller abspringen, erklärt Kommunikationsleiterin Manuela Kern folgendermaßen: «In den wirtschaftlich guten Zeiten haben manche Firmen die Ausgaben überschritten, die Stände wurden immer grösser. Nun muss man zurück zu einem Optimieren des Kosten-Nutzen-Verhältnisses.»

Am stärksten betroffen ist die Hogatec in Düsseldorf

Den Kostendruck der Firmen haben allerdings nicht alle Gastgewerbe-Messen im deutschsprachigen Raum gleich stark gespürt. Die Internorga konnte 2005 im Vergleich zum Vorjahr flächenmässig sogar noch um 11 Prozent zulegen, bei der Zahl der Aussteller um 10 Prozent. Gleichzeitig stieg die Zahl der Besucher um 4,6 Prozent. Der Medienverantwortliche Frank Bumann freut sich: «Den Spardruck der Aussteller merken wir nicht. Die Internorga 2006 ist komplett ausgebucht.»

Am stärksten betroffen ist die sehr technisch orientierte Hogatec in Düsseldorf. Seit 2000 schrumpfte die Netto-Ausstellerfläche und die Zahl der Aussteller um knapp ein Drittel. Auch bei den Messen gilt die Food-Sparte als Frequenzbringer. Nicht besser erging es ebenfalls der vergleichsweise jungen Gastgewerbemesse «Gäste» in Leipzig. Die Nettoausstellerfläche reduzierte sich zwischen 1999 und 2003 um 30, die Zahl der Aussteller um 28 Prozent. Den Spardruck merkt man ebenfalls bei der kleineren der beiden internationalen Gastgewerbemessen in Österreich. «Es ist eine Tendenz zu kleineren Ständen spürbar», meint Bernhard Erler von der «Gast».

Messen wollen punkto Internationalität aufholen

Obwohl die Gastronomie punkto Grösse eher in der regionalen Liga spielt, versteht sich die Lausanner Messe als international. Und man ist überzeugt, dass zwei internationale Gastgewerbemessen in der Schweiz ihre Berechtigung haben. Neue Sektoren und ein noch attraktiveres Rahmenprogramm, heisst die Erfolgsformel. So plant man für die Gastronomie im 2006 einen zweitägigen internationalen Kongress. Die Internorga beispielsweise hat mit dem Internationalen Foodservice Forum als eintägigem Kongress im Vorfeld der Messe grossen Erfolg. 2005 zählte man 1150 Teilnehmer.

Obwohl die Internorga vom kommenden Jahr bereits komplett ausgebucht ist, plant man das Feld noch zu erweitern. Frank Bumann: «Dank der Erweiterung des Hamburger Messengeländes kann die Internorga die Internationalisierung weiter vorantreiben.» Internationaler will man auch bei den Messen im Alpenraum werden. Für die «Gast» in Klagenfurt drängt sich der Blick nach Osten auf. Slowenien bezeichnet man als attraktiven Zielmarkt. Damit folgt man dem Beispiel der Igeho: Diese konnte die Zahl der Aussteller aus dem Ausland zwischen 1999 und 2003 um über 50 Prozent anheben.

Anzeige

DAS EINZIGE,
DAS SIE
BEI UNS
NICHT FINDEN!



IGEHO 2005
Herzlich willkommen in
der Halle 1.1 / Stand Nr. C45

QUALITÄT MIT SYSTEM

CASH+CARRY
prodega

GROWA
CASH+CARRY

Salon Culinaire Mondial 2005

Die Teams der Spitzenklasse treten an

Der vom Weltbund der Köche anerkannte «Salon Culinaire Mondial» startet am Samstag unter der Ägide des Schweizer Kochverbandes an der Igeho.

Gudrun Schlenzcek

Am Samstag ist es so weit: Die ersten Kochmannschaften aus dem europäischen und internationalen Umfeld treten gegeneinander an (siehe Tabelle). Zuvor heisst es aber noch für die Jury, sich mit den Gegebenheiten vor Ort vertraut zu machen. Morgen Freitagnachmittag wird Jurypräsident Franz Jonke, auch Präsident der Wettbewerbskommission des Schweizer Kochverbandes, die Jurymitglieder einweisen. Diese kommen aus aller Welt: Kanada, USA, Singapur, Luxemburg, Italien, Deutschland und natürlich aus der Schweiz. Als neutraler Beobachter des Weltbundes der Köche WACS begleitet Carlo Sauber aus Luxemburg den Salon Culinaire Mondial 2005.

Erstmals wird in drei Kategorien gekocht: Am «Culinary World Masters» messen sich die Nationalmannschaften und am «European Culinary Challenge» europäische Regionalteams in der warmen und kalten Küche, an der «Culinary Art Show» einzelne Teilnehmer und Teams in der kalten Kochkunst in Halle 1. Täglich werden Tagessieger und die erreichte Punktezahl bekannt gegeben: Samstag und Sonntag im



■ Kalte Kochkunst. Der mediterrane Hauptgang mit Fisch der Schweizer Nationalmannschaft für die kalte Kochkunstshow am Salon Mondial 2005. Foto: zvg

«Igeho Forum 05» in Halle 2.2., Montag und Dienstag im Saal «Luzern», jeweils ab 16.30 Uhr. Die Schlussfeier mit den Rangverkündungen der National- und der Regionalmannschaften startet am

Mittwoch im «Grossen Festsaal» um 16 Uhr. Der Teamchef der Schweizer Nationalmannschaft Adrian Bader wagt von Gold und dem ersten Platz nur zu träumen: «Die Konkurrenz ist sehr gut».

Warme Kochshow der Nationalmannschaften

Datum	Team 1	Team 2
Samstag, 19. November 2005	SINGAPUR	ITALIEN
Sonntag, 20. November 2005	SLOWENIEN	TSCHECHIEN
Montag, 21. November 2005	ISLAND	WALES
Dienstag, 22. November 2005	USA	KANADA
Mittwoch, 23. November 2005	SCHWEIZ	DEUTSCHLAND

Die kalte Kochkunstschau am Salon Culinaire Mondial

	Kategorie	Tisch-Nr.
Samstag, 19. November 2005		
SCHWEIZ	NM	2
DEUTSCHLAND	NM	1
Rhoneküche / CH	ECC	3
CCC St. Gallen / CH	CAS	4
Vatel Club Luxembourg / LX	CAS	5
Verein Nürnberger Köche / DE	CAS	7
Team Modena / IT	CAS	8
Sonntag, 20. November 2005		
USA	NM	1
KANADA	NM	2
CCC Bern / CH	ECC	3
Team Südtirol / IT	ECC	4
Swiss Armed Forces Culinary Team / CH	CAS	5
CCC Zürich / CH	CAS	8
Team Bayern / DE	CAS	6
Team Veneto / IT	CAS	7
Montag, 21. November 2005		
SINGAPUR	NM	2
ITALIEN	NM	1
Biel Seeland / CH	ECC	3
Culinary Team Palermo / IT	CAS	5
Swiss Junior Nationalteam / CH	CAS	4
AKG Team / CH	CAS	6
Debrecen Team / HU	CAS	7
Copains des Alpes / CH	CAS	8
Dienstag, 22. November 2005		
SLOWENIEN	NM	1
TSCHECHIEN	NM	2
Württemberg / DE	ECC	3
Kärnten / AU	ECC	4
Friuli nel Mondo / IT	CAS	6
Let's go Magic / DE	CAS	5
Ungarn Gemeinschaftsverpfleger / HU	CAS	7
Mittwoch, 23. November 2005		
ISLAND	NM	1
WALES	NM	2
Team Puglia / IT	ECC	3
Culinary Nestlé Team Prag / CS	ECC	4
Team Liguria / IT	CAS	7
Piemonte Cueno / IT	CAS	5
Team Kolping / HU	CAS	6

NM = Nationalmannschaften (Culinary World Masters)
 ECC = European Culinary Show mit den Regionalmannschaften
 CAS = Culinary Art Show einzelner Teams

Anzeige

Jetzt pflegt die patentierte Schontrömmel mit Wabeneffekt auch die Wäsche in der Gastronomie

Miele
PROFESSIONAL



IGEHO, 19.-23.11.2005, Basel
Halle 1, Stand A36

Hygienisch gepflegte Wäsche und ein perfektes Wäscheфиниш sind die entscheidende Voraussetzung für Gastlichkeit. Miele Wäschereimaschinen bieten die optimale Lösungen für jede Inhouse-Wäscherei: wirtschaftlich, leistungsfähig, langlebig und dank der patentierten Schontrömmel äusserst schonend zur Wäsche.
Typisch Miele.

Ausführliche Infos – auch zu Finanzierungslösungen:
 Miele Professional
 Limmatstrasse 4
 8957 Spreitenbach
 Tel. 056 417 27 51
 Inserat kopieren und faxen
 Fax 056 417 24 69
 www.mieleprofessional.ch

Absender/Stempel

Convenience-Neuheiten

Die neuen Snacks der globalen Küche

■ Im Obergeschoss der Halle 1 der Igeho kann man degustieren, was die Schweizer Hersteller in ihren Entwicklungsküchen für die Gastronomie ausgeheckt haben. Die Neuheiten entsprechen dem Trend zu Snack-Konsum, globaler Küche und Gesundheit.

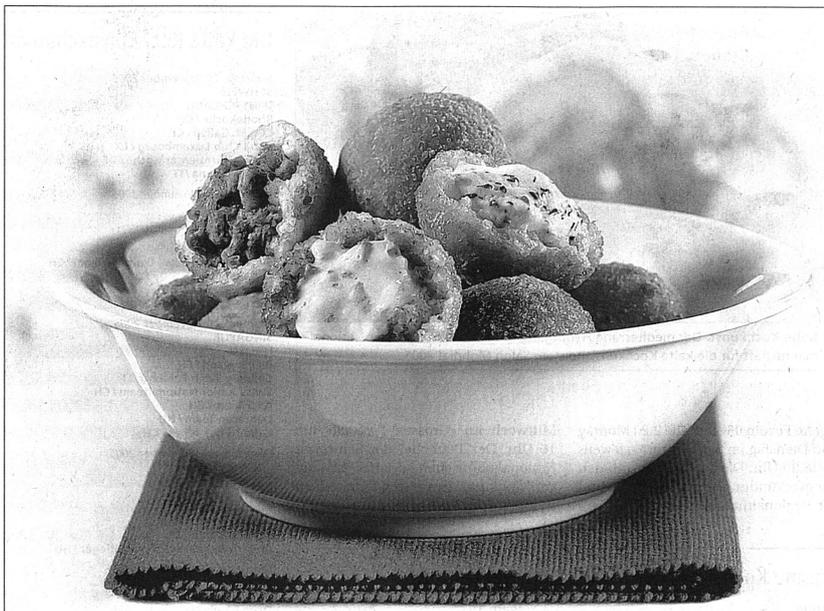
Gudrun Schlenzcek

Der Konsument bevorzugt zunehmend kleine Mahlzeiten gepaart mit einer globalen Auswahl. Letzteres besonders hierzulande. Im europäischen Ländervergleich belegt die Schweiz bei der Anzahl der «Fusionen-Küchen» nämlich den ersten Platz. Das zeigte die im Sommer veröffentlichte Studie «Food Nations» des Gottlieb-Duttweiler-Instituts GDI. Die Beliebtheit von Multikulti-Küchen verlangt von den Wirten, sich immer wieder mit Neuem auseinanderzusetzen. Die Schweizer Zulieferindustrie entdeckt diese Herausforderung zunehmend für sich und versucht mit entsprechenden Neulancierungen in diese Angebotslücke zu springen.

Zum Beispiel die Kadi AG. Der Kartoffel-Verarbeiter aus Langenthal kombiniert dabei in der Produktentwicklung den Trend zu Snacks und fremdländischer Küche. Die drei Igeho-Neuheiten könnten globaler nicht sein: Arancinis aus Sizilien, Samosas aus Indien und Jalapeños aus Mexiko. «Die asiatische Küche steht in der Schweiz punkto Beliebtheit gleich hinter der einheimischen Kochkunst», erklärt Kadi-Product-Managerin Jacqueline Waldmeier aufgrund ihrer Marktbeobachtungen.

«Arancinis haben ein grosses Potenzial»

Mit der neuen Produkte-Ränge will Kadi die Erfolgswelle der hauseigenen Frühlingrollen fortsetzen. Und wie bei diesen setzt man auf ein exklusives Qualitätsprodukt: Bei den Frühlingrollen ist Kadi nach eigenen Angaben der einzige industrielle Schweizer An-



■ **Vielfältige Snackwelt.** Man darf gespannt sein auf die Neuheiten aus den Schweizer Industrie-Küchen: Global Kitchen, Wellness und Fingerfood heissen die grossen Food-Themen der diesjährigen Igeho. Foto: Arancinis von Kadi.

Foto: zvg

bieter. Bei den Samosas verwendet man wie in Nordindien Mürbeteig und füllt mit Kartoffeln und Gemüse respektive Fleisch – im Gegensatz zu den Importprodukten, die normalerweise nach asiatischer Machart aus Frühlingsrolle und Gemüsefüllung bestehen. «Die üblichen Samosas sind eigentlich nichts anderes als dreieckige Frühlingrollen», so Waldmeier.

Besonders viel Hoffnung setzt die Product-Managerin auf die Arancinis, auch bei diesen ist Kadi die erste Schweizer Produzentin. «Arancinis haben ein grosses Potenzial», ist Waldmeier überzeugt. Was für die gefüllten Reis-Kugeln spricht, ist ihr für ein Snackprodukt vergleichsweise geringer

Kaloriengehalt (220 kcal/100 g), zumindest solange man sie nicht fritiert. Nicht in Langenthal produziert, sondern aus Deutschland importiert werden die Jalapeños.

Pommes frites aus der Schweiz bald Geschichte?

Preiswert ist fertiger Fingerfood grundsätzlich nicht. Für die Arancinis liegt die Empfehlung für den Gastro-Einkaufspreis bei 41 Rappen pro Stück, für die Samosas mit Fleisch bei 95 Rappen und die Jalapeños bei 77 Rappen. «Man darf die Snacks nicht mit Beilagen vergleichen», meint Waldmeier zur Preispolitik. Mehr als zwei bis drei Samosas,

die je 50 Gramm wiegen, möge der Gast kaum auf einmal verzehren. Dazu ein Salat – und fertig sei das Tellergericht.

Mit der neuen Snack-Philosophie sorgt man bei Kadi für die Zukunft vor. Mit der drohenden Marköffnung werde die Kartoffelverarbeitung zu Beilagen komplett ins Ausland abwandern, befürchtet Waldmeier: «In der Schweiz werden dann keine Pommes frites mehr produziert.» Für den Kartoffel-Verarbeiter Kadi, der heute noch die Hälfte des Umsatzes mit Pommes frites erzielt, eine existenzielle Herausforderung. Deshalb hat man bereits die nächste Snack-Idee in der Schublade: Ein Schweizer Snack-Produkt solls sein. Wohl in einem Jahr wird es zu degustieren sein.

Die meisten Food-Neuheiten im asiatischen Segment lanciert die Gmür AG aus Zürich: Asiatische Sticks, vegetarisch und mit Chicken; Tempura-Gemüse; tiefgekühlte asiatische Noodles (Udon, Ramen, Soba und Rice); «Tomato Cheese» und «Olivenos». «Die Nachfrage in diesem Bereich ist sehr hoch», begründet Inhaber Reto Gmür. Vor allem orientalische und vegetarische Produkte seien zurzeit in der Gastronomie sehr beliebt.

Nach neuen Produktfeldern muss sich auch die Fredag AG umschauen. Nach dem Antibiotika-Debakel beim Pouletfleisch aus China vor einigen Jahren macht nun die weltweit grassierende Vogelgrippe dem Pouletverarbeiter aus Rood das Geschäft schwer. Neben Fleisch und vegetarischen Komponenten bietet Fredag ihren Gastro-Kunden nun noch Fisch als Alternativprodukt: Am Igeho-Stand überrascht man die Kundschaft mit sieben Fisch-Convenience-Neuheiten. Die Palette reicht von Pengasius-Filet im Pomodoro-Ei-Mantel bis zum Fisch-Appetizer als Fingerfood.

Romer's lanciert erste Wellness-Linie

Auf den Wellness-Trend setzt man bei der Romer's Hausbäckerei AG und bei Nestlé Foodservice: Letztere führen die im Detailhandel bereits erhältliche fettfreie Bouillon von Maggi nun auch im Gastro-Sortiment (43 bis 45 Rp./l) sowie eine fettarme Braune Sauce (Fr. 1.81/l). Die Anfang Jahr angekündigte «Leichte Vollkost» für das Care-Segment wird jetzt definitiv lanciert. Die erste Wellness-Linie des Grossbäckers aus Benken umfasst fünf Produkte: Das 380-grammige Aloe-Vera-Brot und das 95-grammige Aloe-Vera-Brötchen, Kleibrot, Kürbiskern- und Sonnenblumenkern-Brötchen. Einen neuen Snack offeriert man mit der Tochter Toast Master Tellmac AG: Ein «Flammbrötchen» – ein Flammkuchen fürs Take-away-Geschäft.

Kadi: Halle 1.1, Stand D21
Fredag: Halle 1.1, Stand C54
Gmür: Halle 1.1, Stand B68
Romer's: Halle 1.1, Stand A20

Anzeigen

Weiterbildungs-Workshops

Nachmittagsworkshop:
Don't panic! Prioritäten setzen und delegieren
13. Dezember 2005, Bern

Tagesworkshop:
Selber instruieren und ausbilden
15. Dezember 2005, Zürich

Anmeldung,
Administration, Information:
hotellerieuisse
Weiterbildung
Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
Telefon 031 370 43 01
Telefax 031 370 42 62
weiterbildung@hotellerieuisse.ch
www.hotellerieuisse.ch/weiterbildung



Einladung
zum Tanz
aus der Reihe!

**XX. GASTROFORUM
FÜR DIE FRAU 2006**



XX

DAS JUBILÄUMS-FORUM

Das Forum
für Fachfrauen
in Hotellerie,
Restauration
und Tourismus.

8. bis 12. Januar 2006
Staigenberger Hotel
Saanen Gstaad

ANMELDUNG UND
INFORMATION

GastroSuisse Weiterbildung
Blumenfeldstrasse 20
8046 Zürich
T 044 377 55 30
F 044 377 55 92
weiterbildung@gastrosuisse.ch
www.gastrosuisse.ch

Wir danken unseren langjährigen Partnern




Eine Veranstaltung von
GASTROSUISSE

Hilcona

Frisch belegte Sandwichs aus der Industrie

■ Sandwichs sind der umsatzstarke Snack-Klassiker. Nun startet die Hilcona AG mit einer Industrie-Linie exklusiv für die Gastronomie.

Hilcona möchte ihren Gastro-Kunden das bieten, was diese bis anhin meist noch selber gemacht oder von einem handwerklichen Bäcker bezogen haben: Frisch belegte Sandwichs mit Tomate, Salatblatt und allem drum und dran. Die Sandwiches werden in der Tochterfirma, Hilcona Gourmet SA in Orbe in der Westschweiz, täglich frisch produziert, in einem Frischhaltebeutel abgepackt und haben eine Haltbarkeit von ein bis zwei Tagen. Der Kunde bestellt bis mittags, produziert wird am Abend, die Auslieferung erfolgt in der Nacht oder morgens kurz vor Öffnung des Lokales.

Ein paar Beispiele aus dem umfangreichen Sandwich-Sortiment der Liechtensteiner Firma: Baguette französische Art, mit Salami und Tomaten; Silserquadrätl mit Gruyère und Tomaten; Baguette mit Zigeunerschinken, Gurke und frischem Salat; Baguette mit Thoncreme und frischem Gartensalat. Je nach Brotsorte und Belegung bewegen sich die Gastro-Einkaufspreise zwischen Fr. 2.40 und Fr. 4.90. Die empfohlenen Verkaufspreise liegen zwischen Fr. 3.50 und Fr. 6.90. Das Gastro-Sandwich-Konzept wird erstmals an der Igeho 05 präsentiert. GSG

Halle 1.1, Stand C34

Nestlé Foodservice

Pasta für zwischendurch

■ Nach Barilla kommt jetzt Nestlé Foodservice mit echt italienischen Pastamahlzeiten für die Gastronomie. Die Nestlé-Pasta ist schon portioniert.

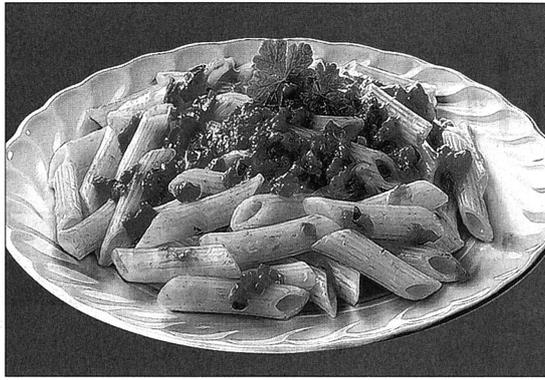
Gudrun Schlenzcek

Nachdem Barilla erst Ende letzten Monats italienische Pasta mit Sauce als fertiges Tiefkühlprodukt in der Schweiz für die Gastronomie lancierte (Bericht htr 41), folgt nun auch Nestlé mit einer TK-Pasta-Range unter der Marke Buitoni. Fünf Gerichte zu je 300 Gramm bestehend aus gefüllter oder ungefüllter Pasta mit Sauce und teilweise Gemüseanteilen stehen zur Auswahl. Tiefgekühlt in der Schale direkt in die Mikro-

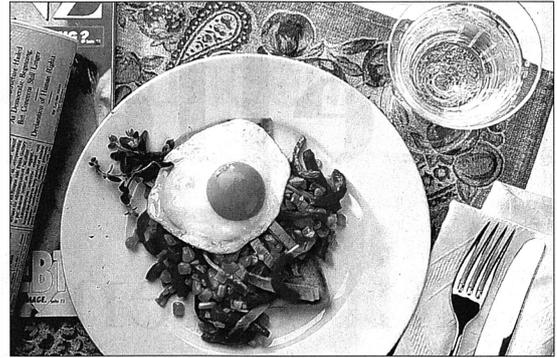
welle gegeben, sind die Portionen nach vier bis fünf Minuten servierbereit.

Die Nestlé-Pastagerichte werden wie jene von Barilla in Italien produziert: Auf dem italienischen Markt ist das Sortiment bereits erfolgreich eingeführt. Doch während Barilla Sosse und Teigwaren getrennt und als Kiloeinheiten anbietet, präsentieren sich die Buitoni-Neuheiten als echte Fertigmahlzeit. Der Name der Linie «Per il Bar» verortet bereits die Einsatzmöglichkeiten: Verpflegung an der Hotelbar oder im Café, für die kleine Karte zu Randzeiten etc. Tiefkühler und Mikrowelle sind über Nestlé Foodservice finanzierbar. Die Einkaufspreise pro Portion: Fr. 3.50 bis Fr. 4.30.

Halle 1.1, Stand C02



■ Fertigmahlzeit mit Italianatà. In fünf Minuten ist die Pasta servierbereit. Foto: zvg



■ Tierischer Genuss. Lecker auf dem Teller, angenehm fürs Tier: Der Schweizer Tierschutz möchte die Wirte zu einem ethisch bewussten Einkauf bewegen. Foto: zvg

Schweizer Tierschutz

Geniessen mit Herz statt Tierquälerei

■ Der Schweizer Tierschutz ist wieder Aussteller im «Centre Gastronomique». Denn ethische Momente werden beim Genuss immer wichtiger.

Zum zweiten Mal präsentiert sich der Schweizer Tierschutz STS an der Igeho in Basel. Food-Skandale wie Vogelgrippe oder Antibiotika-Missbrauch geben dem Tierschutz Aufwind. Die Konsumenten wollen je länger je mehr wissen, woher das Fleisch stammt und wie das Tier lebte. Eine tierfreundliche Haltung ist für die Nutztiere gesünder, verringert den Antibiotikaeinsatz und hilft Krankheiten vermeiden. Hans-Ulrich Huber, Geschäftsführer vom Fachbereich beim Schweizer Tierschutz in

Basel, freut sich auf die regen Diskussionen an der Gastgewerbemesse. «Vor allem die jungen Köche sind an dem Thema interessiert», so Huber. «Delikatessen aus der Folterkammer» bezeichnet der STS Gourmet-Spezialitäten wie Froschschenkel, Foie Gras, Kaviar, Haifischflossensuppe, Hummer, Mistkratzerli, Wachteln und Lachs. Auch von Fleisch aus konventioneller Haltung rät Huber ab und verweist auf den STS-Flyer «Labels für Lebensmittel».

Zeitgleich zur Igeho will man die neue Website «www.essenmitherz.ch» aufschalten. Hier sollen Gastronomen, die sich um ein tierfreundliches Angebot bemühen, vorgestellt werden. Einen eigentlichen Gastroführer, wie ihn der WWF mit dem «goût mieu» realisiert hat, plant der STS nicht. GSG

Anzeige

Ab heute kutschieren wir gemeinsam.



Wer bringt frisches Fleisch in die Gastküche? Wer bringt auserlesene Weine und Schaumweine in Ihren Keller? Und wer bringt den Genuss in die Gastronomie? Unter dem Motto «zusammen sind wir stark» haben sich drei Gastro-Spezialisten zusammengefunden um Synergien zu nutzen und so die Effizienz, das Preis-Leistungs-Verhältnis und dadurch den Service zum Wohle Ihrer Kunden zu steigern.

HOWEG • transGourmet Schweiz AG
Reservatstrasse 1 • 8953 Dietikon
Telefon 044 746 55 55 • Fax 044 746 55 56

www.howeg.ch

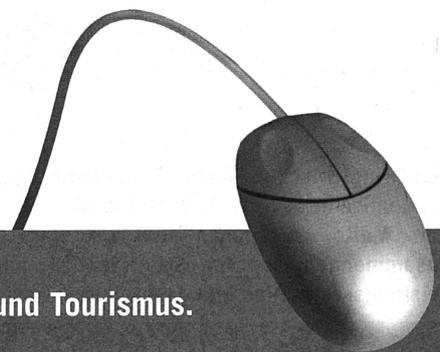
Besuchen Sie uns an der Igeho vom 19. - 23.11.2005 / Halle 1.1, Stand C27

Tellerwäscher,
mit allen Wassern
gewaschen, sucht Stelle
als Küchenhilfe.

jobs.htr.ch

htr

Vom Tellerwäscher zum Millionär mit dem neuen
Online-Stellenmarkt für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.
www.jobs.htr.ch



Igeho 2005

Die Events und Sonderausstellungen

Anlässe und Events:

– Samstag, 19.11.2005

09.45–11.15 Uhr: Prämierung und Medaillenübergabe der Schweizer Regionalprodukte. 11.30 Uhr: Präsentation der ausgezeichneten Regionalprodukte; Igeho Forum 05, Halle 2.2. 13.00–13.30 Uhr: Design – oder nicht sein? Igeho Forum 05, Halle 2.2.

– Sonntag, 20.11.2005

09.00–16.30 Uhr: Schweizer Cocktail-Meisterschaften 2005; Saal Luzern/Halle 1. Schweizer Nationalmannschaft der Pizza-Akrobaten (*Zeit bei Redaktionschluss noch unbekannt*); Halle 2.2/Stand D4. 17.30–24.00 Uhr: Verleihung «Best of Swiss Gastro Award» moderiert von Kurt Aeschbacher; Grosser Festsaal/Halle 1.

– Montag, 21.11.2005

08.45–11.00 Uhr: Symposium des Schweizer Verbandes für Gemeinschaftsverpflegung zum «Catering-Markt Schweiz»; Saal Luzern/Halle 1. 10.00–11.00 Uhr: Nominationsshow «Der Goldene Koch von KAD!» 2006 mit TV-Moderator Röbi Koller, anschliessend Apéro; Halle 1.1/Stand D21. 14.30 Uhr: Einrichtungstrends im Hotel; World of Inspiration, Halle 2.2/Stand G05. 14.30–15.00 Uhr: Expertengespräch mit «Wetterfee» Sandra Boner am Stand der Fidevision AG; Halle 2.1, Stand F43. 18.00–20.00 Uhr: «Kikkoman-Cocktail» mit den Top-Köchen Armin Amrein, Reto Mathis, Stefan Meier, Jacky Donatz, Franz Faeh; Halle 1.1, Stand B24.

– Dienstag, 22.11.2005

09.00–17.00 Uhr: «Symposium.Null.Fünf.» – der Gastro-Event von GastroSuisse und Igeho zum Thema «Balance – Gastronomie zwischen Gesundheit und Genuss»; Kongresszentrum Messe Schweiz MCH, Haupteingang Swissôtel Le Plaza, Basel. 11.00–13.00 Uhr: 14. Verleihung des Qualitätsgütesiegels für den Schweizer Tourismus mit Daniel Egloff, Direktor Basel Tourismus, und Guglielmo L. Brentel, Präsident hotellerieuisse; Igeho Forum 05, Halle 2.2/Stand H01. 13.00–14.00 Uhr: Referat Guglielmo L. Brentel, Präsident hotellerieuisse, zum Thema «Hochpreisinsel Schweiz»; Igeho Forum 05, Halle 2.2/Stand H01.

– Mittwoch, 23.11.2005

16.00–19.00 Uhr: Schlussfeier «Salon Culinaire Mondial 05»; Grosser Festsaal/Halle 1.

– Täglich vom 19. bis 21.11.2005

Ganzer Tag: Internationale Service-meisterschaft; täglich messen sich mehrere Teilnehmende in verschiedenen Disziplinen; Halle 1.0/Stand D99. Ab 17.00 Uhr: «ASSAM» – the future spa! Performance und Talkrunden; World of Inspiration, Halle 2.2/Stand G03. 16.30–18.00 Uhr: Siegerehrung «Salon Culinaire Mondial 05»; Sa. und So. Igeho Forum 05, Halle 2.2/Stand H01; Mo. und Di., Saal Luzern/Halle 1. Ca. ab 11 Uhr: Am Stand der Delico AG kocht zu jeder vollen Stunde ein Starkoch live ein Gourmet-Rezept mit Kikkoman-Soja-Sauce: Armin Amrein (19.11), Reto Mathis (20.11), Stefan

Meier (21.11), Jacky Donatz (22.11), Franz Faeh (23.11); Halle 1.1, Stand B24.

Sonderpräsentationen:

World of Inspiration mit den Themeninseln: Lichtlabor; «ASSAM» the future spa; wellSTYLE Hotel by JOI-Design; Hotellerie heute und die Vision für die Zukunft; Halle 2.2.

Salon Culinaire Mondial 05 (siehe Seite 23).

Igeho Forum 05 mit dem Branchenverband hotellerieuisse, der Hotelfachschule Thun und der Vereinigung Schweizer Innenarchitekten/-architektinnen VSIASAI; Halle 2.2, Stand H01; detailliertes Programm unter www.igeho.ch.

Nachwuchs-Corner getragen von der Igeho und den drei Branchenverbänden hotellerieuisse, GastroSuisse sowie Hotel & Gastro Union; Halle 1.0, Stand A98.

Centre Gastronomique: Der Marktplatz der kulinarischen Ideen und Events; Halle 2.1.

Erotik im Hotel: Drei stilvolle Hotelzimmer mit romantisch-erotischem Ambiente; Halle 2.2.

Parallelveranstaltung:

18.–21.11.05: 1. Internationale Whisky-Ausstellung in Basel; Hotel Ramada Plaza, 3. Stock.

Liste erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit



■ World of Inspiration. Namhafte Architekten und Innenarchitekten präsentieren auch an der diesjährigen Igeho innovative Erlebniswelten. Foto: zvg

Anzeige

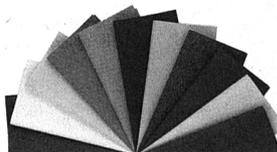
 **Kimberly-Clark®**
Professional



Schönheit so weit Ihr Auge reicht

Erreichen Sie die perfekte Vollendung mit TELA GUESTLINE® Servietten. Die markant-lebhaften Farben verleihen jedem Tisch das gewisse Etwas. Erhältlich in 11 kraftvollen Farbtönen sind sie die perfekte Ergänzung Ihrer Tischdekoration. Die Qualität der TELA GUESTLINE® Servietten wird auch Ihre Kunden begeistern. Weich und doch saugfähig lassen sie sich in kreative Formen falten – Ihre Kunden können den Unterschied sehen und spüren. Die Schönheit von Servietten erster Güte. Es überrascht daher nicht, dass Gastronomieprofis auf TELA GUESTLINE® Servietten vertrauen.

Für weitere Informationen besuchen Sie bitte www.kcprofessional.com

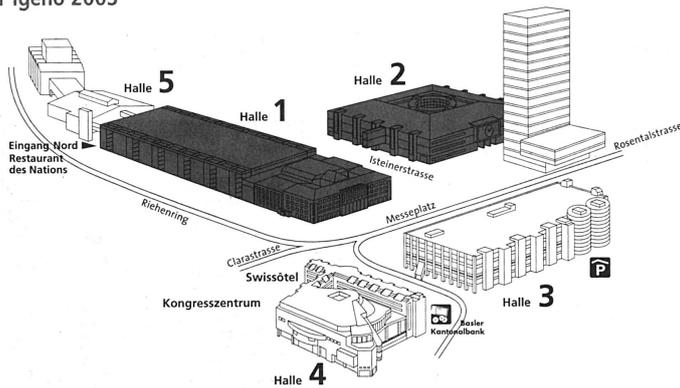


Tela Guestline® Die Wahl der Profis

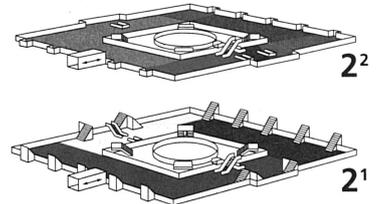
Igeho 2005 in Kürze

Datum: Samstag, 19. bis Mittwoch, 23. November 2005
Ort: Messezentrum Basel, Hallen 1 und 2
Veranstalter: MCH Messe Schweiz (Basel) AG
Öffnungszeiten: täglich von 9.00 bis 18.00 Uhr
Eintritt: Tageskarte Fr. 60.–
Internet: www.igeho.ch
E-Mail: info@igeho.ch

Hallenübersicht der Igeho 2005



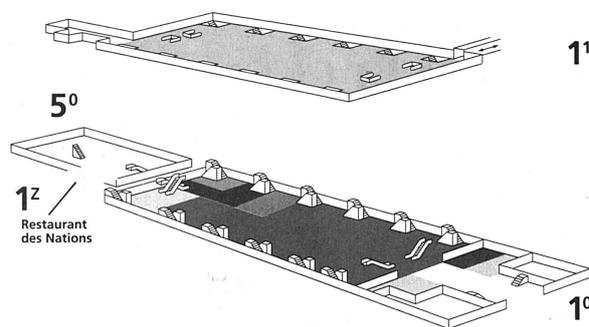
Halle 2



Übersicht Halle 1

- Nahrungsmittel und Getränke Halle 1¹
- Hotel & Gastro Union Halle 1⁰
- Salon Culinaire Mondial Halle 1⁰
- Dienstleistungen Halle 1⁰
- Nachwuchs-Corner Halle 1⁰
- Technik und Hygiene Halle 1⁰
- GastroSuisse Halle 1⁰
- Kinderland Halle 1⁰

Halle 1



Übersicht Halle 2

- Centre Gastronomique Halle 2²
- Einrichtungen Halle 2²
- Sonderpräsentation «Erotik im Hotel» Halle 2²
- Igeho Forum 05
(mit hotelleriesuisse, Hotelfachschule Thun
und Vereinigung Schweizer Innenarchitekten) Halle 2²
- World of Inspiration Halle 2¹
- Organisation und Informatik Halle 2¹
- Restaurant- und Hotelbedarf Halle 2¹
- Service Halle 2¹

Anzeige

Besuchen Sie uns in Basel

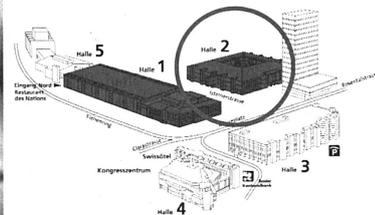
Vom 19. bis 23. November 2005 findet in Basel die 21. Igeho statt. hotelleriesuisse wird zusammen mit der Hotelfachschule Thun (HFT) und der Vereinigung der Schweizer Innenarchitekten (VSI) im neu geschaffenen Forum auftreten, das unter dem Motto «meet eat drink think» stattfindet. Das Forum soll als Networking- und Knowhow-Plattform mit Fachvorträgen und Infoständen dienen. Darin befindet sich auch eine stilvolle Lounge, inklusive der längsten Bar der Messe.

hotelleriesuisse an der Igeho 2005

Der Stand im Überblick

Der Stand von hotelleriesuisse, an dem auch die hotel+tourismus revue und hoteljob präsent sind, wird sich in der Halle 2 im 2. Stock befinden und hat die Standnummer H01.

So finden Sie uns:



Informationen zur Igeho sowie zum Igeho Forum finden Sie unter www.igeho.ch oder unter www.hotelleriesuisse.ch.

Wir freuen uns, Sie an der Igeho 05 am Stand von hotelleriesuisse begrüßen zu dürfen.

hotellerie
suisse
www.hotelleriesuisse.ch

Führungsfachfrau/-mann

mit eidg. Fachausweis

Ausbildung mit Schwergewicht Dienstleistungsbranchen insbesondere Hotellerie, Gastronomie, Tourismus

5 Module im **Lehrgang Leadership**: Sozialkompetenz erweitern und das eigene Führungsverhalten weiter entwickeln. Mit Zertifikat Leadership SVF.

10 Module im **Lehrgang Management**: betriebswirtschaftliche Themen verständlich und stufengerecht. Mit Management-Diplom AKAD, gleichwertig zum Zertifikat Management SVF.

Mit diesen Ausweisen und mit mindestens einem Jahr Führungspraxis sind Sie zur eidg. Berufsprüfung zugelassen und können den Titel «Führungsfachfrau/-mann mit eidgenössischem Fachausweis» erwerben.

Start zum Lehrgang Leadership: 19. Juni 2006
Durchführungsort: AKAD Zürich

Ein Kooperationsprojekt AKAD Business, Zürich und Weiterbildung hotelleriesuisse, Bern

Anmeldung,
Administration, Information:
hotelleriesuisse Weiterbildung
Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
Telefon 031 370 43 01
Telefax 031 370 42 62
weiterbildung@hotelleriesuisse.ch
www.hotelleriesuisse.ch/weiterbildung

AKAD BUSINESS

hotellerie
suisse

Barilla S.A.
Pasta in einer Minute



An der Igeho präsentiert Barilla Food-Service eine neue Produktlinie vorgekochter, vorgesalzener und in Einzelstücken tiefgekühlter Pasta. Zum neuen Pastakonzept gehört eine reiche Auswahl an frischen, nicht pasteurisierten Tiefkühl-Saucen. In nur einer Minute kann so ein vorzügliches, authentisch italienisches Pastagericht zubereitet werden. Diese TK-Pasta-Linie lässt sich einfach und vielseitig im Steamer, in kochendem Wasser, in der Pfanne und in der Mikrowelle zubereiten.
Barilla S.A.
Zugerstrasse 76b
6340 Baar
Telefon 041 767 00 80
Fax 041 767 00 89
FoodService.CH@barilla.it
www.barilla.com
Igeho: Halle 1.1 / Stand B28

Blaser Café AG
Côte d'Azur, der neue Kaffeetrend



Pünktlich auf die Igeho lanciert Blaser Café AG wiederum ein trendiges Kaffee-konzept. Und zwar für die Liebhaber eines mittel gerösteten und vollaromatischen Kaffees, der sich speziell für Café Crème eignet. Dabei werden erstmals einige auserlesene Specialties in unkonventioneller Weise gemischt. Das Resultat: ein verführerischer Kaffee mit mediterranem Aroma. In den vergangenen Jahren beschäftigte sich die Kaffeeindustrie mit dunklen Espresso-mischungen. Viel Konsumenten bevorzugen aber nach wie vor einen weniger konzentrierten, lieblichen Kaffee. Genau hier bringt jetzt der Berner Röster eine Innovation. Côte d'Azur ist aber nicht nur eine Kaffeemischung, sondern ein ganzes Kaffee-konzept. Wie von Blaser Café gewohnt, gehören dazu das passende, trendige Geschirr, Zuckerportionen in völlig ungewohnter Verpackung und eine ganze Reihe von neuen Rezepturen.
Blaser Café AG
Güterstrasse 4
3001 Bern
Telefon 031 380 55 55
Fax 031 380 55 40
blaser-cafe@blaser-cafe.ch
www.blaser-cafe.ch
Igeho: Halle 1.1 / Stand B74

Brita AG
AquaQuell Purity System



Ganz neu auf dem Markt ist der Flowmeter. Ein integrierter Sensor misst den Wasserverbrauch, und die Anzeigeeinheit zeigt die aktuelle Restkapazität an. Der Kartuschenwechsel bei Erschöpfung ist somit sichergestellt. Der Umgang mit den AquaQuell-Purity-Systemen wird deutlich erweitert. Die Fernanzeige garantiert kontinuierliche und rückschonende Kontrolle der Restkapazität des Filters auf Augenhöhe.
Brita AG
Gasmatt 6
6025 Neudorf
Telefon 041 932 40 27
Fax 041 930 30 74
info-ppd@brita.net
www.brita.ch
Igeho: Halle 2.1 / Stand G50

Cafina AG
Kaffeevollautomat Cafina Alpha



Die Cafina Alpha und verrät auf den ersten Blick, dass sie neue Masstabs setzt. Nebst der kompakten Form steht das unverwechselbare Design. Deutlich zu sehen ist dies auch an dem innovativen Touchpanel aus Glas. Grosse Tasten und beleuchtete, gut ablesbare Anzeigen machen das Anwenden einfach. Über 100 Kaffee- und Milchspezialitäten lassen sich programmieren. Einzigartig ist die Möglichkeit zur Verarbeitung und Lagerung von zwei verschiedenen Milchsorten. Das integrierte «Milk-Jet»-System garantiert perfekten Schaum in höchster Geschwindigkeit und gleichzeitig, durch das vollautomatische Reinigungssystem, beste Hygiene-sicherheit (HACCP konform).
Cafina AG
Römerstrasse 2
5502 Hunzenschwil
Telefon 062 889 42 42
Fax 062 889 42 89
info@cafina.ch
www.cafina.ch
Igeho: Halle 2.1 / Stand G30

Cecchetto
Professionelle Kaffeezubereitung



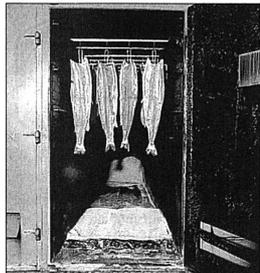
Mit «Cecchetto Professional» stellt Cecchetto Espresso Systems, Exklusiv-Importeur der Lavazza-Espresso-Point-Systeme, an der Igeho eine Weltneuheit für den professionellen Gastrobereich vor: den erstmaligen Einsatz einer professionellen Kapselsystem-Lösung – Espresso Point Blue genannt – für die Kaffeezubereitung auf höchstem Niveau. Durch das wegweisende Cecchetto-Operating-System gelangen Gastrobetriebe ohne jedes Investment zu einer professionellen Lösung. Die lebenslange Garantie und kostenlose Wartung der «Cecchetto-Professional»-Systeme entbinden den Gastroprofi von hohen Zusatzkosten. Ob Espresso, Cappuccino oder Latte Macchiato: Das ausgeklügelte Kapselsystem für den Gastronomiebereich mit dem eigens hierfür entwickelten Kaffee-Extraktionssystem erlaubt die schnelle und einfache Zubereitung von zahlreichen Köstlichkeiten und gewährleistet den jederzeit gleichbleibenden Genuss in Topqualität.
Cecchetto Espresso Systems
Kaffeestrasse 10
8180 Bülach
Telefon 043 305 03 03
Fax 043 305 03 37,
info@lavazza.ch
www.lavazza.ch
Igeho: Halle 2.1 / Stand F11

Check-In Data AG
Total Integration

CHECK IN DATA

Total Integration – so lautet das Motto des diesjährigen Messeauftritts der Check-In Data AG. Zur Check-In Data Gruppe gehören auch die Tochterfirmen RoomWeb AG, Definitive Solutions AG und die Rebag Treuhand- und Beratungsstelle für das Gast-gewerbe AG. Durch die Integration der drei Tochterfirmen in die Check-In Data Gruppe wird den Kunden ein vielfältiges Angebot an Dienstleistungen geboten: Von hochwertigen IT-Gesamtlösungen und Internet für den Gast, über Webhosting bis hin zum Outsourcing des Rechnungswesens eines Hotel- oder Gastrobetriebs. Die Angebotspalette ist ganz auf die Bedürfnisse der Hotellerie und Gastronomie abgestimmt.
Check-In Data AG
Rainstrasse 1
CH-8143 Sellenbüren
Telefon 044 701 96 96
Fax 044 701 96 97
www.checkindata.com
Igeho: Halle 2.1 / Stand D30

Dyhrberg AG
Erste Schweizer Lachsräucherei



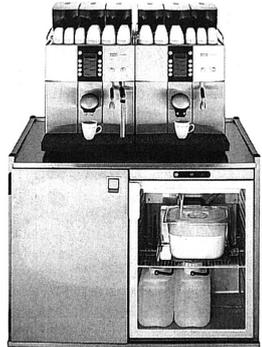
Dyhrberg präsentiert an der Igeho die bekannten Räucherspezialitäten. Die manuell verarbeiteten Fische werden von Hand gesalzen und im Steinofen nach traditioneller Art heiss- oder kaltgeräuchert. Präsentiert werden Spezialitäten wie der geräucherte Zuchtstör aus Italien, heissgeräucherte Black-Tiger-Crevetten oder das delikate Lachs-Tatar. Tiefgekühlte Fische und Krustentiere sind aus der modernen Küche nicht mehr wegzudenken. Als Neuheit präsentiert Dyhrberg rohen Hummer ohne Schale, tiefgekühlt. Neu Einzug ins Sortiment findet ebenfalls der Wolfsbarsch. In Filets ohne Haut, lose gefroren. Bereits seit einem halben Jahr im Sortiment findet der Fischliebhaber die Mahi-Mahi (Goldmakrele) – als Filets ohne Haut. Der milde Geschmack und die feste Konsistenz begeistern immer mehr Küchenchefs.
Dyhrberg AG
Solothurnerstrasse 40
4710 Klus-Balsthal
Telefon 062 386 80 00
Fax 062 386 80 19
admin@dyhrberg.ch
www.dyhrberg.ch
Igeho: Halle 1.1 / Stand B21

Fidevision AG
Die F&B-Logistiklösung



Eine neue Branchensoftware auf Abacus-Basis vereinfacht das Beschaffungswesen. Anbieterin ist die Fidevision AG, eine langjährige Abacus-Vertriebspartnerin, die Interessierten ihr Produkt an der Igeho vorführen wird. Die F&B-Logistiklösung von Fidevision automatisiert eine ganze Reihe von Vorgängen, wie z.B. die Warenein- und -ausgänge, den Datentransfer zwischen Verkauf und Lager und sogar die Bestellungen. Gleichzeitig ermöglicht das System verschiedenste Auswertungen. Einkäufer und F&B-Manager haben damit jederzeit den Überblick und verfügen über wertvolle Zahlen für Unternehmensentscheide. Die F&B-Logistiklösung besteht aus verschiedenen Bausteinen. Auch einzelne davon bringen bereits wesentliche Verbesserungen. Für kleinere Budgets bietet die Fidevision günstige Einsteigerpakete.
Fidevision AG
Eichwatt 5
8105 Watt-Regensdorf
Telefon 044 738 50 70
Fax 044 738 50 80
info@fidevision.ch
www.fidevision.ch
Igeho: Halle 2.1 / Stand F43

Franke Kaffeemaschinen AG
Clevere Neuerungen



Beste Kaffeequalität und effizientes Handling zeichnen die Franke Kaffeemaschinen AG aus. Jetzt warten die Kaffeemaschinen-Spezialisten bei der Flair, der Evolution und der Sinfonia mit neuen praktischen Features auf. Milch verlangt höchste Sorgfalt im Hinblick auf Hygiene und Zubereitung. Mit dem Franke Milchsystem sind Reinigung und Milchverarbeitung auf Knopfdruck erledigt. Extended Fast Milk System umfasst verschiedene neue Entwicklungen rund um das Milchsystem. Der 10-Liter-Milchbehälter für die Lagerung im bestehenden Untertheken-Kühlschrank ist die ideale Milchlösung bei eingeschränktem Platzverhältnissen.
Franke Kaffeemaschinen AG
Dorfbachstrasse 2
4663 Aarburg
Telefon 062 787 36 07
Fax 062 787 30 31
kmch@franke.com
www.franke-cs.com
Igeho: Halle 2.1 / Stand G40

FreeTable.ch
Online-Reservierungen



Der erste kostenlose Webservice für Online-Tischreservierungen ist auf dem Markt. Gäste können einfach und jederzeit via Internet einen Tisch in ihrem Lieblingsrestaurant reservieren und ihre Freunde gleich einladen. Die Gastgeber erhalten die Reservationen per E-Mail oder SMS und können auf freetable.ch ihren Betrieb individuell konfigurieren. Und dies völlig kostenlos! Diesen neuen Service findet man zusätzlich auf den renommierten Online-Restaurantführern.
FreeTable.ch
Cobolt Net Services
Branding House
Affolternstrasse 52
8050 Zürich
Telefon 044 388 44 00
Fax 044 388 44 99
info@freetable.ch
www.freetable.ch
Igeho: Halle 2.1 / Stand E65

GASTROdat Schweiz GmbH

Hotelmanagement für Windows



GASTROdat wurde 1992 in Salzburg gegründet. Die Marktführerschaft, mit über 1500 Installationen europaweit, bestätigt unsere Firmenphilosophie.

– **GASTROdat:**

Alle Betriebsgrößen, Zimmer-, Wellness-, Seminar-, Benutzer-, Gruppen-, Debitoren-, Gästekartei- und Korrespondenz-Verwaltung mit integriertem PDF-Modul, Serien-Brief-, Fax und E-Mail, Statistik, Faktura, Kassabuch, Mandantenfähigkeit, Rechenzentrums-lösung.

– **GASTROweb:**

Elektronisches Gästebuch, Onlinebuchung (Zimmerplan), Buchungssystem für Region-Hotelgruppen, Verteiler für externe Reservierungsbuchungssysteme, XML-Transferclient, Link zur bestehenden Homepage.

– **GASTROdat-Schnittstellen:**

Kassen, Telefon, Pay-TV, Türschliesssysteme, Skidata, Freimeldungs-Modul, Ressourcenplanung, Wellness, Sauna, Bankett-/Seminarverwaltung, Outlook, Übernahme von Gästedaten aus Fremdsystemen, Fernwartung.

GASTROdat Schweiz GmbH

Schleifetobelweg 5

8810 Horgen

Telefon 044 770 27 37

Fax 044 770 27 32

info@gastrodat.ch

www.gastrodat.ch

Igheo: Halle 2.1 / Stand E46

GastroSoft GmbH

Neue Lager- und Getränke-Software



Mit der ausgeklügelten Lager-Software für kleine und mittlere Betriebe haben Sie Ihre Artikel, Lieferanten und Renditen im Griff. Bestellformulare und Inventarlisten werden automatisch als Excel-Dateien erstellt. Ein Kalkulationsprogramm für die Renditen unterstützt Sie bei Ihrer Kostenkontrolle. Bei der Getränke-Software stehen ein ausführlicher Bildungsteil und ein Lexikon zur Aus- und Weiterbildung bereit. Videos für den Service an der Bar inklusive einer Datenbank mit 1666 Drink-Rezepturen und einer Stockliste runden die Software ab.

GastroSoft GmbH

Oberdorfstrasse 6

8965 Berikon

Telefon 041 420 04 10

Fax 041 420 00 24

info@gastrosoft.ch

www.gastrosoft.ch

Igheo: Halle 2.1 / Stand E65

Hiestand Schweiz AG

Attraktive Herbst-Neuheiten



Für Sie erweitert die Bäckerei Hiestand ihr Angebot mit einem bunten Strauss «gluschtiger» Herbst-Neuheiten.

– **Swiss Cakes Schoggi & Zitrone:**

Der von allen geliebte Cake als impulsstarke Single-Portion im attraktiven Backförml. Traditionell hergestellt aus hochwertigen, naturbelassenen Rohstoffen.

– **Salami Gipfel – das kulinarische**

Erlebnis der besonderen Art:

Endlich eine der beliebtesten Sandwich-Füllungen als hochwertiger Backwaren-Snack. Ideal geeignet – ob kalt oder auch warm – für den Verzehr während des ganzen Tages.

– **Vivaldi – das innovative Saison-**

Konzept für Backwaren:

Vivaldi läutet die Wintersaison ein. Neu mit zwei schmackhaften, handwerklichen Spezialitäten-Brotten und einem verführerischen Plunder – natürlich wieder mit jahreszeitlich abgestimmten Zutaten und Füllungen.

Hiestand Schweiz AG

Ifangstrasse 9

8952 Schlieren

Telefon 044 738 43 10

Fax 044 730 80 54

info@hiestand.ch

www.hiestand.ch

Igheo: Halle 1.1 / Stand C80

Howeg

EasyScan und weitere Neuheiten



Wir zeigen Ihnen gemeinsam mit Bell Gastro Service und dem Cave Howeg Sortiments- und Dienstleistungsschwerpunkte. So zum Beispiel Erweiterungen in unseren Wein- und Fleischsortimenten oder aber das zeitsparende und bewährte Bestell- und Inventursystem EasyScan. Auch an der Igheo ist uns das Engagement für die Kochjugend wichtig. So haben Sie die Möglichkeit, mit der erfolgreichen Jugend-Kochnationalmannschaft des Schweizer Kochverbands, die von Howeg aktiv unterstützt wird, am Montag zwischen 12 und 13 Uhr an unserem Stand zu plaudern. Wollen Sie sich über gusto06, den Lehrlingskochwettbewerb in Zusammenarbeit mit dem Schweizer Kochverband, informieren, sind Sie am Howeg-Stand am richtigen Ort. Auch dieses Jahr liegt ein interessanter Wettbewerb mit tollen Preisen auf, der Hauptgewinn führt Sie nach Reims und bietet Ihnen alles zum Thema Champagner Taittinger und Frankreich.

Howeg

Reservatstrasse 1

8953 Dietikon

Telefon 044 746 55 55

Fax 044 746 55 56

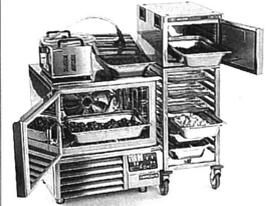
contact@howeg.ch

www.howeg.ch

Igheo: Halle 1.1 / Stand C27

Hugentobler AG

Wir stärken die Branche



Hugentobler bleibt dem Motto «Innovation bleibt unser Rezept» auch in diesem Jahr treu.

– **Freeze'n'go mit FrigoJet:**

Kernstück von freeze'n'go ist der FrigoJet, die neue Eigenmarke von Hugentobler. Mit diesem Schockfroster kühlen Sie Ihre Speisen mit – 40 °C herunter.

– **Der Kombisteamer Practico:**

Automatik ist zwar gut – und die beherrscht der Practico mit seinen 200 Programmen auch – aber gesunder Kocherstand ist besser. Der praktische Quereinschub ermöglicht eine sichere Einhandbedienung.

– **Der Hold-o-mat:**

Moderne Kochsysteme wie Garen über Nacht, Warmhalten, Cook & Hold oder freeze'n'go werden mit dem Hold-o-mat perfekt realisierbar.

Auf unserer Website erfahren Sie, wann die Kochnationalmannschaft an unserem Stand auftreten wird. Ausserdem ist auf der Website auch unser Igheo-Wettbewerb zu finden.

Hugentobler AG

Grubenstrasse 107

3322 Schönbühl

Telefon 031 858 17 17

Fax 031 858 17 15

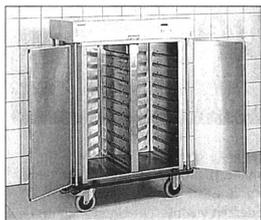
info@hugentobler.ch

www.hugentobler.ch

Igheo: Halle 1.0 / Stand C04

Hupfer Schweiz AG

Neue Kühleinheit FreeZeo



Einen ganz neuen Ansatz in der Küchenlogistik stellt Hupfer Schweiz AG anlässlich der Igheo vor. Gemeint ist FreeZeo – die intelligente, unabhängige Kühleinheit. Damit kommt laut Hupfer die Neuerung im Bereich der Küchenlogistik. FreeZeo steht dabei für Free = «frei und unabhängig» und Zeo für Zeolith-Technik. Hupfer hat sich die weltweiten Lizenzrechte für den Bereich der Zeolith-Technik im Markt der Küchenlogistik gesichert. Mit dieser Technik will der Spezialist für Küchenlogistik keinen Dauerstrombetriebenen Kühlschrank oder gar Gefrierschrank ersetzen. Das Ziel ist es vielmehr, eine mobile, unabhängige und regelbare, intelligente Kühlung bei den verschiedensten Einsatzzwecken zur Verfügung zu stellen. Die vielen Anwendernutzen, die sich daraus für die gewerblichen Küchen ergeben, werden neue Möglichkeiten bei Speisentransport und -ausgabe schaffen.

Hupfer Schweiz AG

Im Langacker 20A

5405 Dättwil AG

Telefon 056 470 46 40

Fax 056 470 46 41

info@hupfer-schweiz.ch

www.hupfer-schweiz.ch

Igheo: Halle 1.0 / Stand B17

Illycaffè AG

Exklusive Grands Crus



Zu den begehrtesten Röstmischungen von Illycaffè gehören die exklusiven Grands Crus, die Gourmet-Serie. Dafür werden hochwertige Kaffeebohnen gemischt und anschliessend nach drei unterschiedlichen Rezepturen geröstet. Zur Gourmet-Serie gehört «Venezia», die Milde: Diese Qualität ist eher hell und entsprechend bekömmlich – ideal also für Café Crème, Caffè Lungo oder Cappuccino auf Gourmet-Niveau. «Napoli» wiederum verströmt rassige, süditalienische Leidenschaft, so wie es Genieser von einem Ristretto oder Espresso erwarten. Der jüngste Spross heisst «Milano». Er ist intensiv im Geschmack und entspricht damit den Ansprüchen der Ristretto-Liebhaber, ein hocharomatischer Kaffee mit feiner Säure und fast süsslichem Finale.

Illycaffè AG

Wiesengrundstrasse 1

8800 Thalwil

Telefon 044 723 10 20

Fax 044 723 10 21

illycaff@illycaff.ch

www.illycaff.ch

Igheo: Halle 1.1 / Stand C26

Kadi AG

Fernweh – mit neuen Snacks



Arancini aus Sizilien, Samosas aus Indien und Jalapeños aus Mexiko: Die neuen Snacks von Kadi bringen den Duft der grossen weiten Welt in die einheimische Küche. Alle Produkte werden nach authentischen Rezepten in gewohnt einwandfreier Kadi-Qualität hergestellt, sind einfach im Handling und vielseitig einsetzbar – als Snack und Apéro ebenso wie als Vorspeise und als Beilage zu Hauptgerichten. Sie können direkt aus dem Tiefkühler im Backofen oder in der Friteuse zubereitet werden. Probieren Sie die neuen Snacks von Kadi an der Igheo.

Kadi AG

Kühl- und Tiefkühlprodukte

Thunsteinstrasse 27

4901 Langenthal

Telefon 062 916 05 00

Fax 062 916 06 80

info@kadi.ch

www.kadi.ch

Igheo: Halle 1.1 / Stand D21

Nestlé Suisse S.A.

Vier Welten unter einem Dach



– **On the Go:**

Der Glace-Bereich mit vielen Neuheiten, attraktiven Verkaufsmöbeln und weiteren Überraschungen unter der Marke Frisco sowie der Premium Glace-Marke Imperial.

– **Snack-World:**

Sind Sie im Bereich der Schnellverpflegung tätig oder suchen Sie geeignete Produkte für Ihren Betrieb?

– **Ristorante Mediterraneo:**

Nestlé FoodServices offeriert Ihnen eine Fülle von kulinarischen Köstlichkeiten aus der mediterranen Küche unter den Marken Buitoni, Sasso, La Pasticceria und Antica Gelateria del Corso. Überzeugen Sie sich bei einer Degustation.

– **Nutrition, Health and Wellbeing:**

Dieser Bereich steht ganz unter dem Motto der gesunden, leichten Ernährung sowie der leichten Vollkost. Vom neuen Konzept «Nestlé Menu-komponenten» sowie den «Maggi Wellness-Produkten» werden auch Sie begeistert sein.

Nestlé Suisse S.A.

FoodServices

Blumenfeldstrasse 15

9401 Rorschach

Telefon 071 844 85 30

Fax: 071 844 87 19

nestle.foodservices@ch.nestle.com

www.nestlefoodservices.ch

Igheo: Halle 1.1 / Stand C02

Pistor

Ihr Gastro-Marken-Lieferant



Dank dem auf die moderne Gastronomie zugeschnittenen Sortiment hat sich Pistor als einer der bedeutendsten und leistungsfähigsten Lebensmittel-Grossisten etabliert. Nebst dem umfassenden Gastro-Marken-Sortiment zeigt Pistor schwerpunktmässig die folgenden Highlights:

– **Markenprodukte in zwei Vitrinen:** Lieferanten zeigen in zwei Vitrinen ihre Neuheiten am Markt.

– **PistorPlus:**

Aus dem Verrechnungsverkehr wird PistorPlus. Die rationelle Einkaufshilfe. Vorteile für den Lieferanten wie auch für Kunden.

– **Toastbrot in moderner Plattenform:** Schnell und effizient Apéros kreieren – dank der Plattenform sparen Sie Zeit und Ihre Kreationen gelingen im Nu.

– **MenuVite-Menukomponenten:** Schonend hergestellte «Sous-vide»-Gerichte für die moderne Gastronomie.

Pistor

Bäcker-Konditor-Gastro-Service

Hasenmoosstrasse 31

6023 Rothenburg

Telefon 041 289 89 89

Fax 041 289 89 90

info@pistor.ch

www.pistor.ch

Igheo: Halle 1.1 / Stand B36

Prodega CC / Growa CC

«Lust auf Frische» im Grossformat



Der grosszügige Stand des Schweizer Marktleaders im Abholgrosshandel ist ganz auf das Thema «Lust auf Frische» ausgerichtet: An der grossen Bar oder in der gemütlichen Sitzcke werden die Kunden und Gäste mit Exklusivitäten verwöhnt. Auch dieses Jahr werden die Kunden von den CC-Geschäftsführern und ihren Mitarbeitenden persönlich begrüsst und nach dem Motto von Prodega – «Heute sind Sie unser Gast» – willkommen geheissen. Die Gäste können sich von Exklusivitäten wie z.B. den Apéro-Produkten der Eigenmarke «Excellency» überzeugen. Wie sich der neue Stand präsentieren wird, bleibt bis zur Eröffnung ein Geheimnis. Doch so viel sei verraten: Das Thema «Lust auf Frische» wird im Grossformat gezeigt. Ehemalige Schüler der Dimitri-Clownschule sind für die Animation verantwortlich. Rund um das Thema «Frische» werden sie akrobatisch die CC-Kunden begeistern – am Prodega-Stand, aber auch auf dem ganzen Messegelände. Prodega CC / Growa CC
Lochackerweg 5
3302 Moosseedorf
Telefon 031 858 48 48
Fax 031 858 48 95
contact@prodega.ch
www.prodega.ch
Igeho: Halle 1.1 / Stand C45

M. Schaerer AG

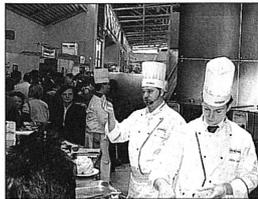
Schaerer Coffee Art



Die Unternehmen M. Schaerer AG und WMF (Schweiz) AG sind erstmals mit einem gemeinsamen Stand vertreten. Das Angebot umfasst qualitativ hochwertige Kaffeefullautomaten für jede Betriebsgrösse, Schankanlagensysteme zur exakten Kontrolle und Bonierung des Getränkeauslasses sowie Tabletop-Artikel, die bezüglich Design, Funktionalität und Qualität erste Wahl sind. Die Schaerer Coffee Art ist die ideale Wahl für kleine bis mittlere Gastronomie-Betriebe sowie für den Bürobereich. Das platzsparende Einsteigermodell begeistert durch seine grosse Produktvielfalt in erstklassiger Espresso-Qualität und mit seinem wellenförmigen Design. Zwei Mühlen gehören zur Grundausstattung, die Bohnenbehälter mit neuem Verschlussystem können einfach demontiert und gereinigt werden. Der Kaffeeauslauf mit dem integrierten Milch-Schäumer für cremigen Cappuccino-Schaum kann in der Höhe stufenlos verstellt werden. M. Schaerer AG
Kaffeemaschinen
Gewerbstrasse 15
3302 Moosseedorf
Telefon 031 858 51 11
Fax 031 858 51 40
www.schaerer.com
info@schaerer.com
Igeho: Halle 2.1 / Stand H30

Rational Schweiz AG

SelfCooking Center



Ein Gerät, das den Garprozess vollautomatisch steuert und überwacht? Köche, Fachpresse sowie die Industrie waren gleichermassen skeptisch wie neugierig. Heute, genau ein Jahr nach der Produkteinführung, gibt es keinen Zweifel mehr. Die Rational AG hat die Küche mit dem SelfCooking Center zum wiederholten Male revolutioniert und überzeugt. Kunden aus allen Bereichen, ob Restaurant, Hotel, Krankenhaus oder Gemeinschaftsverpflegung, sind begeistert. Auch die Fachwelt zeigt sich äusserst beeindruckt und bestätigt die Ausnahmestellung des SelfCooking Center durch viele Auszeichnungen. Die einzigartige Nutzenbotschaft rund um das neue SelfCooking Center wird Rational auf der Igeho präsentieren. Neben ständigem Frontcooking wird es täglich acht halbstündige Shows im Rational Theater geben. Es geht darum zu sehen, zu hören, zu schmecken und zu riechen. Rational wird ein Feuerwerk für die Sinne anbieten und dazu gibt es jede Menge handfeste Informationen. Rational Schweiz AG
Rainweg 8
4710 Balsthal
Telefon 062 797 34 44
Fax 062 797 34 45
info@rational-schweiz.ch
www.rational-schweiz.ch
Igeho: Halle 1.0 / Stand C34

Rebag Data AG

Protel Hotelsoftware



Für die erfolgreiche Führung eines Gastbetriebes sind moderne Informatiklösungen unentbehrliche Arbeitsinstrumente. Die Rebag Data AG trägt seit über 20 Jahren diesen Ansprüchen Rechnung und bietet für Betriebe jeder Art raffinierte Hotelösungen. Für kleinere Hotels eignet sich die modular ausbaufähige Lösung «protel smart». In grösseren Hotels unterstützt «protel SQL Front Office» alle Abläufe und lässt mit den Modulen «Bankett» & Seminarverwaltung, Sales & Marketing keine Wünsche offen. Die Zentrallösung «protel SQL MPE/HQ» deckt jegliche Bedürfnisse von Hotelkooperationen ab. Als vollständig in «protel» integrierbare Wellness-Lösung hilft «emSPA», effizient zu planen. Die «keys»-Warenbewirtschaftung garantiert Übersicht im F&B Bereich, während die Objektverwaltung den Überblick über das Inventar behält. Rebag Data AG
Hotelinformatik
Einsiedlerstrasse 535
8813 Horgen
Telefon 044 711 714 70
Fax 044 711 74 29
hotelinformatik@rebag.ch
www.rebag.ch
Igeho: Halle 2.1 / Stand D50

Schwob & Co. AG

Innovative Akzente setzen



Die älteste, noch vollständig erhaltene Leinenweberei der Schweiz verbindet die Erfahrung von Generationen mit den technischen Mitteln des 21. Jahrhunderts. Mit modernsten Jacquard-Maschinen lässt sich fast jede Idee umsetzen. Kleinserien und Nachlieferung in kurzer Zeit sind kein Problem. Der Mietwäsche-Vollservice ist eine Alternative zur hoteleigenen Lingerie. Die Wäsche in Schweizer Spitzenqualität zirkuliert exklusiv im Hause des Kunden. Die neuartige Wäsche mit Nano-Technologie verfügt über einen unsichtbaren, stark schmutzabweisenden Schutzschild und ist widerstandsfähiger gegen mechanischen Abrieb. Schwob & Co. AG
Leinenweberei
Kirchbergstrasse 19
3401 Burgdorf
Telefon 034 428 11 11
Fax 034 428 12 22
contact@schwob.ch
www.schwob.ch
Igeho: Halle 2.1 / Stand C10

Romer's Hausbäckerei AG

Wellness im Brot: reich an Energie



Aloe-Vera-Pflanze, mit Kleie, Sonnenblumen- und Kürbiskernen sind geradezu eine Energiebombe. Reichhaltig und schmackhaft sind die Backwaren aus der neuen Wellness-Linie. So wie das 380-g-Aloe-Vera-Brot und das 95-g-Aloe-Vera-Brötchen. Der Verzehr dieser Produkte ist nicht nur purer Genuss, er liefert auch eine geballte Ladung an Mineralien und wichtigen Vitaminen, welche die körpereigenen Abwehrkräfte stärken. Bereits zwei Scheiben Brot decken den halben Tagesbedarf an Vitamin C, E und Provitamin A. Neben den Aloe-Vera-Backwaren bereichern auch Kleiebrötchen, Kürbiskernen-Brötchen und Sonnenblumenkernen-Brötchen die Wellness-Linie. Denn längst gehört zum Wohlbefinden mehr als nur die Körperpflege: Eine abwechslungsreiche und vollwertige Ernährung liegt im Trend. Romer's Hausbäckerei AG
Neubachstrasse
CH-8717 Benken SG
Telefon 055 293 36 36
Fax 055 293 36 37
info@romers-hausbaeckerei.ch
www.romers-hausbaeckerei.ch
Igeho: Halle 1.1 / Stand A20

Scana Lebensmittel AG

Alles für jede Gastronomie



An der Igeho wartet Scana mit einer der nachhaltigsten und logistisch interessantesten Sortimentserweiterungen in ihrer über 60-jährigen Geschichte auf. Unter dem Label «ICE» wird neu ein umfassendes Tiefkühlprodukt-Sortiment angeboten, das aktuell rund 450 Artikel umfasst: Pfannengerichte, Vegetarisch, Fingerfood, Früchte, Fisch/Meeresfrüchte, etc. Scana baut so ihre dominierende Stellung als «Das Schweizer Kompetenz-Center» in Logistik, Sortiment und Support für die Gastronomie weiter aus. Nebst zahlreichen anderen Highlights präsentiert sich Scana als offizieller Partner des Salon Culinair Mondial und bringt erneut ihr grosses Engagement in der Nachwuchsförderung zum Ausdruck. Ende 2005 erfährt die Unternehmensleitung von Scana einen Generationenwechsel: Die beiden bisherigen Verantwortlichen, Walter und Armin Hilti, übergeben das Ruder an eine fünfköpfige Geschäftsleitung: Walter Brandenberger, Unternehmensleitung; Roman Gerster, Verkauf/Marketing; Toni Ten, Einkauf; Peter Mollenkopf, Logistik; Patrick Wyss, Finanzen. Scana Lebensmittel AG
Althardstrasse 195
8105 Regensdorf
Telefon 044 870 82 00
Fax 044 870 83 01
info@scana.ch
www.scana.ch
Igeho: Halle 1.1 / Stand C01

Stahl Wäschereimaschinenbau GmbH

Leistungsfähige Mangeln



Die mit Strom und Gas beheizten Muldenmangeln des deutschen Wäschereimaschinen-Herstellers Stahl werden nun mit einem neuen Ausdehnungs-System ausgestattet, das eine nochmals verbesserte Wärmever-sorgung der mit Thermo-Öl gefüllten Mulde garantiert. Beispielsweise ist mit dem «TurboTherm»-System sichergestellt, dass das erhitzte Öl ständig zirkuliert, so dass keine Abkühlung der Mulde durch zu feuchte Wäsche entsteht. Damit ist gewährleistet, dass keinerlei Leistungslücken oder «engpässe» entstehen und die komplette Energie sinnvoll eingesetzt wird. Der bekannte niedrige Energieverbrauch der Mangeln aus dem Traditions-Unternehmen wird durch die Innovation nicht beeinträchtigt. Stahl Wäschereimaschinenbau GmbH
Ulmenstrasse 24
D-71069 Sindelfingen
Telefon +49 70 31 73 84 0
Fax +49 70 31 38 18 44
www.stahl-waeschereimaschinen.de
welcome@stahl-g.com
Igeho: Halle 1.0 / Stand B59

Zetag Gastrotexilien

Attraktive Kombi-Angebote



Zetag Gastrotexilien und Fix/Frei Textil-Service lancieren attraktive Kombi-Angebote. Die Textil-Spezialistin und die Grosswäscherei bieten neu Gastro-wäsche und Wasch-Service im günstigen Paket an. Besonders attraktiv ist das Leasing-Angebot. Durch die Zusammenarbeit der beiden Spezialisten ihres Fachs profitieren die Kunden sowohl von der grösseren Auswahl als auch von den attraktiveren Konditionen. Die Zetag ist eine Gastrotexil-Anbieterin mit eigenen Webereien in Hauptwil TG und im deutschen Sindelfingen. Ihr Sortiment umfasst Tisch-, Bett-, Frottee- und Küchenwäsche. Sie fertigt auch Kleinstmengen mit eingewobenem Firmensignet zu konkurrenzfähigen Preisen. Gastro-Wäsche reinigen, pflegen und termingerecht wieder zum Kunden bringen, das sind die Stärken von Fix/Frei Textil-Service. Zuverlässig bedienen ihre beiden Grosswäschereien in Wallisellen ZH und im liechtensteinischen Balzers seit Jahren zahlreiche grosse und kleine Auftraggeber. Zetag Gastrotexilien
Postfach 28
9213 Hauptwil
Telefon 071 424 62 50
Fax 071 424 62 51
info@zetagtextiles.ch
www.zetagtextiles.ch
Igeho: Halle 2.1 / Stand C53

Ratgeber

Nur bis 22 Uhr

► Frage: Meine 17-jährige Tochter hat eine Ausbildung als Restaurationsfachfrau begonnen. Mehrmals musste sie nun schon abends bis 21.30 Uhr arbeiten. Ist dies vom Gesetz her erlaubt? R. D. aus L.

■ Ursula Müller
Gastgewerbliche
Berufsbildung
hotellerieuisse



► Antwort: Der Einsatz Ihrer Tochter bis 21.30 Uhr ist vom Gesetz her erlaubt. Die Arbeitszeit der Jugendlichen ist durch Art. 31/Absatz 2 des Arbeitsgesetzes so geregelt: Die Tagesarbeit der Jugendlichen muss, mit Einschluss der Pausen, innerhalb eines Zeitraumes von zwölf Stunden liegen. Jugendliche bis zum vollendeten 16. Altersjahr dürfen höchstens bis 20 Uhr und Jugendliche von mehr als 16 Jahren höchstens bis 22 Uhr beschäftigt werden.

Ratgeber

Logis und Essen: wie hoch sind die Abzüge?

► Frage: Wie hoch ist der Abzug für Unterkunft und Verpflegung für die Mitarbeiter meines Restaurant- und Hotelbetriebes?
B. K. aus F.

■ Annette Rupp
Rechtsberatung
hotellerieuisse



► Antwort: Liegt über Unterkunft und Verpflegung keine anderslautende schriftliche Vereinbarung vor, gelten die von der eidgenössischen Steuerverwaltung festgelegten Mindestansätze:

Frühstück	Fr. 4.–
Mittagessen	Fr. 9.–
Nachessen	Fr. 7.–
Unterkunft	Fr. 10.–

Es handelt sich dabei um Minimalansätze, die zwar über- aber nicht unterschritten werden dürfen. Geschieht dies im Einzelfall doch, so muss mit einer Steuer- und AHV-Nachzahlung gerechnet werden.

Grundsätzlich sind nur die effektiv eingenommenen Mahlzeiten zu verrechnen, dies gilt auch für die Ermittlung von pauschalen Essensabzügen. Während der Ferien, bei Krankheit/Unfall etc. werden auch die pauschalen Abzüge gekürzt. Der Ansatz für die Unterkunft gilt grundsätzlich pro Person. Bei Mehrfachbelegung eines Einzelzimmers können aber in der Regel entsprechend niedrigere Ansätze in Rechnung gestellt werden.

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.



■ **Mitarbeiterverpflegung.** Grundsätzlich dürfen nur die effektiv eingenommenen Mahlzeiten verrechnet werden.
Foto: Daniel Stampfli

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 Schlienzek-Gasser (GSG).
Cahier français: Miroslaw Halaba (MH), Laurent Missbauer (LM).
Produktion/Layout:
Roland Gerber (RG), Gilbert Perrot (GPE).

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

Verlag:
Verlagsleitung: Iris Strebel.
Stelleninserate: Marc Moser.
Geschäftsanzeigen: Oliver Egloff
(Anzeigenleiter).

Druck:
Büchler Grafino AG, Druckzentrum Bern.
Auflage:
WEMF-beglaubigt 2004/05
Verkaufte Auflage: 12 332
Gratisauflage: 1342
(Druckauflage: 18 000)
Verkaufspreise: (inkl. MwSt)
Einzelnummer Fr. 4.30,
Jahresabonnement Fr. 145.–,
ISSN: 1424-0440

Partnerpublikation:
– Verband Schweizer Tourismusmanager (VSTM)
– Schweizerische Vereinigung diplomierter Tourismusexperten (TOUREX)
– Vereinigung Diplomierter Hoteliers-Restaurateure SHV (VDH)
– Swiss Congress & Incentive Bureau (SCIB)
– Swiss Partner für den Gruppentourismus
– Verband Schweizer Heilbäder (VSH)
– Wohlfinden 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
Abonnement:
Tel. 031 740 97 93, Fax 031 740 97 76,
E-Mail: abo@htr.ch
Inserate:
Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: inserate@htr.ch
Internet: www.htr.ch
Für unverlangte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.

Anzeige

ÜBERRASCHEN SIE IHRE GÄSTE!

Mit fremdländischen Spezialitäten in beliebter KADI-Qualität.

ITALIA
ARANCINIINDIA
SAMOSAMEXICO
JALAPEÑOS

NEU

KADI
Swiss Premium Quality

KADI AG, CH-4901 Langenthal, Tel. 062 916 05 00, Fax 062 916 06 80 info@kadi.ch, www.kadi.ch

IGEHO, Halle 1.1, Stand D21



HÔTELLERIE 3
Igeho 2005 | Présentation du salon international de l'hôtellerie et de la restauration qui se tiendra à Bâle du 19 au 23 novembre.



TOURISME 8
Paris | Suisse Tourisme France a lancé mardi une opération promotionnelle d'envergure aux Galeries Lafayette.



GROS PLAN 7
Thouraya Gherissi Labben | La directrice du LHR de l'EHL évoque le marketing des hôtels trois étoiles.



COMMENTAIRE

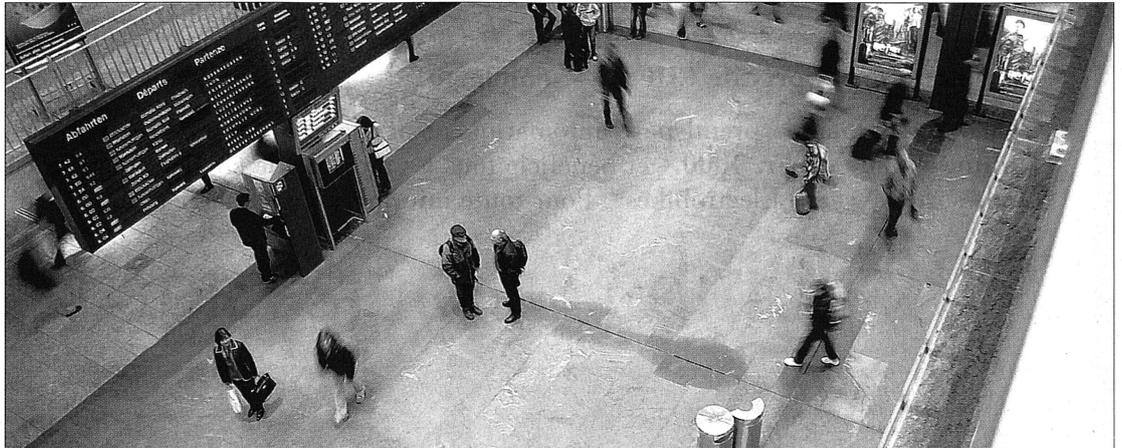
Tenir compte de l'évolution de notre société

Laurent Missbauer

■ Le peuple suisse sera appelé à se prononcer le 27 novembre sur la question suivante: est-ce que tous les commerces des grandes gares et des aéroports pourront rester ouverts à l'avenir le dimanche? Force est de constater que la révision proposée



par le Conseil fédéral et le Parlement - révision qui vise à entériner les réglementations telles qu'elles sont déjà appliquées aujourd'hui - tient compte de l'évolution de notre société. Une société où le maître mot est la flexibilité. L'homme moderne, qu'il soit touriste ou non, n'aspire plus en effet à se laisser enfermer dans des horaires trop rigides. Les petits-déjeuners servis jusqu'à midi pour les couche-tard ou, au contraire, proposés à partir de cinq heures du matin pour les lève-tôt, sont de plus en plus fréquents dans les hôtels. Même constat pour les check-out tardifs. Aujourd'hui, nous sommes ainsi toujours plus nombreux à vouloir profiter de la possibilité qui nous est offerte de faire nos achats le dimanche. Et cela, pas seulement dans les gares mais également dans les régions touristiques, comme c'est le cas à Lausanne-Ouchy, où la Migros et plusieurs magasins sont ouverts le dimanche à la belle saison. Et, comme le relève Judith Renner-Bach, la directrice de la Fédération suisse du tourisme, ces commerces qui restent ouverts le dimanche ne manquent pas d'augmenter l'animation d'une destination et, corollaire direct, son attrait touristique. Enfin, on relèvera que la réglementation soumise le 27 novembre au peuple suisse s'avère également judicieuse au niveau de l'aménagement du territoire et de l'environnement. L'augmentation des possibilités d'achat dans les gares accroît en effet l'attrait des transports publics et les recettes des loyers encaissés par ce biais par les CFF contribuent à renforcer leur assise financière.



■ Une gare animée. Judith Renner-Bach, la directrice de la FST, estime que des gares et des aéroports vivants sont tout aussi essentiels pour les villes que pour le tourisme: «Les touristes apprécient en effet de pouvoir faire leurs achats lorsqu'ils arrivent dans notre pays ou attendent leur correspondance dans une gare.» Photo: Laurent Missbauer

Votations sur la révision de la loi sur le travail

D'importants enjeux touristiques

■ Le 27 novembre, le peuple suisse sera appelé à se prononcer sur la révision de la loi sur le travail. Une révision avec d'importants enjeux touristiques.

Laurent Missbauer

Si, dans le cadre de la révision de la loi sur le travail, on a beaucoup entendu les responsables des CFF et des syndicats s'exprimer sur la question controversée de savoir quels étaient les commerces qui répondaient aux besoins des voyageurs et qui, de ce fait, sont autorisés par l'actuelle loi à employer du personnel le dimanche dans les gares, on a moins entendu les représentants du tourisme. C'est pourquoi nous donnons aujourd'hui la parole à trois d'entre eux, représentant respectivement les intérêts touristiques au niveau national, cantonal et communal.

Pas de tourisme attrayant avec des magasins fermés

Pour Judith Renner-Bach, directrice de la Fédération suisse du tourisme (FST), il importe d'accepter la révision de la loi sur le travail pour différentes raisons. La première est touristique: «La FST dit oui à cette révision car des gares et des aéroports vivants sont tout aussi essentiels pour les villes que pour le tourisme. Les touristes apprécient en effet de pouvoir faire leurs achats lorsqu'ils

arrivent dans notre pays ou attendent leur correspondance dans une gare. Des magasins fermés seraient du plus mauvais effet pour l'image touristique de la Suisse.»

La deuxième raison est juridique: «Cette révision de la loi créera une base légale claire qui s'orientera vers le statu quo actuel et qui écartera ainsi une disposition intenable, à savoir que certains magasins pourraient ouvrir le dimanche à condition toutefois de disposer d'une autorisation spéciale pour l'emploi de personnel. Enfin, un rejet de la révision ne modifierait pas seulement le statu quo actuel, mais pourrait aussi remettre en cause la flexibilité des

horaires d'ouverture des magasins actuellement en vigueur dans les stations.»

«Etendre l'ouverture des magasins le dimanche»

Charles-André Ramseier, directeur de l'Office du tourisme du canton de Vaud, dit lui aussi oui à la révision de la loi: «L'ouverture des magasins le dimanche est très importante pour le tourisme. J'y suis favorable à 200% et j'espère que, après les grandes gares et les aéroports, elle s'étende aussi à des secteurs touristiques bien délimités. Il ne s'agit pas d'abuser des collaborateurs - certains, à l'image des étudiants, sont prêts à

travailler le dimanche pour améliorer leurs revenus et financer leurs études - mais de répondre à une demande et de contribuer à améliorer l'animation dans des régions touristiques.»

Claude Petitpierre, directeur de Lausanne Tourisme, est du même avis: «Il s'agit de travailler quand les gens sont là et, surtout, il s'agit de s'adapter aux modifications de notre rythme de vie. Aujourd'hui, nombreux sont les deux conjoints qui travaillent et qui aimeraient faire leurs courses le dimanche. L'ouverture des commerces le dimanche contribue par ailleurs à dynamiser une destination et à la rendre plus attrayante sur le plan touristique.»

«Un non à la révision de la loi sur le travail serait catastrophique pour le tourisme»

■ hotelleriesuisse porte un jugement clairement positif sur l'objet de la votation visant à modifier la loi sur le travail. L'association faitière de l'hôtellerie helvétique recommande en effet de dire oui à cette modification qui «augmentera l'attrait des régions touristiques et créera de nouvelles places de travail». hotelleriesuisse rappelle que le Parlement avait décidé en octobre 2004 que les travailleurs pourraient désormais être employés sans autorisation spéciale, le dimanche, dans les grandes gares et dans les aéroports. Comme l'Union syndicale suisse et le syndicat Unia se sont opposés à une telle mesure en lançant un

référendum contre la révision de la loi sur le travail, le peuple suisse sera invité le 27 novembre à se prononcer sur cette modification. hotelleriesuisse se prononce en faveur de cette révision car si l'objet venait à être refusé, «la flexibilité des heures d'ouverture actuellement pratiquées dans les magasins des localités touristiques risquerait d'être réduite, ce qui ne manquerait pas d'affaiblir l'attrait des régions touristiques». Le Groupement suisse pour les régions de montagne (SAB) partage les mêmes craintes qu'hotelleriesuisse: «La fermeture des magasins dans les grandes gares et les aéroports provoquerait l'incompré-

hension des touristes habitués à davantage de souplesse en matière d'heures d'ouverture. De tels commerces sont par ailleurs considérés comme un signe de bienvenue à l'égard de nos hôtes.» «En outre, si l'issue de la votation devait être favorable aux syndicats, ces derniers ont déjà prévu de restreindre également les heures d'ouverture des magasins situés dans les centres touristiques. Du coup, un non à la révision de la loi sur le travail serait catastrophique pour l'ensemble du tourisme suisse, ainsi que pour les nombreuses régions de montagne tournées vers ce secteur d'activité», conclut le SAB. 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

HOWEG
 Centre logistique Téléphone
 8953 Dietlikon 01 746 55 55
 Service de commande Téléphone
 Bussigny 021 633 23 23
 Kriens 041 348 07 00
 Zermatt 027 967 32 02
 www.howeg.ch

CREDIT HOTELIER SCH®
 financer le futur
 SCH SGH SCA
 Tél. 01 209 16 16 www.sgh.ch

LE SPECIALISTE DU PLACEMENT
hotellerie suisse
 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

Le linge que vous choisissez
 Un linge suisse de qualité pour votre établissement.
 Un vaste choix de motifs et dans toutes les couleurs, confectionné sur mesure pour votre établissement.
 Achat, location ou le service intégral «loué - lavé - livré».
Schwob textiles of Switzerland
 Schwob & Co. AG, tissage de toiles
 Kirchbergstrasse 19, 3401 Burgdorf
 Téléphone 034 428 11 11
 contact@schwob.ch, www.schwob.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 BikeTec 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 Böisingen

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

Le tonneau de vin à l'honneur

■ **Vallmand-Dessus (VD).** A l'occasion du 125^e anniversaire de la Maison Matthey, à Vallmand-Dessus, dans le Vully vaudois, Roger et Marie-Madeleine Matthey, qui représentent la quatrième génération de cette famille vigneronne vullérienne, viennent d'inaugurer un Musée de la tonnellerie et du vin. Une ancienne cave, comme il se doit, abrite une vaste et précieuse collection d'objets anciens, ripolinés pour être présentables, qui correspondent à toute la

chronologie de la vinification, des vendanges à l'étiquetage en passant par tous les travaux de la vigne. Le métier de tonnelier est ici aussi encore bien vivant, comme en témoignent, après les outils traditionnels, des machines électriques nettement plus modernes. Cette réalisation – que l'on peut visiter sur rendez-vous en réservant au 026 677 12 68 – renforce l'attrait du Vully, région viticole aux diverses curiosités touristiques. **JS**

Du nouveau

■ **Swiss International Hotels.** Il y a du nouveau aux Swiss International Hotels (SIH). Lors de sa récente assemblée d'automne, la chaîne a en effet annoncé la mise en service d'une bourse d'emplois et l'analyse, à partir de janvier, des résultats des questionnaires des clients et des collaborateurs «par le biais d'un benchmark de qualité». Les conclusions ressortant de ce benchmark constitueront une base efficace pour une amélioration ciblée des prestations, ont indiqué les SIH. **LM**

Quinzièmes rencontres féminines de l'hôtellerie

■ **Charmey (FR).** C'est pour la quinzième fois consécutive que se déroulent, du lundi 9 au jeudi 12 janvier, à l'Hôtel Cailler de Charmey, les rencontres féminines de l'hôtellerie, de la restauration et du tourisme. Ces rencontres proposeront à nouveau un programme susceptible aux professionnelles de la branche de se ressourcer tout en participant à des séminaires qui leur permettront d'échanger leurs expériences, de trouver des solutions aux problèmes rencontrés dans l'exercice

de leur activité et de se remotiver pour l'année à venir, indique Pierre Stämpfli*, coordinateur de ces rencontres féminines et responsable romand de la formation professionnelle de Gastosuisse. Le premier jour verra notamment Judith Baumann, la cheffe de la Pinte des Mossettes à Cerniat (FR), présenter quelques aspects qui font la renommée de son restaurant, «haut lieu de la gastronomie montagnarde helvétique» d'après le GautMillau qui lui a décerné 16 points. Un exposé sur les saveurs et

la santé sera également donné le premier jour par une conseillère en nutrition qui évoquera notamment la question de la fidélisation du client par une cuisine saine. «Comment transformer positivement une crise?», «L'analyse personnelle, la clé de votre réussite», «Les relations avec la presse» et «La trilogie pain, vin et fromage» seront quelques-uns des autres thèmes débattus au cours de ces quatre jours de rencontres. **LM**

* Téléphone: 021 721 0830.

Igeho

De bons auspices pour l'édition 2005

■ L'édition 2005 d'Igeho*, le salon international de l'hôtellerie et de la restauration, qui se tient à Bâle toutes les années impaires – en alternance avec Gastronomica qui a lieu les années paires à Lausanne – s'annonce particulièrement intéressante. Tour d'horizon.

Laurent Missbauer

Après avoir accueilli le nombre record de 80 432 visiteurs en 2003 (78 339 en 2001), le Salon Igeho parviendra-t-il à faire encore mieux cette année? On l'ignore, ce qui est certain en revanche, c'est que le programme proposé par les organisateurs s'annonce sous de bons auspices. On pense avant tout à l'Igeho Forum 05 (lire ci-dessous) – où hôtellerie-suisse fera équipe avec l'Association suisse des architectes d'intérieur – mais également au «Centre gastronomique». Ce dernier présentera toute une série d'animations sur le thème de la qualité et du plaisir.

L'Autriche sera le pays invité d'honneur

Le «Centre gastronomique» proposera notamment une présentation spéciale de vins, champagnes et spiritueux. Des producteurs de vin de Suisse, d'Autriche, de Californie et d'Afrique du sud présenteront leurs meilleurs crus sur des stands collectifs et le championnat de Suisse des barmen aura lieu le dimanche 20 novembre.

Regarder plus loin que son assiette pour s'intéresser à ce qui se passe à l'étranger a toujours été l'une des principales raisons d'être du «Centre gastronomique». Il n'en ira pas différemment cette année puisqu'on y



■ Igeho. Le salon international de l'hôtellerie et de la restauration – qui se tiendra à Bâle du 19 au 23 novembre – accordera une nouvelle fois une large place aux équipementiers, notamment dans le secteur des cuisines professionnelles. Photos: Igeho

trouvera plusieurs pavillons nationaux, dont celui de l'Autriche, le pays hôte d'honneur. Avec plus de 30 exposants, il entend donner aux professionnels helvétiques de la restauration et de l'hôtellerie des inspirations «à l'autrichienne». A côté des cafés viennois, on trouvera ainsi des boissons énergisantes, des eaux-de-vie et de nombreux vins. Quant au pavillon national italien, il

mettra l'accent sur les différents pizzas, pâtes et autres spécialités transalpines. L'Ecole professionnelle de pizzaioli de Zurich, elle, proposera tous les jours des animations dont un spectacle de pizzaioli acrobatiques.

Les pavillons nationaux finlandais, danois et polonais seront également de la partie, mais on n'oubliera pas de mentionner les producteurs helvé-

tiques. Tous les vignobles suisses seront en effet présentés à Igeho sous la bannière de Swiss Wine.

Gros-plan sur les produits «bio» dans la restauration

Les produits suisses «bio» seront également mis en avant car ils s'inscrivent parfaitement dans la tendance actuelle

d'une alimentation à la fois authentique et saine.

Dans ce même esprit de produits authentiques, on relèvera la remise des prix officielle, le samedi 19 novembre, de 10h à 11h, du 1^{er} Concours suisse des produits régionaux qui a eu lieu à Courtemelon (JU) le 30 octobre (cf. notre édition du 3 novembre). Les organisateurs du concours, à commencer par la Fondation rurale interjurassienne, comptent beaucoup sur Igeho pour sensibiliser aussi bien les restaurateurs que les consommateurs.

Enfin, Igeho c'est également un important espace consacré aux équipementiers, notamment au niveau des cuisines. Vous pourrez lire à la page 4 de ce numéro les nouvelles tendances en la matière, en particulier la généralisation des appareils tout-en-un.

* Le salon Igeho se tiendra du samedi 19 au mercredi 23 novembre, de 9h à 18h, dans les halles 1 et 2 de la Foire de Bâle. www.igeho.ch

Quelques points forts de l'Igeho Forum 05

■ L'Igeho Forum 05, au deuxième étage de la halle 2, sera le point de rencontre des hôteliers. Avec l'Association suisse des architectes d'intérieur et l'Ecole hôtelière de Thoune, hôtellerie-suisse y présentera notamment l'hotel-tourismus revue, ainsi que son bureau de placement hoteljob.

L'Igeho Forum 05 sera également le théâtre de différentes manifestations et exposés. Sans vouloir être exhaustif, on mentionnera les points forts suivants.

Samedi 19 novembre

– Concours suisse des produits du terroir organisé par la Fondation rurale interjurassienne, de 10h à 11h.
– Séminaire «Design – oder nicht sein?», de 13h à 13h30.

– Présentation en français des nouvelles tendances architecturales avec un débat sous la forme de questions-réponses, de 16h à 16h30.

Dimanche 20 novembre

– Présentation en français des nouvelles tendances architecturales avec un débat sous la forme de questions-réponses, de 12h à 12h30.
– Remise des prix du Salon culinaire mondial, de 16h30 à 18h.

Lundi 21 novembre

– Présentation du nouveau plan comptable pour l'hôtellerie et la restauration par Thomas Allemann, le responsable de la politique économique d'hôtellerie-suisse, de 14h à 14h30.

Mardi 22 novembre

– Exposé à 13h de Guglielmo Brentel, le président d'hôtellerie-suisse, sur le thème «Hochpreisinsel Schweiz».

Mercredi 23 novembre

– Séminaire «Quo vadis wellness – The future spa», de 11h à 11h30. **LM**

Le programme complet des exposés peut être téléchargé sous www.igeho.ch après avoir cliqué sur Igeho Forum 05.

Igeho: hôtellerie-suisse avec les architectes d'intérieur

■ A l'Igeho, hôtellerie-suisse se présentera avec l'Association suisse des architectes d'intérieur et l'Ecole hôtelière de Thoune sur une plate-forme commune appelée «Igeho Forum 05 – meet eat drink think».

Cette plate-forme, qui jouera sur les notions de qualité, d'émotion et de tradition, permettra notamment de faire le point sur les problématiques actuelles et futures de l'hôtellerie. Grâce à cette collaboration entre hôtellerie-suisse et les architectes d'intérieur, les souhaits des hôteliers pourront être satisfaits aussi bien visuellement que de façon informelle, indiquent les organisateurs d'Igeho. Les visiteurs du salon découvriront aussi un cadre futuriste. Celui-ci comprendra un bar qui ne fera pas seulement office de comptoir d'accueil mais également de point d'information. Cette plate-forme sera en effet aussi le théâtre de conférences, de discussions et même de dégustations.

Ces dernières seront servies par les étudiants de l'Ecole hôtelière de Thoune qui proposeront à cette occasion un concept de restauration et de boissons spécifiques.

Un éclairage intégré donnera au bar des allures de cube transparent et lumineux. L'effet de la mise en scène est qualifié par ses initiateurs de «moderne et de surprenant». Il entend ainsi visualiser une pensée «ouverte et futuriste». Aussi bien l'Association suisse des architectes d'intérieur, qu'hôtellerie-suisse et l'Ecole hôtelière de Thoune y disposeront de leurs propres espaces de documentation. Plusieurs exposés sont prévus, en allemand, mais également en français. Samedi, à 16h, et dimanche, à 12h, l'architecte Fabrice Knoll s'exprimera sur les nouvelles tendances et créations, ainsi que sur le maître d'ouvrage et le maître d'œuvre. Sa présentation en français sera suivie d'un débat sous la forme de questions et de réponses. **LM**



■ Igeho. Les organisateurs du salon bisannuel bâlois espèrent attirer à nouveau quelque 80 000 visiteurs (80 432 en 2003, nouveau record, et 78 389 en 2001).

Une vigne pour fêter le 100e

■ **Ollon (VD).** Fondée en 1906, l'Association viticole d'Ollon a décidé de créer une vigne pour marquer son 100e anniversaire, prévu l'an prochain. «Une façon innovante et insolite de parler de notre association», a indiqué cette dernière lors de la présentation du projet.

Le 27 mai 2006, ses responsables planteront sur les coteaux du hameau d'Antagnes une vigne qui sera baptisée «Brin de Terroir». Les ceps pourront être achetés par le public pour 150 francs la

pièce. Le propriétaire de chaque cep recevra, durant les dix prochaines années, une bouteille de vin de cette vigne étiquetée à son nom. Ce dernier sera aussi mentionné sur une plaquette apposée sur chaque cep. Un lieu d'accueil sera, par ailleurs, aménagé, pour permettre au propriétaire «d'admirer sa vigne». Le parrain de la vigne sera le grand chef du Pont-de-Brent, Gérard Rabaey. L'Association viticole d'Ollon compte cent cinquante membres occupant une surface de 49 ha. *MH*

En croissance

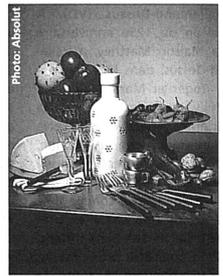
■ **Red Bull.** L'importateur helvétique des boissons énergétiques autrichiennes Red Bull et Kombucha a annoncé une «croissance à trois chiffres» en Suisse pour Kombucha. Red Bull a également vu le nombre de ses ventes augmenter. Deux milliards de cannettes, dont plus de 70 millions en Suisse, ont en effet été vendus l'année passée dans le monde. Au salon Igeho, le stand de Kombucha accueillera le grand chef Peter Brunner qui y dédicacera son nouveau livre de cuisine. *LM*

Une seconde peau en forme de boîte-cadeau

■ **Absolut Vodka.** La distillerie suédoise Absolut, la troisième plus grande marque de spiritueux au monde, vient de présenter une édition spéciale de sa vodka. Dénommée «Second Skin», il s'agit d'une bouteille de vodka enfermée dans une boîte-cadeau en matière synthétique blanche qui reprend les formes de la bouteille traditionnelle. Cette boîte-cadeau enveloppe la bouteille comme une seconde peau, d'où le nom «Second Skin» qui veut dire seconde peau en

anglais. La décoration de ce «couvre-bouteille» comporte en filigrane des flocons de neige stylisés et «contribue à transporter la magie de l'hiver sur une table de Noël ou dans un local tendance», indique le service de presse de l'importateur suisse de la marque.

Produite en série limitée, la «Second Skin» est vendue avec deux recettes qui suggèrent d'allier la vodka à des jus de canneberge et de pamplemousse ou à une bière au gingembre. *LM*



Technique des cuisines à l'Igeho 2005

Le succès des appareils tout-en-un

■ Les nouveautés présentées cette année à Bâle, dans la halle 1 du salon Igeho, le montrent bien: en cuisine, la tendance va clairement vers l'automatisation, qui requiert moins de personnel, ainsi que vers les appareils multifonctionnels, peu encombrants.

Guidrun Schlenzker

Les fabricants sont unanimes: la technique des cuisines du futur doit savoir s'adapter rapidement aux changements de concepts et de menus, elle doit être irréprochable sur le plan de la qualité et de l'hygiène du produit final tout en étant économique au niveau de l'investissement. Elle doit en outre contribuer à limiter les dépenses courantes. «Les cuisines deviennent de plus en plus petites, il faut produire plus sur moins d'espace», relève Fritz Dätwyler, directeur du marketing d'Electrolux Professional à Aarau. C'est pourquoi les appareils multifonctionnels s'imposent de plus en plus sur le marché.

Oliver Fierz, directeur du marketing de Salvis à Aarau, partage cette opinion. Il remarque en outre une demande croissante pour des méthodes de braisage saines. La nouvelle technique aide non seulement à réduire les coûts de fonctionnement, mais aussi les coûts de personnel en cuisine. Certes, les fabricants ne sont guère nombreux à utiliser cet argument, car finalement ce sont les cuisiniers qui sont les clients.

«Des cuisines trop grandes avec trop de personnel»

Bruno Gisi fait partie de ceux qui ne mâchent pas leurs mots. «Les cuisines professionnelles sont encore beaucoup trop grandes et ont besoin de trop de



■ **Igeho.** Les nouveautés présentées cette année le montrent bien: en cuisine, la tendance va clairement vers l'automatisation, qui requiert moins de personnel, ainsi que vers les appareils multifonctionnels, peu encombrants. Photo: htr

personnel», telle est la conviction du propriétaire de Gisi-Handels AG à Tännwil (AG). A l'Igeho, il propose une nouveauté qui peut résoudre ce problème: le «Vario Cooking Center», en abrégé VCC, qui coûte entre 20 000 et 40 000 francs et qui rend superflus tous les appareils de braisage traditionnels comme les braisières basculantes, marmites, friteuses, poêles.

Dans une cuisine conçue pour 100 repas, on peut ainsi économiser une superficie d'au moins 20 m². Le pouvoir de saisie augmenté de 40% par rapport à la braisière basculante classique et le fait qu'il ne soit plus nécessaire de surveiller et de retourner constamment les aliments à braiser diminuent de 60% le temps de travail. «Pour un volume de production de 100 repas, un seul cuisinier qualifié

suffit, contre deux auparavant. Pour la cuisine à la carte, deux cuisiniers suffisent au lieu de trois, plus un aide-cuisinier chacun. Cela se répercute aussitôt de manière positive sur les coûts de personnel», précise Bruno Gisi, qui ajoute qu'avec le VCC, composé de deux marmites Gastro norm 1/1, la technique du basculement devrait en outre faire son entrée dans la cuisine à la carte. Les marmites basculantes classiques avec une dimension minimum Gastro norm 2/1 conviennent plutôt à la restauration collective.

Des appareils qui rendent le fourneau superflu

Le cuisinier doit néanmoins savoir s'organiser avec le peu d'appareils à disposition. Comme la plupart des fabricants de cuisines, Bruno Gisi conseille donc, pour mieux gérer les heures de pointe, de préproduire des composants appropriés. Justement pour cette raison, il présente cette année à l'Igeho les avantages de son réfrigérateur rapide. «La demande pour les réfrigérateurs rapides est encore à l'état embryonnaire.»

Si le VCC séduit par sa multifonctionnalité, il convainc tout autant par sa technique. Celle-ci provient de la même entreprise que le «Self Cooking Center» (SCC). En effet, l'entreprise française Frima SA est une filiale à 100% du fabricant du SCC, Rational AG, à Landsberg (Munich). Comme le SCC, le VCC est à contrôle de processus, le choix précis du produit final est possible puisque, à l'instar du SCC, le VCC détecte automatiquement les exigences spécifiques au produit, la taille de l'aliment à braiser et la quantité de chargement.

Chez Rational, on considère désormais ces deux produits comme la solution idéale pour les cuisines profes-

sionnelles, solution qui rend tous les autres appareils superflus. «On n'a plus besoin de fourneau», telle est la conviction du directeur du marketing Martin Ubl. En Autriche, on propose donc de préférence les deux lignes des fabricants sous la marque Rational. Dans les autres pays, les appareils Frima et les appareils Rational sont commercialisés séparément, les marques se présentant sur le marché pratiquement comme des concurrents. En Suisse, Gisi-Handels AG est l'importateur exclusif de Frima SA et propose également l'assortiment Rational.

Convotherm veut désormais se concentrer sur la Suisse

Sur le marché européen, Convotherm a du succès avec son combi-steamer

«plus 3». La ligne comprend de série la porte escamotable de Convotherm, l'«Advanced Closed System» (système clos avancé), «Crispy & Tasty» (déshumidification sur plusieurs niveaux) et la fonction «Press & Go» qui permet de programmer entièrement huit des mets les plus utilisés. La génération d'appareils «plus 3» est aussi la nouveauté Igeho du fabricant allemand de «combi-steamer» implanté à Egging. Le stand 2005, plus grand d'environ un tiers par rapport à l'Igeho 2003, montre bien que Convotherm entend séduire encore plus de professionnels passés de la gastronomie que par le passé. «En 2006, nous voulons nous concentrer sur la Suisse», commente la directrice du marketing Andrea Hagspiel.

Hugentobler: compétitif avec ses propres marques

La maison Hugentobler, à Schönbühl (BE), est un fabricant de cuisine réputé en Suisse. En développant et commercialisant ses propres marques – frigo rapide «Frigojet», combi-steamer «Practico» –, elle est bien armée pour les futurs défis du marché. «Avec nos propres marques, nous sommes désormais en mesure de fournir des équipements à des prix concurrentiels, également à la restauration collective», telle est la conviction du responsable des produits Daniel Haldimann. «Un achat à bas prix n'est pas forcément le plus avantageux à long terme. Nombreux sont les fabricants étrangers qui ne misent malheureusement que sur des prix bas», regrette-t-il.

Du fait que les fabricants étrangers s'imposent en Suisse, il s'attend malgré tout à un remboursement au sein du marché de la technique des cuisines.

Igeho, le salon international de la restauration et de l'hôtellerie, se déroulera à Bâle du 19 au 23 novembre. Le secteur des cuisines se trouve au rez-de-chaussée de la halle 1. www.igeho.ch

Hupfer et MKN fêtent leur première à l'Igeho

■ MKN, le spécialiste allemand de la technique thermique des cuisines, sera présent pour la première fois à l'Igeho. A l'instar de Rational en Autriche (voir l'article principal), MKN allie les avantages de la combinaison de la technologie de braisage sous pression (avec «OptimaExpress») à la technique de cuisson combinée de la marque «Hansdampf». MKN estime que cette combinaison d'appareils peut tout à fait remplacer la technique classique des grandes cuisines. Cette année, MKN s'est vu décerner le prix de l'innovation de l'Association allemande des planificateurs en restauration, hôtellerie et restauration collective. L'entreprise allemande Hupfer fête elle aussi sa première à l'Igeho. Le spécialiste en logistique des cuisines est présent sur le marché suisse depuis une bonne année. Son objectif est clair: devenir le numéro un.

Tel est les motifs l'avis de son directeur en Suisse Patrick Wiget. Ce dernier estime qu'en s'imposant sur le marché helvétique, les fabricants étrangers entraînent un «assainissement des fabricants et surtout des revendeurs». L'entreprise Hupfer Schweiz AG, qui a son siège à Dättwil (AG), présentera à Bâle une nouveauté, le «FreeZoo». Avec la technique «Zeolith», l'unité de refroidissement devient autonome et donc mobile. Hupfer s'est assuré les droits de licence mondiaux pour le domaine de la technique Zeolith dans la logistique des cuisines. Les fabricants suisses d'ustensiles de cuisine sont déjà très actifs à l'étranger (voir tableau). La plus grande part des exportations revient à Elro, qui vante sa nouvelle braisière à pression tout en mettant en avant sa multifonctionnalité et son encombrement réduit. *GSG*

Les fabricants de cuisines présents à l'Igeho 2005

Fabricants	Chiffres d'affaires 2004 En Suisse/à l'étranger	Nouveautés à l'Igeho	Halle/stand
Salvis www.salvis.ch	16 millions de frs A l'étranger: 16 millions de frs	Four «VisionPro»	1.0/C02
Hugentobler www.hugentobler.ch	20 millions de frs A l'étranger: 5 millions de frs	Frigo rapide «Frigojet» Combi-steamer «Practico»	1.0/C04
Elro www.elro.ch	Total: 33,7 millions de frs 77% à l'étranger	Typ OK	1.0/C18
Convotherm www.convotherm.de	Pas de données	Combi-steamer «+3»	1.0/C55
Rational www.rational-ag.com	International: 222 millions d'euros	«SelfCooking Center»	1.0/C34
Gisi-Handels AG www.gisi-handels-ag.ch	Pas de données	«VarioCooking Center»	1.0/C20
Electrolux www.electroluxprofessional.ch	Pas de données 2/3 à l'étranger	Fours «SwissFinish» Four Zanussi «Professional N700»	1.0/B02
Hupfer www.hupfer-schweiz.ch	Pas de données	Unité de refroidissement «FreeZoo»	1.0/B17
MKN www.mkn.ch	Pas de données	«OptimaExpress» «HansDampf»-Combi-steamer	1.0/C54

Cette liste n'est pas exhaustive

Lancement du premier gamay primeur vaudois

■ **Rolle (VD).** La maison Schenk vient de lancer le premier gamay primeur vaudois. Celui-ci, dénommé «Le Premier 2005», dispose d'un habillage très réussi. Gamay primeur oblige, on n'échappe pas à la robe rubis et au nez de banane et de fruit rouge. Ce dernier s'estompe en bouche grâce à une vinification classique au lieu de la macération semi-carbonique en usage dans le Beaujolais. «Il s'agit d'une méthode qui permet de répliquer aux reproches qui mettent en



Photo: Schenk

doute la capacité de ces vins de se conserver au-delà de quelques courtes semaines», indique André Fuchs, de la maison Schenk. Ainsi, Le Premier devrait être consommable jusqu'au printemps et l'apparition sur le marché des premiers rouges 2005. Quelque 25 000 bouteilles ont été produites. Elles seront avant tout à consommer avec des mets de brasserie. Selon l'accueil réservé, il est possible que l'expérience soit renouvelée en 2006 et les années suivantes. **JJE**

Nouvelle quinzaine fribourgeoise de la fondue

■ **Pays de Fribourg.** Ce ne sont pas moins de 73 établissements qui participent, jusqu'au 27 novembre, à la «Quinzaine fribourgeoise de la fondue 2005». Une offre unique: la fondue moitié-moitié ou vacherin pour 15 francs, quel que soit le rang de la maison. Répartis dans tout le canton de Fribourg et suite à une opération similaire lancée pour la première fois l'automne dernier, ces restaurants répondent ainsi à l'appel des quatre principaux partenaires de ce projet: l'Interprofession du

Gruyère AOC, l'interprofession du Vacherin fribourgeois (future AOC), les Produits du terroir du Pays de Fribourg et Gastro-Fribourg. Il s'agit d'intensifier la notoriété des produits fromagers auprès d'un plus large public; l'invitation est assortie d'un concours dont les prix sont un séjour à l'Hôtel Royal Plaza de Montreux, des Passeports «La Gruyère» avec deux nuitées, des abonnements journaliers de ski, etc. **JS**

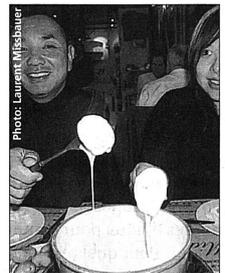


Photo: Laurent Missbauer

www.lafondue.ch

Hôtel des Trois-Couronnes, à Vevey

Jouer la carte de l'ouverture vers l'extérieur

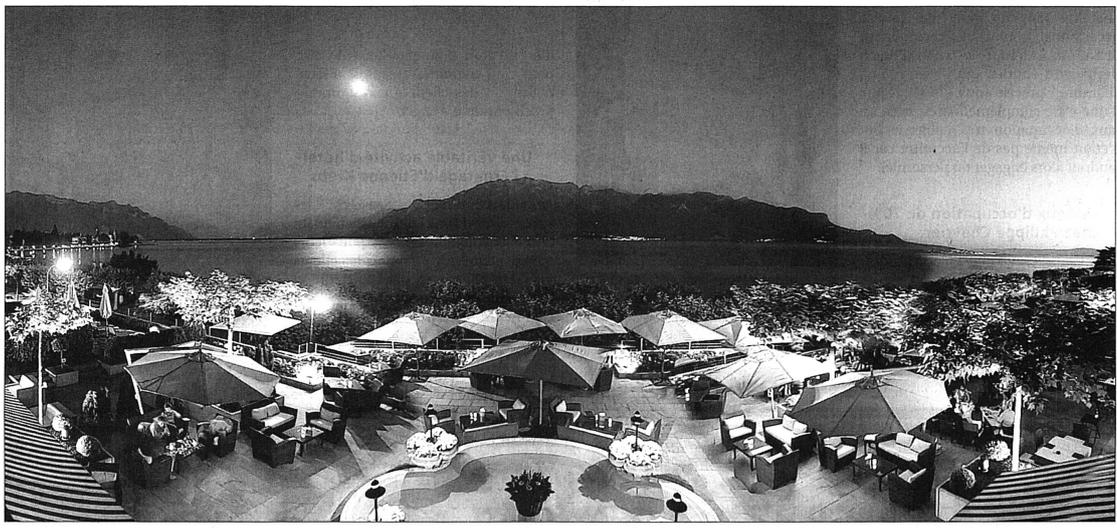
■ Quatre ans après le changement de propriétaire, l'Hôtel des Trois-Couronnes, un palace veveysan idéalement situé au bord du lac Léman, a réussi sa mue. S'il reste discret, il a perdu son air empesé pour jouer la carte de l'ouverture et de la convivialité.

Jean-Jacques Ethenoz

Quinze mois après son entrée en fonctions à la tête de l'Hôtel des Trois-Couronnes, le couple Charlotte Renaud et Jean-Marc Boutilly semble avoir d'ores et déjà réussi à y inscrire sa «patte». Certes, le petit palace veveysan (55 chambres) conserve un peu de son air empesé pour les voisins, malgré la façade «ville» mise à neuf et la cour d'accueil flamboyante neuve, mais, à l'intérieur, ce qui prime aujourd'hui c'est la convivialité.

Des offres hébergement et spa Joëlle Ciocco

La «patte» pour cette prochaine saison ce sont les forfaits. Après un essai raté de forfait ski - ils admettent sans langue de bois n'en avoir vendu aucun - ils se déclinent aujourd'hui en Collection automne-hiver. Si on qualifiera d'assez ordinaires le «Séjour de fête», le «Week-end» ou encore le «Solstice d'hiver» qui n'incluent que les services de l'établissement, il est d'autres offres marquantes. Ainsi, même si elles sont aujourd'hui en vogue - notamment dans les palaces - les offres hébergement et spa proposées aux Trois-



■ La terrasse des «Trois-Couronnes». Le palace veveysan, idéalement situé au bord du lac, joue désormais la carte de l'ouverture vers l'extérieur. Photo: Hôtel des Trois-Couronnes

Couronnes entendent se distinguer en misant depuis un peu plus d'un an sur la gamme Joëlle Ciocco: diagnostic de santé et gamme de soin sont au programme sur deux, trois, voire cinq jours.

Mais l'originalité réside ailleurs. A commencer par cette Nuit suisse qui permet de passer une soirée fondue ou raclette dans un restaurant voisin (Les Trois-Sifflets, justement renommé dans le genre). Plus encore le «Séjour grande

table» offre, lui, la soirée dans le restaurant tout aussi voisin, de Denis Martin, étoilé dans le guide Michelin et toqué dans le guide GaultMillau.

Et ça marche! «On vient de Genève et de toute la Suisse romande pour le second, même de Vevey et des environs pour le premier», précisent Charlotte Renaud et Jean-Marc Boutilly qui aiment «travailler en réseau, d'autant plus s'il est local». Un autre réseau devrait d'ailleurs se mettre en place pour

la future collection printemps-été: très certainement avec des vigneron, mais aussi avec d'autres partenaires gastronomiques ou touristiques. Pour tout autant de convivialité.

Donner toute sa valeur au terme de «cocooning»

Nous l'évoquons plus haut, la convivialité transparait aujourd'hui dans l'établissement même, avec pour prix

- après les investissements mobiliers - des investissements humains: le palace veveysan compte en effet aujourd'hui entre 80 et 85 employés contre environ 70 à l'arrivée du couple Boutilly-Renaud.

C'est ce qu'il faut pour que le terme «cocooning», avancé par Jean-Marc Boutilly à son arrivée, prenne toute sa valeur. C'est en ce sens d'ailleurs que l'ouverture «béante» sur les quais devrait se faire toute de discrétion.

Antonietto Fossati

L'hôtelier italien qui était l'ami de Jo Siffert

■ L'hôtelier italien Antonietto Fossati est l'un des protagonistes du film documentaire sur Jo Siffert qui passe actuellement au cinéma. Bref portrait.

Laurent Missbauer

Si l'Hôtel Fossati, près du circuit de Monza, est l'un des préférés des pilotes de F1, il le doit avant tout à l'accueil très personnalisé que leur ont toujours réservé Antonietto Fossati et son fils Vittorio. «Les meilleurs pilotes du monde, de Jackie Stewart à Michael Schumacher, en passant par Ayrton Senna et Jo Siffert, sont tous descendus dans notre hôtel. Ils savaient en effet qu'ils seraient très bien accueillis et que nous étions toujours disposés à leur préparer quelque chose à manger même s'ils

arrivaient en pleine nuit», relève Antonietto Fossati dans le magnifique film que le réalisateur grison Men Lareida a consacré au Fribourgeois Jo Siffert, un des meilleurs pilotes de son époque, né très pauvre et fauché en pleine gloire lors d'un accident mortel survenu à Brands Hatch le 24 octobre 1971.

«Jo Siffert voulait dormir dans son camion»

«La mort de Jo nous avait très touchés car il avait été un de nos premiers clients lorsque nous avions ouvert notre hôtel dans les années soixante», explique Vittorio Fossati. «La première fois qu'il était venu chez nous, il n'avait pas beaucoup d'argent et voulait juste prendre une chambre pour ses deux mécaniciens, alors que lui aurait dormi dans son camion. Mon père lui a spon-

tanément proposé de dormir gratuitement à l'hôtel.» Le dévouement d'Antonietto Fossati pour «ses» pilotes était tel qu'il demandait au curé du village de sonner moins fort les cloches le dimanche matin, cela afin de ne pas réveiller les pilotes dans son hôtel!

Au fil des ans, de nombreuses amitiés se sont nouées, en particulier avec les Suisses, notamment le directeur de l'écurie Porsche Rico Steinemann, qui a suggéré à Men Lareida de rencontrer Antonietto Fossati, et Peter Sauber. «Pour faire plaisir à Hans-Harald Frenzen, qui courait à l'époque pour Sauber, j'ai même été chercher à Chiasso un bircher-müesli qu'on ne trouvait pas, à l'époque, en Italie», se souvient Vittorio Fossati. A la lumière de ce qui précède, on conviendra que l'accueil personnalisé n'est vraiment pas un vain mot à l'Hôtel Fossati.



■ Antonietto Fossati: «J'avais demandé au curé de sonner les cloches moins fort le dimanche matin afin de ne pas réveiller les pilotes dans mon hôtel.» Photos: htr

Restaurants étoilés

Du bon usage des chambres d'hôtel

■ Ce sont des restaurants «étoilés» au Michelin, «toqués» au GaultMillau ou, à tout le moins, fort cotés dans ce coin de pays. Et tous, à côté du couvert, proposent des chambres d'hôtel pour la nuit. Pourquoi? Pour quel résultat? Tour d'horizon.

Jean-Jacques Ethenoz

Entre Satigny (GE) et Le Noirmont (JU), nombreux sont les restaurants renommés qui proposent quelques chambres à leur clientèle. Avec des objectifs fort différents puisque si certains les présentent comme un complément essentiel pour leur clientèle, d'autres n'en font que très peu mention, reléguant l'hébergement au rang de service occasionnel. Il en va ainsi au restaurant de La Tour, à La Tour-de-Trême (FR), où Bernadette Thürler, qui propose cinq chambres, précise «qu'il ne s'agit que d'une offre complémentaire», avec un taux d'occupation très faible, le but n'étant même pas de l'accroître car il faudrait alors engager du personnel.

Un taux d'occupation de 70% chez Philippe Chevrier

Chez Chibrac, au Mont-Pèlerin au-dessus de Vevey, le raisonnement est un peu le même qu'à La Tour-de-Trême. Les neuf chambres ne vont que rare-

ment de pair avec la restauration, même «si cela arrive».

Le raisonnement est quelque peu différent au Domaine de Bonmont. Là, ce sont exclusivement les golfeurs ou leurs invités qui ont accès aux huit chambres et le restaurant tente même de dissuader les clients extérieurs au cercle d'un millier de membres en surtaxant (15%) les factures pour les non-membres. D'autres établissements, en revanche, considèrent l'hébergement comme une partie importante de leur activité. Membre des Relais et Châteaux, l'Hôtel-Restaurant Georges Wenger, au Noirmont compte un taux



■ Georges Wenger accueille dans son hôtel essentiellement les clients de son restaurant. Photos: Gastronomie



■ Philippe Chevrier bénéficie d'une clientèle d'affaires qui préfère loger à la campagne plutôt qu'à Genève.

d'occupation d'un peu plus de 50% pour cinq chambres et suites. «Essentiellement des clients du restaurant», précise Andrea Wenger.

Une véritable activité d'hôtel à l'Ermitage d'Etienne Krebs

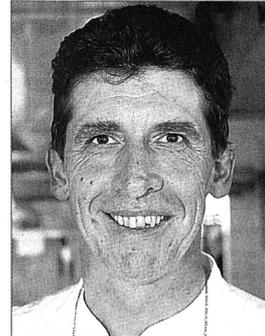
Au Fletschhorn, à Saas-Fee, les successeurs d'Irma Dütsch affichent un taux d'occupation de 58% pour leurs quinze chambres. Là, «tous les clients mangent chez nous dans la tradition gastronomique instaurée par l'ancienne propriétaire», indique Maren

Müller. A Satigny, au Domaine de Châteauvieux, Isabelle Louet annonce un taux d'occupation de 70% pour les douze chambres: «Il s'agit d'une clientèle très diverse qui vient manger, mais également de hauts responsables de grandes sociétés internationales qui choisissent la campagne pour leur séjour à Genève plutôt que la ville.»

La diversité est aussi de mise au Raisin à Cully. Les sept chambres et les deux suites sont également occupées à près de 70% par une clientèle d'étape, des excursionnistes, mais également des clients du restaurant, sachant que, le plus souvent, les hôtes de passage en



■ Pour Marcel Thürler, les chambres ne sont qu'une offre complémentaire avec un très faible taux d'occupation.



■ Etienne Krebs, idéalement situé au bord du lac, peut compter sur une clientèle de villégiature.

profitent pour se réjouir de la carte d'Adolf Blockenbergen.

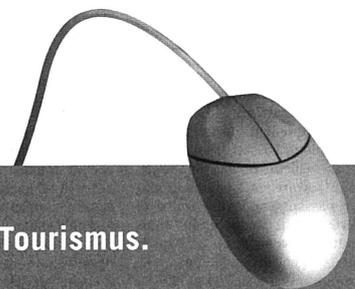
Dernier exemple, à l'Ermitage de Clarens-Montreux où Etienne Krebs peut compter sur une véritable activité d'hôtel. Ses quatre chambres et ses trois junior-suites bénéficient en effet d'un taux d'occupation de 80% et assurent un peu plus de 20% du chiffre d'affaires global. «Grâce à des clients du restaurant», indique Isabelle Krebs, maîtresse de cette belle maison au bord du lac, «mais surtout grâce à une clientèle de villégiature qui séjourne souvent une semaine entière.»

Starköchin, will eigene
Brötchen backen, bietet Tellerwäscher Job
mit Aufstiegsmöglichkeiten.

jobs.htr.ch

htr

Vom Tellerwäscher zum Millionär mit dem neuen
Online-Stellenmarkt für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.
www.jobs.htr.ch



Les moyens marketing des hôtels trois étoiles

La collaboration, un atout important

■ Lancer des opérations marketing n'est pas toujours évident pour un établissement trois étoiles. Faute de budget, on renonce parfois à relancer la clientèle. Mais la coopération permet toutefois d'économiser de l'argent et de concentrer les efforts dans un but commun.

Valérie Marchand

Travailler main dans la main entre les hôtels et les offices du tourisme constitue déjà l'un des moyens rationnels pour réaliser des opérations marketing à moindre coût. Mais ce n'est pas toujours suffisant. Certains établissements se plaignent de n'avoir pas de ressource, ni le personnel nécessaire pour s'occuper de telles actions. C'est notamment le cas à l'Hôtel du Grand Pré à Fribourg. «Depuis que la nouvelle convention collective de travail est entrée en vigueur, nos charges sont devenues trop élevées et nous n'avons ni le temps d'effectuer des mailings, ni l'argent pour engager une personne spécialisée dans ce domaine», regrette Christiane Buchi, la directrice de l'hôtel.

Les avis sont davantage nuancés au sein de l'Hôtel Elite à Lausanne: «Nous avons un budget limité, mais nous insérons tout de même de la publicité dans les guides horaires des CFF et nous collaborons aussi avec l'office du tourisme», explique le directeur Marcel Zufferey. Ce dernier est d'ailleurs satisfait du taux de fréquentation annuel de son hôtel, à savoir 84%. «Si ce taux n'était pas aussi élevé, je me préoccuperais beaucoup plus du marketing», ajoute-t-il.

Le bouche-à-oreille reste une méthode infaillible

Le taux d'occupation de l'Hôtel l'Écluse à Neuchâtel est aussi relativement important. «Le bouche-à-oreille nous amène beaucoup de clients et la collaboration avec l'office du tourisme est un atout supplémentaire», se réjouit Heidi Brunner, la directrice de l'établissement. Elle relève en revanche qu'elle



■ Hôtels 3 étoiles. Faute de budget, les hôtels 3 étoiles renoncent parfois à relancer la clientèle. Ils travaillent cependant main dans la main avec les OT. Photo: Laurent Missbauer

n'envoie pas de mailings. Par contre, l'Hôtel l'Écluse est sur Internet. La clientèle, qui est principalement d'affaires, réserve ainsi directement sa chambre par le biais du site. Souvent, il s'agit de personnes asiatiques qui connaissent, par le biais de leurs collègues, les avantages proposés dans les chambres. En effet, elles bénéficient toutes d'une petite cuisine où il est possible de cuire du riz. Un aspect positif pour des personnes de passage qui ont parfois des difficultés à s'habituer en quelques jours à nos goûts culinaires. Deuxième avantage, il est possible d'y travailler gratuitement sur Internet. De quoi fidéliser les hôtes sans devoir effectuer beaucoup de démarches.

Des mailings réalisés en commun par deux hôtels

Même si le bouche-à-oreille a déjà déployé ses effets et que l'office du tourisme est d'un grand soutien, des

opérations marketing relativement importantes sont menées par l'Hôtel des Arts à Neuchâtel. «Pour le promouvoir, ainsi que pour promouvoir l'Hôtel Alpes et Lac, nous nous rendons quatre à cinq fois par année à des foires, notamment à Bâle, Zurich et Genève», indique la directrice, Ariane Boesch. Cette dernière travaille aussi avec des tours-opérateurs et insère des annonces dans différents guides. Des mailings communs sont effectués pour les deux établissements afin de minimiser les coûts. L'Hôtel des Arts qui a rouvert ses portes il y a quatre ans, affiche désormais un taux d'occupation de 69% à l'année et de 92% en septembre. Ce mois correspond à la traditionnelle Fête des vendanges, à l'organisation de nombreux séminaires, à une période très favorable pour les touristes qui se déplacent à vélo, ainsi qu'à une période d'examen pour des étudiants qui n'habitent pas sur place. «Le marketing que nous avons effectué jusqu'à présent a déjà porté ses fruits»,

relève Ariane Boesch. «Il faut se donner les moyens de faire du marketing», estime aussi Patrick Grobety, directeur de l'Hôtel Les Sources aux Diablerets. Il envoie beaucoup d'e-mails et de mailings à sa clientèle et effectue, deux à trois fois par année, des voyages de promotion en France, en Angleterre, dans les Pays de l'Est et en Allemagne. Sans compter la synergie qui existe avec l'office du tourisme régional au niveau de la réservation des chambres et qui lui donne satisfaction. «Si je tourne bien, c'est notamment grâce à toutes ces actions», ajoute-t-il.

Essayer de se lancer des défis novateurs

Autre solution, à l'Hôtel des Alpes de Bulle où son directeur, Didier Gembre, a l'intention de tester un nouveau concept, à savoir celui d'Easyjet. «Plus la réservation sera effectuée à l'avance moins la chambre sera chère», explique le directeur. Ce dernier n'a pas laissé de

côté l'envoi d'e-mails et de mailings, mais son idée pourrait bien être un concept très intéressant pour l'ensemble de l'hôtellerie.

En montagne, l'approche est quelque peu différente de la ville. Denis Loncke, le directeur de l'Hôtel Pigne d'Arolla, estime qu'il faut se méfier des nouveaux sites Internet. «Ils n'ont pas toujours l'impact souhaité en terme de marketing pour l'hôtel», déplore-t-il. Des mailings sont envoyés aux guides afin de les inciter à venir avec leur groupe dans l'hôtel. «Je n'envoie toutefois pas énormément de lettres», souligne Denis Loncke. En effet, il ne souhaite pas harceler la clientèle. Par contre, le directeur travaille beaucoup avec des revues spécialisées qui écrivent des articles sur la région et qui proposent l'insertion d'annonces. De même, Le Grand Chalet à Leysin géré par la famille Bonelli, sans exclure les mailings, met également régulièrement des annonces dans des journaux suisses et d'Europe centrale.

Ecole hôtelière de Lausanne

«Le positionnement doit être parfois revu»

■ Les prestations d'un hôtel trois étoiles sont parfois très proches de celles d'un établissement quatre étoiles. Le client ne réussit pas toujours à comprendre l'offre qui lui est proposée. Une étude dans ce sens pourrait bien être menée par l'Ecole hôtelière de Lausanne.

Valérie Marchand

Le positionnement des hôtels trois étoiles n'est pas très clair. «Leur clientèle est par ailleurs très hétérogène», souligne Thouraya Gherissi Labben, directrice du Lausanne Hospitality Research (LHR) de l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL). Le client, en réservant un hôtel trois étoiles ne sait pas vraiment ce qu'il va trouver. Parfois, l'établissement ressemblera davantage à un deux étoiles et, dans d'autres cas, il s'approchera d'un quatre étoiles. Cette ambiguïté ne facilite pas toujours les opérations de marketing. Il est en effet difficile de savoir quelle clientèle devra être touchée.

Ce manque de clarté n'est pas observé dans les autres catégories d'hôtels où des prestations bas de gamme et quatre étoiles correspondent aux attentes des clients. Pour tenter de dessiner le profil d'un hôtel trois étoiles avec plus de précision, Thouraya Gherissi Labben envisage d'effectuer une analyse approfondie sur le positionnement. Elle sera assistée dans sa démarche par Andrew Mungall, collaborateur scientifique du Lausanne Hospitality Research.

Les jeunes ont été déçus par des hôtels de station

L'étude va s'intéresser aux moyens les plus appropriés pour améliorer le positionnement des trois étoiles. Des solutions stratégiques idéales seront recherchées et se focaliseront notamment sur le rapport qualité-prix et sur la clientèle. «Il n'existe pas de réponse unique pour l'instant», relève Thouraya Gherissi Labben. «Le client peut être logé dans un lieu avec des services suffisants et satisfaisants où, au contraire, se retrouver dans un hôtel plus bas de gamme». La palette est très

large et le positionnement n'est pas très précis ni au niveau du prix, ni au niveau des prestations. Deux projets antérieurs de recherche, qui portaient sur les stations suisses en été et sur le tourisme des jeunes, ont déjà démontré que les hôtes qui séjournaient dans des établissements trois étoiles n'étaient pas satisfaits du rapport qualité-prix en comparaison avec d'autres catégories d'hôtels.

D'une manière générale, la clientèle de passage peut être beaucoup plus importante selon le lieu géographique. «En ville, les hôtels trois étoiles s'en sortent notamment mieux au niveau financier et le client aura moins de mauvaises surprises», estime la directrice du Lausanne Hospitality Research de l'EHL.

Avoir un but précis: rendre l'hôtel plus attractif

«Si l'on réussit à améliorer la visibilité de l'image d'un trois étoiles, on pourra le rendre plus attractif sur le marché. Par ailleurs, les actions marketing, si elles sont possibles, seront plus percutantes», ajoute Thouraya Gherissi

Labben. Mais, une action marketing, avant d'être lancée, doit être mûrement réfléchie. Le client est en effet submergé d'informations, notamment en surfant sur Internet. Toutes ces informations peuvent cependant être inutiles s'il ne déniche pas les données et les services qu'il recherche. Il sera donc nécessaire de proposer des offres beaucoup plus ciblées pour qu'elles aient un impact déterminant. «Le client a besoin de connaître avec exactitude les prestations qui lui seront offertes et, une fois sa destination choisie, il ne doit pas être déçu par ce qu'il découvre», souligne Thouraya Gherissi Labben.

Prévoir plusieurs alliances stratégiques pour la publicité

Promouvoir son hôtel n'est pas toujours évident si l'on ne dispose que de peu de moyens financiers. Contrairement aux hôtels quatre et cinq étoiles qui disposent d'un budget suffisant et du temps nécessaire, les établissements trois étoiles ne peuvent souvent pas prévoir des opérations marketing régulières. Plusieurs établissements trois étoiles ont déjà misé sur la coopé-



■ Thouraya Gherissi Labben envisage d'effectuer une étude sur le positionnement des hôtels 3 étoiles. Photo: EHL

ration pour ne pas disperser leurs efforts. Selon le type de collaboration possible, les hôtels trois étoiles pourront déjà effectuer un premier pas vers une meilleure assise sur le marché.

«Quatre mains», quatre œuvres de bienfaisance

■ **Vacallo.** C'est en présence du sculpteur Nag Arnoldi (3e en commençant par la droite) qu'a été récemment présenté le millésime 2003 du merlot Quattromani à Vacallo. Quattromani regroupe quatre producteurs de vin tessinois associés sous le label «Swiss Premium Wine». Pour la quatrième année consécutive, la présentation de leur merlot a donné lieu à la remise d'un chèque de 10 000 francs à une œuvre de bienfaisance, en l'occurrence la Fondazione Amilcare Tonella. **LM**



■ **Genève.** Thierry Lavalley (3e en commençant par la droite), le directeur du Swissôtel Métropole, a récemment convié 200 des principaux partenaires et clients de l'hôtel à une soirée intitulée «Voyage au Maroc» et organisée en partenariat avec le Palmeraie Golf Palace de Marrakech et Royal Air Maroc. A cette occasion, le salon Wagner du Swissôtel Métropole avait été transformé en un salon marocain avec tente, luthier marocain, rythmes orientaux et danseuse du ventre. **LM**



LES GENS

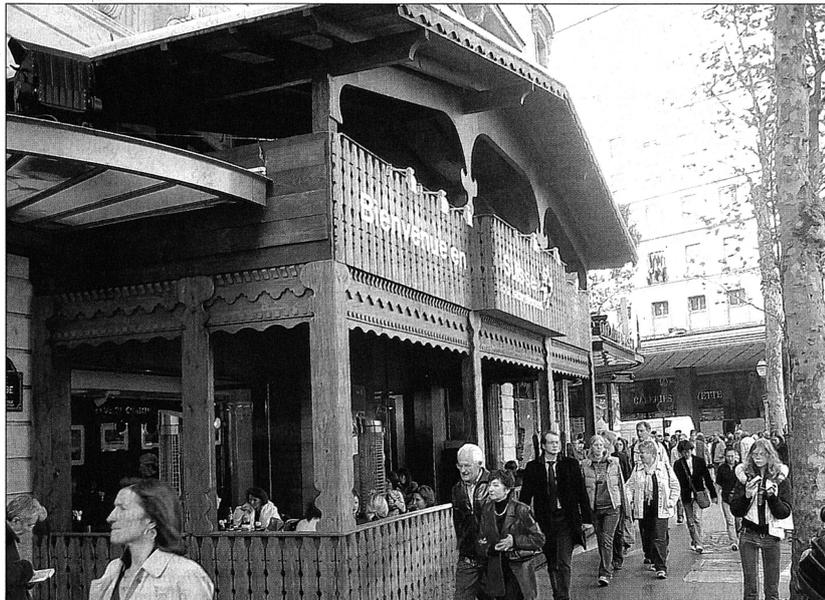


■ Le successeur de Peter Anrig, directeur-adjoint de la Fédération suisse du tourisme qui partira prochainement à la retraite, est désormais connu. Il s'agit de **Mila Trombitas** (photo) qui est actuellement responsable de la communication dans le domaine de la politique des Petites et moyennes entreprises (PME) au sein du Secrétariat d'Etat à l'Economie (Seco). Mila Trombitas entrera en fonction à la Fédération suisse du tourisme le 1er janvier. **LM**



■ Le concours du «Meilleur réceptionniste 2005», organisé samedi dernier au Grand Hôtel & Spa Victoria-Jungfrau d'Interlaken par l'Amicale internationale des sous-directeurs et chefs de réception de grands hôtels, a été remporté par **Mark-Frank Winkelmann**, du Victoria-Jungfrau d'Interlaken, qui s'est imposé devant **Jean-Pascal Bernet**, du Grand Hotel Quellenhof de Bad Ragaz (lire le compte-rendu en page 13 de la partie allemande de notre journal). **Astrid Lehmann** (photo), du Mandarin Oriental Hôtel du Rhône de Genève, est montée sur la troisième marche du podium et a été la première représentante d'un hôtel de Suisse romande. Onze jeunes réceptionnistes ont participé à ce concours. **LM**

■ La finale suisse du 1er concours des Ambassadeurs du Champagne, qui a eu lieu la semaine passée à Zurich, a été remportée par **Stephan Herter**, œnologue et enseignant à l'Ecole hôtelière Belvoirpark de Zurich et à l'Ecole professionnelle de Soleure. Il défendra les couleurs helvétiques lors de la finale européenne qui aura lieu à Epernay (F) du 22 au 25 novembre et à laquelle participeront sept autres candidats de France, d'Allemagne, de Belgique, de Grande-Bretagne, d'Espagne, d'Italie et des Pays-Bas. Après avoir passé le cap de la sélection (sur dossiers), quatre prétendants ont passé l'épreuve de cette finale suisse. Le jury était composé de **Markus Segmüller**, sommelier suisse de l'année pour GaultMillau, **Delphine Gérard** (œnologue du CIVC), **Chandra Kurt** (journaliste et auteur de livres sur le vin), **Bruno-Thomas Eitschinger** (enseignant) et **Michel Gutknecht** (CIVC Suisse). **JJE**



■ **Paris.** Suisse Tourisme a transformé l'Archi-Café, le restaurant tendance du Lafayette Maison, en un chalet suisse susceptible de donner envie aux Parisiens de passer leurs prochaines vacances de ski en Valais et dans les Alpes vaudoises. Photos: ST

Suisse Tourisme

Un chalet suisse à Paris

■ La représentation de Suisse Tourisme en France a dévoilé, mardi à Paris, une action promotionnelle d'envergure. Celle-ci, destinée à promouvoir les vacances de ski en Suisse, s'articule notamment autour d'un chalet suisse érigé aux Galeries Lafayette.

Laurent Missbauer

C'est en présence de l'ambassadeur de Suisse François Nordmann, ainsi que de Charles-André Ramseier et de Jérémie Roby, respectivement directeur de l'Office du tourisme du canton de Vaud (OTV) et président de Valais Tourisme, qu'a été officiellement dévoilée aux médias français la campagne promotionnelle de l'hiver 2005-2006.

«L'ambiance chaleureuse du Valais et des Alpes vaudoises»

«Cette année, nous avons décidé de frapper un grand coup en étant présents, du 1er novembre au 31 janvier, au Lafayette Maison, le premier grand magasin de France intégralement consacré à la maison et à l'art de vivre, dans un chalet suisse spécialement érigé à cet effet», a expliqué Michel Ferla, le directeur-adjoint de Suisse Tourisme.

Suisse Tourisme France (cf. htr du 10 novembre) s'est en effet assuré la location de l'Archi-Café, le restaurant ten-

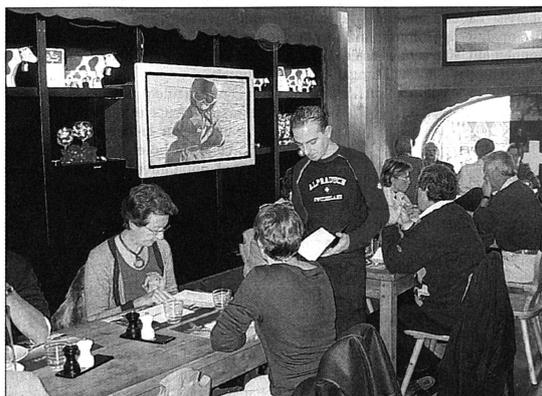
dance du Lafayette Maison transformé pour l'occasion en un chalet suisse, afin de communiquer à la clientèle parisienne «l'ambiance chaleureuse des stations de ski du Valais et des Alpes vaudoises» tout en leur proposant des spécialités culinaires helvétiques.

«Une période de très forte fréquentation»

Pendant toute la durée de l'événement, des hôtesses renseigneront la clientèle sur les multiples formules de séjour de neige, pour les skieurs et autres ama-

teurs de glisse bien sûr, mais aussi pour tous ceux qui veulent profiter d'un séjour vivifiant dans les Alpes suisses en hiver.

«La période que nous avons choisie est une période de très forte fréquentation. Et cela pas seulement avant Noël, mais également pendant tout le mois de janvier avec les soldes du blanc. Les Galeries Lafayette réalisent pratiquement la moitié de leur chiffre d'affaires annuel pendant cette période et estiment à 30 000 le nombre de personnes qu'elles accueillent par jour», conclut Michel Ferla.



■ A l'intérieur du chalet suisse. Des produits typiquement suisses seront proposés en complément des informations touristiques traditionnelles.

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

■ **Coopérer au lieu de se concurrencer.** Adelboden (BE), Engelberg (OW) et Saas Fee (VS) travaillent ensemble sur un projet appelé «Let's talk about care». Celui-ci bénéficie d'un soutien de 190 000 francs de la part du fonds Innoutour et entend permettre aux trois stations touristiques d'améliorer leur travail avec les hôtes, depuis la demande d'informations jusqu'à leur départ. Ce projet, à la satisfaction des directeurs d'office du tourisme des trois stations concernées, encourage aussi les synergies. Engelberg, par exemple, a recommandé à certains de ces hôtes de se rendre à Saas Fee. Jouer la carte de la coopération plutôt que celle de la concurrence comporte ainsi plusieurs atouts. **Page 3**

■ **Le marché chinois ne suscite pas partout les mêmes convoitises.** Le nombre de nuitées chinoises (sans Hong Kong) en Suisse a pris l'ascenseur cette année. De janvier à août, il a en effet augmenté de 97% (+55 000). Inutile de préciser qu'un tel marché suscite passablement de convoitises auprès des hôteliers helvétiques. Ceux-ci n'attaquent toutefois pas le marché chinois de la même manière. Si Wanda Meyer, responsable des Swiss International Hotels, annonce qu'elle participera du 30 mars au 2 avril à la World Travel Fair de Shanghai, Robert Michel, à la tête des Swiss Budget Hotels, préfère attendre. Nos hôtels ne s'adressent pas à une clientèle de groupes, relève-t-il. **Page 7**

IMPRESSUM

hotel-tourismus revue

Fondée en 1892

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

Editeur:
hotellerieuisse
Monbijoustrasse 130, case postale, 3001 Berne.

Responsable des médias: Christian Santchi.

Rédaction:

Rédactrice en chef: Marietta Dedual (MD).

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

Rédacteur: Laurent Missbauer (LM).

Correspondants: Jean-Jacques Ethoux (JJE), Vevey; Danielle Emery Mayor (DEM), Valais; Valérie Marchand (VM), La Chaux-de-Fonds; José Seydoux (JS), Fribourg; Veronique Tanerg (VT), Genève; Pierre Thomas (PT), Lausanne; Genevieve Zuber (GZ), Valais.

Edition:

Cheffe d'édition: Iris Strebel.

Annances: Marc Moser.

Publicité: Oliver Egloff (Chef de vente).

Impression:

Buchler Grafino AG, Druckzentrum Berne

Tirage:

Contrôle REMP 2004/05: tirage vendu: 12 332; tirage gratuit: 1342; tirage imprimé: 18 000.

Prix de vente: (TVA inclus)

Vente au numéro Fr. 4.30.

Abonnement 1 an Fr. 145.-.

ISSN: 1424-0440

Contacts:

Adresse: Monbijoustrasse 130, case postale, 3001 Berne.

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

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

E-Mail: redaktion@htr.ch

Abonnements:

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

E-Mail: abo@htr.ch

Annances:

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

E-Mail: inserate@htr.ch

Internet: www.htr.ch

stellen revue

marché de l'emploi



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

hotel+tourismus revue

AG
ACTIVE GASTRO ENG

Karriere à la carte

www.activegastro.ch

Active Gastro Eng GmbH,
Postfach, 8048 Zürich

INCONTRO
ARBEITSVERMITTLUNG NACH MASS

Die persönliche Drehscheibe für Beratung, Selektion und Vermittlung in der Gastronomie

www.incontro-ag.ch

INCONTRO AG
Holbeinstrasse 20, 8008 Zürich
043 321 70 70

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
Deutsche Schweiz	3 – 5
Svizzera italiana	8
International	5
Stellengesuche	8
Suisse romande	5
Marché international	5
Demandes d'emploi	5

Adecco
HOTEL & EVENT

Wir suchen für ein Fünf-Sterne-Hotel in den Bündner Bergen, Mitglied der «Leading Hotels of the World», einen

Front Office Manager m/w

Eine Ihrer Hauptaufgaben ist die kompetente Organisation des Front Office mit Concierge. Sie stehen einem jungen und motivierten Team vor, arbeiten in einem dynamischen Kaderteam mit und tragen mit Ihrer Leistung zum Betriebserfolg bei.

Sie verfügen über mehrere Jahre Berufs- und Führungserfahrung in der gehobenen Hotellerie, können gut organisieren, koordinieren und planen. Sie haben Flair fürs Administrative, verfügen über gute EDV-Kenntnisse und beherrschen Deutsch, Englisch und Französisch in Wort und Schrift.

Es erwartet Sie hier eine Jahresstelle mit einem interessanten Aufgabengebiet. Rosmarie Scherrer freut sich auf Ihre vollständige Bewerbung mit Foto.

Adecco Hotel & Event
Weinmarkt 15
6004 Luzern
Telefon 041 419 77 66
luzern.hotelevent@adecco.ch
www.adecco.ch

Making people successful

168720

Leiter/in Hauswirtschaft und Technischer Dienst

Führungskraft mit ausgeprägter Organisations- und Koordinationsfähigkeit

Ihre Aufgaben: Sie übernehmen gesamtverantwortlich die Leitung der Bereiche Hauswirtschaft und Technischer Dienst mit 2 sehr kompetenten Teams und insgesamt 17 Mitarbeitenden. Der Fokus liegt bei der Hauswirtschaft. Als Stellvertretung der Heimleitung sind Sie auch in strategische Aufgabenstellungen eingebunden. Zusätzlich sind Sie die sicherheitsbeauftragte sowie hygieneverantwortliche Person im Alterszentrum und betätigen sich als Ausbilder/in für Lernende in der Hauswirtschaft.

Was Sie mitbringen: Nebst einem Abschluss in Hauswirtschaftlicher Betriebsleitung und Absolvierung einer Lehrmeister/innenausbildung erwarten wir einige Jahre Führungserfahrung in ähnlicher Position. Sie sind befähigt, ins Detail zu gehen und trotzdem den Blick fürs Ganze nicht zu verlieren. Als proaktive und durchsetzungsstarke

Persönlichkeit bringen Sie nebst Ihrer kommunikativen und humorvollen Art auch eine hohe Teamfähigkeit mit. Sie haben nicht nur ein hohes Qualitätsbewusstsein sondern auch ein Gespür für Dienstleistungen an betagten Menschen. Sie sind mindestens 40 Jahre alt und sprechen sehr gut Deutsch.

Wir bieten Ihnen: Eine attraktive Stelle, in welcher Sie sich voll entfalten können. Als Alterszentrum mit hoher Reputation und kompetenter Organisation bieten wir ein Arbeitsumfeld mit grossem Gestaltungsfreiraum und einem angenehmen Betriebsklima. Sie arbeiten in einem motivierten Team mit kurzen Entscheidungswegen, kooperativer Zusammenarbeit und offener, direkter Kommunikation. Wir freuen uns, mit Ihnen über eine gemeinsame Zukunft zu sprechen.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung per E-Mail an zollikon.ch@mercuriurval.com mit dem Vermerk 162.15143 oder an Mercuri Urval AG, Rietstrasse 41, 8702 Zollikon. Gerne geben wir Ihnen weitere Informationen unter 044 396 11 11. Mercuri Urval mit Sitz in Zürich, Nyon, Basel, Bern und Zug sowie weltweit 80 Niederlassungen. www.mercuriurval.ch

Mercuri Urval

168660

Wir, ein Kurhaus für rehabilitative Nachsorge im Kanton Luzern, suchen zur Führung unseres Betriebes auf Frühjahr 2006:

eine(n) GeschäftsführerIn
(auch ein Geschäftsführer-Ehepaar ist sehr willkommen)

Wir bieten Ihnen die einmalige Chance, die Ausrichtung unseres Hauses entscheidend mitzuprägen und umzusetzen. In dieser Funktion sind Sie verantwortlich für die kostenbewusste Führung und Organisation des Betriebes mit ca. 30 Mitarbeitenden.

Wir wenden uns an eine innovative und engagierte Persönlichkeit mit guten Fachkenntnissen und entsprechendem Leistungsausweis in der Hotellerie. Eine hohe Kommunikationskultur und Sozialkompetenz mit Verständnis für unsere älteren Gäste zeichnen Sie aus, für Ihr Team sind Sie ein aktives Vorbild.

Wenn Sie an einem längerfristigen Engagement interessiert sind, freuen wir uns auf Ihre kompletten Unterlagen unter Chiffre 168715 an *hotel + tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern und sichern Ihnen absolute Diskretion zu.

168715

Das Casino Kursaal Interlaken ist ein führendes Bankett- und Kongresszentrum in der Schweiz. Verschiedene Gastronomiebetriebe mit Restaurants und Spielcasino sind unserem Unternehmen angegliedert. Als erster Betrieb dieser Art sind wir gemäss ISO 9001 und 3 Q-Gütesiegel zertifiziert.

Für unseren lebhaften und abwechslungsreichen Betrieb in dem Anlässe zwischen 100 und 2'300 Personen durchgeführt werden suchen wir den/die

Food & Beverage Assistent/in
(Frontbereich)

Hauptaufgaben: Vertretung des F&B Managers, Bankett- und Restaurationsleiters. Mithilfe bei der Organisation und Durchführung von Banketten.

Eintritt: ab sofort oder nach Vereinbarung

Ihr Profil: Sie verfügen über einen Hotelfachschulabschluss oder vergleichbare Ausbildung

Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto senden Sie bitte an:

André Mangold / Stv. Direktor
Leiter Operating
Strandbadstrasse 44
3800 Interlaken
Telefon 033 827 61 34

168667

...einfach fantastische "Aussichten"!

Hotel an fantastischer Aussichtslage über dem Lago Maggiore, inmitten mediterraner Parkanlage mit 52 Zimmer und Appartements. Modernes à la carte Restaurant und rustikales Tessiner Grotto mit total 180 Sitzplätzen. Für die kommende Saison 2006 suchen wir per 1. März oder nach Vereinbarung eine/n

Betriebsassistent-in/F&B der/die...

... ein Herz für den F&B Bereich hat und jeden Tag aufs Neue eine Herausforderung darin finden will.
... es versteht, ein Service-Team zu motivieren, sich im à la carte Service sicher fühlt und mit Freude Bankette und Live Musik Events mitorganisiert.
... für den/die Warenkosten und Personalkosten keine Fremdwörter sind.
... sich gerne im Aufwärts-Trend bewegt.
... sich in Italienisch verständigen kann und seine Kenntnisse auf Micros und in Fidelity vertiefen will.
... seinen/ihren Beruf nicht nur liebt, sondern auch liebt.

Interesse? www.campagnola.ch. Gerne erwarten wir Ihre Bewerbungsunterlagen: **La Campagnola, Hotel-Ristorante-Grotto, Direktion, 6575 S. Nazzaro-Vairano**

168718

www.adecco.ch

Wir haben den richtigen Riecher.
Beschnuppert Sie unseren Stand C67/Halle 1.0 an der IGEHO.

0848 654 321

Adecco
HOTEL & EVENT

New Challenge

Hôtel + Gastro-Personalvermittlung

**Suchen Sie, qualifizierter Kochprofi, einen Tape-
tenwechsel oder eine neue Herausforderung ...**
Je nach Aus/Weiterbildungs- und Erfahrungsrucksack
bieten sich bei meinen Kunden im Grossraum ZH inter-
essante Stellenmöglichkeiten an.

Chef de Partie/Teamleiter

In einem gepflegten à la carte Restaurant in Zürich Nord
würde für eine saisonale, kreative Frischküche, Teamunter-
stützung gesucht.

Sous-chef's

Ob in einem Seminar- und Ausflugsrestaurant im
Grossraum Zürich oder in einem vielseitigen, dyna-
mischen Landgasthof am Zürichsee, Ihr kreatives,
qualitätsorientiertes Kochengagement ist gefragt.

Küchenverantwortlicher

Für ein gehobenes italienisches Restaurant-Konzept in der
Region Zürich Nord, suche ich einen kreativen, mit der
italienischen und mediterranen Küche vertrauten, Spezia-
listen. Abgeschlossene Ausbildung, erste Führungserfah-
rung und gute Deutschkenntnisse sind Voraussetzung.

...dann sollten wir uns kennen lernen! Ich freue
mich auf Ihren Anruf oder Ihre Bewerbungsunterlagen.

168722

New Challenge

Gabriela Weber Tel. 044/ 201 24 66
Seestrasse 160 Fax 044/ 202 58 68
8002 Zürich www.newchallenge.ch



Herzlich willkommen!

Ab Wintersaison 05/06 haben Sie die Möglichkeit in unserem
Hause die Stelle als

Küchenchef

zu übernehmen.

Wir freuen uns auf einen Kaderangestellten, der saisonale
Produkte kreativ verarbeitet und präsentiert. Eine tägliche
Überraschung, ein Erlebnis für unsere Gäste. Qualität, in-
novative Ideen in den Bereichen Menü, à la carte und kalte/
warme Buffets, Kalkulation, Schulung und teamorientiertes
Arbeiten sind für Sie Selbstverständlichkeit. Kurz: die Küche
ist Ihre Leidenschaft, Ihr Fachgebiet, Ihre grosse Liebe.

Idealalter: 28-40 Jahre.

Wir bieten Ihnen:
Jahresstelle in 2-Saison-Betrieb. Sie geniessen eine grosse
Selbständigkeit, stellen Ihr Team selber ein und zeichnen
sich für sämtliche Tätigkeiten im Küchenbereich verant-
wortlich.

Interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbungs-
unterlagen.

Hotel La Margna, Fam. R. Schweizer-Pitsch, 7500 St. Moritz
Tel. 081 836 66 00, Fax 081 836 66 01
www.lamargna.ch E-Mail: info@lamargna.ch

168702

SENTO PLATTENHOF

Ab Januar 2006 oder nach Vereinbarung suchen wir einen jun-
gen und innovativen

Küchenchef

der/die unsere Gäste mit einer kreativen, italienisch-mediterra-
nen 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, Mit-
arbeiterführung, Einkauf, Qualitäts- und Kostenkontrolle.

Das Restaurant Sento mit 70 Sitzplätzen befindet sich im Hotel
Plattenhof, das 2003 als Designhotel neu eröffnet wurde. Erfah-
ren 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

Suchen Sie noch?

Für die Wintersaison und für Jahresstellen suchen wir

Chef de Partie, Sommelier, Kellner, Gouvernante, (m/w)

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

168713

Sonne
DIE AUSSERGEWÖHNLICHE

Für unser Themenrestaurant in der Nähe von Luzern suchen wir
noch folgende junge Kadernmitarbeiter/-in

■ **Assistent/-in der Geschäftsleitung**

Die Aufgabe dieser wichtigen Kadernstelle umfasst
Steuerung des Geschäftsführers

Ideale Voraussetzungen sind:

- Orientierte Persönlichkeit
- kundliche Service- und Kadererfahrung
- Erfahrungen in Personalführung
- Bereitschaft im Notfall selber Hand anzulegen
- Kenntnis in Aktionsplanung, Kalkulation sowie EDV

Wir bieten Ihnen:

- sorgfältige Vorbereitung und gründliche Einführung in Ihre
aufwändige und verantwortungsvolle Position
- gutes Arbeitsklima
- moderner Arbeitsplatz
- Selbstständigkeit in Ihrem Arbeitsgebiet

INTERESSIERT?

Wenn ja, so senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungs-
unterlagen mit Foto z. Hd. v. Herrn M. Mezza an folgende Adresse:

Restaurant Sonne
am Sonnenplatz - 6020 Emmenbrücke mit Chikera, Thal Ordiol
Sun Pub, New York Café, Bankett-, Konferenz- und Seminarräume
Telefon 041 260 61 44 - Fax 041 260 69 50

168712

Hotel/Restaurant Sternen Brienz/BE

www.play-do.com



an zentraler Lage im
Bernern Oberland
für das **Restaurant**
mit **Seeterrasse** im
Spiel- und Kurshotel Sternen
Geschäftsführer/in
oder **Pächter/in**

Das Restaurant soll ins Konzept
und Leben des Spiel- und
Kurshotels zunehmend
integriert werden. Schriftliche
Bewerbungen an die Akademie
für Spiel und Kommunikation,
Hans Fluri 3855 Brienz am See

In renommiert Walliser Feriendestina-
tion suchen wir per sofort oder nach
Übereinkunft ein führungserfahrenes,
innovatives

Wirtehepaar

für ein Restaurant mit 60 Plätzen und
Terrasse (50 Plätze), an bester Lage, mit
mediterraner Küche.

Interessenten melden sich unter Chiffre
168707 an *hotel + tourismus revue*,
Postfach, 3001 Bern.

168707



Heimeliges und rustikales
Waldrestaurant,
mit gutbürgerlicher bis feiner Küche,
sucht für kommende
Wintersaison

Koch Kellnerinnen

Wenn Sie Lust haben in einem
aufgestellten Team mitzuspielen,
erwarten wir gerne Ihre schriftliche
oder telefonische Bewerbung.

Bewerbungen an:
Manser Sepp
Waldhüs-Bodmen
3906 Saas Fee
Tel. 027 957 2075

168656



Wir sind ein modernes ****-Ferienhotel
mit lockerer Atmosphäre, 56 komfor-
table Zimmern im Herzen von Adelboden.
Eintritt zur Wintersaison:
Réception mit Fidelio 7.12
1. Réceptionist/in mit Erfahrung
Restaurant/Saal:
Bardame
Servicemitarbeiterin
Küche:
Koch in kleine Brigade

Wir würden uns über Ihre Unter-
lagen freuen:
arena hotel steinmattli****
Rudolf + Anita Hauri
3715 Adelboden
Tel. 033 673 39 39
Fax 033 673 38 39
www.arena-steinmattli.ch



168705

Die **STIFTUNG FÜR AUSBILDUNG SURSEE** (www.SASursee.ch)
stellt ihren Partnerschulen (www.azsbv.ch www.verkehrswegbauer.ch
www.mls.ch); Dienstleistungen und Inf-rastruktur zur Verfügung. Mit
einem Team von ca. 80 Mitarbeitenden betreuen wir alle Gäste in
ihrer Arbeits- und Freizeit, verpflegen sie aus eigener Küche und
logieren sie in über 330 Einzel- oder Doppelzimmern.

Für unseren Service-Bereich suchen wir auf den 1. Februar 2006 eine

Stellvertreterin Chef de service (w)

(100% Penum)

Ihre Aufgaben:

Als stellvertretende Chef de service sind Sie von Herzen Gastgeberin.
Sie schaffen für unsere Gäste eine freundliche, gepflegte Atmosphäre,
sind mitverantwortlich für die Planung der Arbeitsabläufe und für die
Führung des Service-Teams von rund 10 Mitarbeitenden.

Ihr Profil:

- Frohnatur, freundlich und aufgestellt
- Ausgebildete Servicefachkraft
- Erfahrung in Grossbetrieben (bis 80 Mittagessen pro Tag) wäre
von Vorteil
- Verantwortungsbewusst, initiativ, flexibel, selbstständig und
belastbar
- Alter bis anfangs 30
- Gute Deutschkenntnisse in Wort und Schrift (mit Vorteil
Muttersprache Schweizerdeutsch), Englisch- und evtl.
Italienischkenntnisse
- Kenntnisse der MS Office-Programme

Sie erwartet:

- Eine interessante, vielseitige, selbstständige Tätigkeit
- Attraktive Arbeitszeiten
- Ein angenehmes Arbeitsklima in einem engagierten Team
- Leistungsgerechter Lohn und sehr fortschrittliche Sozialleistungen

Gerne beantwortet Katrin Abächerli, Bereichsleiterin Service, Ihre Fra-
gen: Telefon 041 926 23 28, katrin.abaecherli@SASursee.ch

Ihre Bewerbung mit Bild richten Sie bitte bis 30. November 2005 an
folgende Adresse: Vertraulich, Doris Steiner, Bereichsleiterin Perso-
nalwesen, SAS Stiftung für Ausbildung Sursee, Postfach, 6210 Sur-
see.

168590



Stadt Zürich

Wir suchen nach Vereinbarung eine/n

Geschäftsführer/-in

für das Restaurant Münz. Sie führen
selbständig in unserem Namen ein vor
einem Jahr stilvoll ausgebauten Restau-
rant mitten in Zürich.

Falls Sie Erfahrung in der Gastronomie
mitbringen und gewohnt sind, ein klei-
nes Team motiviert zu führen, dann mel-
den Sie sich bitte unter

Tel. 043 321 22 22 (Frau Ludäscher)
oder 031 332 88 55 (Herr Huber).

168690

Haus der Stille und Besinnung

Kategorie: Unikat

Das erfolgreiche Seminarhotel ist ein Ort der Begegnung und des Austauschs, des
Lernens und der Inspiration. Es wird von der evangelisch-reformierten Landeskirche des
Kantons Zürich getragen. Im ehemaligen Zisterzienserkloster im Dreieck Zürich -
Luzern - Zug gelegen, finden inmitten von Natur und Ruhe Firmenseminare und
theologische Weiterbildungen statt. Wir suchen per 01. Februar 2006 oder nach
Vereinbarung eine/n kreative/n und fachlich fundierte/n

Küchenchef/in

Ihr **Aufgabengebiet** umfasst die saisonale und regionale Angebotsgestaltung nach
biologischen Grundsätzen und wirtschaftlichen Aspekten. Sie arbeiten dabei eng mit der
haus eigenen Gärtnerin zusammen, welche Hauptlieferantin unserer Küche ist. Sie führen
und motivieren ein Team von sechs Mitarbeitenden und zwei Lernenden. Sie
koordinieren den Warenfluss und optimieren die Arbeitsabläufe durch ein hohes
Qualitätsbewusstsein. Sie pflegen bestehende Kontakte und prüfen neue Lieferanten. In
Zusammenarbeit mit der Geschäftsleitung gestalten Sie Aktionen und beeinflussen das
Wachstum des Betriebes nachhaltig.

Ihr **Profil:** Sie sind dienstleistungsorientiert und ideenreich, überzeugen durch ein
sicheres und zuvorkommendes Auftreten und besitzen bereits erste Führungserfahrung
als Sous- oder Küchenchef. Sie haben ein ausgesprochenes Flair für die vegetarische
Küche und lieben die Abwechslung. Ihr Führungsverständnis ist teamorientiert und
kooperativ. Ihre Erfahrung in der Lehrlingsausbildung runden ihr Profil ab.

Es erwartet Sie eine abwechslungsreiche, anspruchsvolle Aufgabe mit entsprechenden
Kompetenzen und attraktiven Arbeitszeiten. Für Auskünfte steht Ihnen Jürgen Barth,
Geschäftsführer (Tel: 044 764 88 10), zur Verfügung oder besuchen Sie uns unter
www.klosterkappel.ch

Wir freuen uns auf Ihre überzeugende Bewerbungsunterlagen mit Foto. Diese senden
Sie bis 30.11.05 an: Evangelisch-reformierte Landeskirche, Harry Nussbaumer, Personal-
dienst, Blaufahnenstrasse 10, 8001 Zürich

168663



RED BULL SUCHT
MUSKETIER. (M/F)

Unsere Marken Red Bull und Carpe Diem Kombucha sind Ihnen sicher schon ein Begriff. Ihre Aufgabe ist es, primär im Gebiet Wallis, Chablais und Waadtländer Alpen, unsere bestehenden und neuen Partner in der Gastronomie (Clubs, Bars, Szene-Cafés usw.), der 4-5 Stern Hotellerie sowie Getränkegrosshändler bei ihren Verkaufsaktivitäten zu beraten und zu unterstützen. Auch bei Events und Promotionen sind Ihre kreativen Ideen und selbständigen Umsetzungen gefragt.

Ihr Profil:

- Sie sind 24 bis 30 Jahre alt und arbeiten auch gerne am Abend.
- Sie sind trendig, dynamisch und haben bereits Erfahrungen in der Szene-Gastronomie sammeln können.
- Sie sind selbständiges und professionelles Arbeiten gewohnt.

- Sie haben ein sicheres, sympathisches Auftreten, angenehme Umgangsformen und besitzen einen ausgeprägten Teamgeist.
- Sie wohnen im Raum Sion/Sierre, Ihre Muttersprache ist idealerweise Französisch, Sie beherrschen die deutsche Sprache und Sie sind bald einsatzbereit.

Wir bieten Ihnen eine interessante und abwechslungsreiche Tätigkeit mit vielfältigen Aufgabebereichen in einem aufstrebenden Unternehmen.

Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Red Bull AG
Melanie Müller
Poststrasse 3, Postfach, 6341 Baar
melanie.mueller@ch.redbull.com



168725

Für das ****Hotel Victoria – das internationale First-Class-Haus direkt am Bahnhof SBB in Basel – mit 107 Zimmern und einer vielseitigen Restauration suchen wir für das Front-Office per baldmöglichst od. n. V. eine

Réceptionistin D/F/E (m/w)

Durch Ihre mehrjährige Réceptionserfahrung in der Stadthotellerie sind Sie die versierte «Altrounderin» an der Front, die sich als Teamplayer in einem motivierten Umfeld einbringen möchte.

Wir freuen uns darauf, Sie kennen zu lernen. Bitte senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an:

BäleHotels-Hotel Victoria
c/o Mercure Hotel Europe
Ruth Bunke, Personalleiterin
Clarastrasse 43, 4005 Basel
Telefon 061 690 87 75
www.balehotels.ch

168717

Gesucht in Dauerstelle

Koch/Köchin

bis 40 Jahre alt, Schweizer/in.

Wir bieten Ihnen zeitgemässe Arbeits- und Freizeit sowie leistungsgerechte Entlohnung. Senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen oder rufen Sie uns an.

Tel. 041 811 20 49
Hotel + Restaurant Passhöhe
8843 Ibergereg
Fam. Rubli-Reichmuth
www.bergereg.ch

168698

Haben Sie schon in dieser **htr-Ausgabe** unsere «schwarze Ausschreibung» im **Liegenschaftsteil** auf

Seite **20** beachtet?

Es lohnt sich! Sie erreichen uns unter **Chiffre 168674**.
Wir freuen uns darauf. –



Wir suchen ausgebildete/n

Servicefachangestellte/n in Jahresstelle.

Und bieten gepflegte Ambiance, optimale Arbeitsbedingungen, Sonntag und Montag frei.

Bitte senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen

Wir freuen uns.
Hubert Erni & Stefan Meier

Gasthaus Rathauskeller Erni & Meier AG
Ober-Altstadt 1 Postfach CH-6301 Zug
Telefax 041 712 18 88 Telefon 041 711 00 58
www.rathauskeller.ch
erni@rathauskeller.ch

168687



Wir sind ein 4* Hotel mit 120 Zimmern, zwei Restaurants, einer Bar und 14 Konferenzräumen bis zu einer Kapazität von 200 Personen. Das GRAND HOTEL DES BAINS verfügt über eine Direktverbindung mit dem Thermalzentrum mit seinen Thermalbädern, Beauty-, Wellness- und Fitnessbereich.

Wir suchen zur Verstärkung unseres Teams ab sofort oder nach Vereinbarung einen/eine

Rezeptionist/in. (100%)

Sie verfügen über mind. drei Jahre Berufserfahrung und Ihre Muttersprache ist Deutsch/Schweizerdeutsch mit guten Französisch- und Englisch- Kenntnissen? Dann freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

GRAND HOTEL DES BAINS, Frau Lorène Rosset, avenue des Bains 22, 1401 Yverdon-les-Bains. Tel : 024 424 64 64, Fax : 024 424 64 65

www.grandhotelyverdon.ch

168673



Silence-Hotel Arvenbüel auf der Sonnenterrasse **Amden** über dem Walensee.

Für die kommende Wintersaison 20. Dezember 05 bis 31. März 06 suchen wir zur Ergänzung unseres Teams jüngeren, versierten und motivierten

Koch

(Muttersprache Deutsch)

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen.

Fam. Rüedi, Silence-Hotel Arvenbüel
8873 Amden
Tel. 055 611 60 10, Fax 055 611 21 01
Montag Ruhetag

168585

AMERICAN BAR & RESTAURANT



Shaker, Blender und Speedracks

sind Musik in Deinen Ohren?
Wir suchen einen jungen motivierten

Bartender

Dein Aufgabenbereich:
Du arbeitest mit dem Service-Team an der Front (Mittagservice) und am Abend hinter unserer Bar. Du mixt unsere Haus-Cocktails und verstehst es, mit Deiner offenen Art unsere Gäste zu begeistern.

Was Du mitbringst:
Berufserfahrung, selbstständiges arbeiten, Belastbarkeit, Flexibilität und Verantwortungsbewusstsein sind Voraussetzungen für diese Tätigkeit.
Alter zwischen 20 und 25 Jahre.

Was Dich erwartet:
Themenrestaurant in der St. Galler Altstadt auf drei Etagen, grosser Garten und Barbetrieb. Junges, aufgestelltes Team.
Weitere Infos über unser Restaurant findest Du unter www.starsandstripes.ch.

Auf Deine schriftliche Bewerbung mit Foto freut sich:
Christian Mahrer, Stars and Stripes
Oberer Graben 27, 9000 St. Gallen

168719

– Neu – Nouveau – New – Neu – Nouveau – New –



Im Frühling 2006 öffnet das neu erbaute «S'Föh» vor den Toren Zürichs, in Weiningen/ZH, seine Pforten. Bestehend aus Restaurant, Lounge, Konferenzzentrum sowie Bankett- und Kulturbereich entsteht ein multifunktionelles und konzeptionell einmaliges Gastro-Center für die Ansprüche des modernen Gastes. Mitglied im Team der ersten Stunde zu sein ist eine besondere Herausforderung – wir suchen:

- ▷ **Küchenchef m/w** (per 1.3 oder 1.4.2006)
Internationale Erfahrung im Hotel-, Restaurant- und Bankettbereich sowie gute Kenntnisse der asiatischen Küche erforderlich – Kenntnisse der 5-Elemente-Küche von Vorteil
- ▷ **Sous-Chef m/w** (per 1.4.2006)
Kreativität und Kenntnisse der Euro-Asiatischen Küche erwünscht – Kenntnisse der 5-Elemente-Küche von Vorteil
- ▷ **Demi-Chef/Commis de Cuisine m/w** (per 1.4. oder 1.5.2006)
- ▷ **Jung-Pâtissier m/w** (per 1.4. oder 1.5.2006)
- ▷ **Thaikoche m/w** (per 1.4. oder 1.5.2006)
Japanische Kochkenntnisse von Vorteil
- ▷ **Indischer Koch m/w** (per 1.4. oder 1.5.2006)
Kenntnisse der Ayurvedischen Küche von Vorteil
- ▷ **Veranstaltungs-/Eventmanager m/w** (per 15.3 oder 1.4.2006)
Für Verkauf und Organisation von gastronomischen u. kulturellen Anlässen
- ▷ **Chef de Service m/w** (per 15.3. oder 1.4.2006)
- ▷ **Servicekräfte m/w**
in Vollzeit und Teilzeit (per 01.04. oder 01.05.2006)

Sie verfügen über ein grosses Herz für die Gastronomie, sind teamfähig, motiviert und enthusiastisch ein neues Gastronomiekonzept mitzutragen. Wir begrüssen Sie in einer modernen Unternehmensstruktur und freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit vollständigem Lebenslauf, aktuellem Foto und Gehaltsvorstellung an:

Wolfgang Wieland, Projektleitung, Gourmet Competence Center, Stationsstrasse 2, CH-8460 Marthalen

168706

HTMI School of International Hotel and Tourism Management

HTMI searches for the following positions, starting February 2006

- Lecturers – part / full-time
- Senior Lecturers for BA & MBA courses
- With experience in teaching
- Languages: fluent English
- Swiss nationality or European citizen
- Accommodation in hotel school can be arranged

Please send your complete C.V., photo and copies of certificates, references to:

HTMI, Hotel Management School, Mr. Denzler
Marientalweg 3, 6174 Sörenberg
Tel. 041 488 11 25, www.htmi.ch
E-mail: mdenzler@worldcom.ch

168686



Gasthaus Adler Nöbikon

Wir suchen für unser **GASTHAUS ADLER IN NEBIKON** (LU) (16 G.M.-Punkte und 1 Michelin-Stern) per 1. Januar 2006 oder n. V. einen versierten

KOCH (Entremetier) w/m

die/der Freude hat in einem kleinen Team seine Fähigkeiten und Ideen zu entfalten.

Auf Ihren Anruf freuen sich
R. und M.-L. Tur, Tel. 062 756 21 22

168665



Das Hotel zum Hirschen, mitten in Küssnacht am Rigi vereinbart Tradition mit Moderne. Mit unserem Bistro / Pizzeria, unserer Lounge und dem Restaurant bieten wir den idealen Treffpunkt für ein breites Gästesegment.

Für unser Bistro / Restaurant suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung

2 Servicefachangestellte.

Zur Ergänzung unseres Küchen - Teams suchen wir einen

Chef de Partie

Sie sind kontaktfreudig, teamorientiert und haben Berufserfahrung.
Wir bieten Ihnen ein junges, aufgestelltes Team und ein gutes Arbeitsklima.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?
Auf Ihre schriftliche Bewerbung freuen wir uns:
Hotel zum Hirschen, Herr Hofstetter
Unterdorf 9, 6403 Küssnacht a. Rigi.
www.zumhirschen.ch oder
info@zumhirschen.ch

168661

AG

ACTIVE GASTRO ENG

Service / Jungkoch / Chef de partie (w/m)
Wir suchen für diverse Betriebe auf dem Platz Zürich qualifizierte Berufsleute; Sie haben die Service- oder Kochlehre erfolgreich abgeschlossen.

Housekeeping-Managerin (w/m)
Sie verfügen über eine solide Grundausbildung und mindestens 5 Jahre Berufserfahrung als Housekeeping-Managerin in der Luxus-Hotellerie. Sie übernehmen gerne die Führungsverantwortung für über 30 Mitarbeiter und verstehen es auch in hektischen Situationen einen kühlen Kopf zu bewahren. Sie sind ein Organisationstalent und eine überzeugende und motivierende Führungspersönlichkeit mit hoher Sozialkompetenz und Durchsetzungsvermögen. Des Weiteren verfügen Sie über gute Fremdsprachenkenntnisse vor allem in Englisch und geniessen den Kontakt zu den internationalen und anspruchsvollen Gästen. Es erwartet Sie ein Luxus-Hotel im Herzen von Zürich.

Küchenchef (w/m)
Für einen grossen und trendigen Restaurationsbetrieb, der mit Gault-Millau-Punkten ausgezeichnet ist und über eine grosse Bankett- und Eventabteilung verfügt, suchen wir einen Küchenchef der auch in hektischen Situationen einen kühlen Kopf bewahrt. Sie sind dynamisch, belastbar und waren immer bestrebt sich weiterzubilden. Sie führen ein Team von ca. 16 Personen. Als Küchenchef erwarten man von Ihnen ein ausgeprägtes Organisations-talent, einen fairen Führungsstil, ein gesundes Durchsetzungsvermögen und Erfahrung im Durchführen von grossen Banketten.

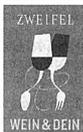
Sales-Manager (w/m)
Sie beraten Ihre Kunden in allen Belangen und sind zuständig für eine bestmögliche Zimmer- und Konferenzbelegung, Akquisition von Neukunden, Organisation von Kundenanlässen, Konkurrenzanalysen und die Teilnahme an Messen und Verkaufsfreien. Sie haben eine Hotel- oder Tourismusfachschule abgeschlossen und 2-3 Jahre Erfahrung im Sales-Bereich gesammelt. Ausserdem beherrschen Sie die Sprachen Deutsch, Englisch und Französisch in Wort und Schrift. Es erwartet Sie ein 4*-Kettenhotel in der Stadt Zürich.

F & B-Manager
Als F&B-Manager sind Sie verantwortlich für die Leitung eines mit Gault-Millau-Punkten ausgezeichnetes Restaurant, 3 Bars, den Club/Eventbereich und eine Lounge in operativer und planerischer Hinsicht, Einkauf, Lagerwesen, F&B Controlling und die Abteilung Housekeeping. Sie führen und motivieren ein Team von 5 Departementchefs und ca. 45 Mitarbeiter und gewährleisten eine effiziente, erfolgs- und kundenorientierte Leitung der Abteilungen. Sie bringen eine fundierte gastronomische Ausbildung mit, verfügen über 3-4 Jahre Berufserfahrung in ähnlichen Positionen, sowie im Event-Management und sind eine starke Führungspersönlichkeit. Es erwartet Sie ein einmaliger Grossbetrieb in der Region Luzern.

Geschäftsführer (w/m)
Für ein wunderschönes Trendrestaurant mit Terrasse, Bar und Lounge im Herzen von Zürich suchen wir den innovativen Gastronomen, der sich auf dem Platz Zürich auskennt und weiss was die Leute von heute wünschen, nämlich Lifestyle, Raum für Kommunikation und eine gepflegte und doch neuzeitliche Ess- und Trinkkultur. Sie haben Durchhaltewillen und sind eine starke Persönlichkeit. Ausserdem verfügen Sie über gute betriebswirtschaftliche Kenntnisse und Ihr Organisationstalent zeichnet Sie aus. Sie haben schon erfolgreich Betriebe als Geschäftsführer geleitet.

Weitere interessante Stellen finden Sie unter www.activegastro.ch
Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen inklusive Foto zu, oder rufen Sie uns an. Herr Roland Eng oder Frau Isabelle Angulo freuen sich auf Ihre Kontaktaufnahme. 044 432 73 73

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



Wir sind ein renommiertes Erstklass-Restaurant (13 Punkte) mit internationaler Kundschaft im Herzen von Zürich-Höngg.
Wir suchen per 1. Dezember 2005 oder nach Vereinbarung einen kompetenten, motivierten und erfahrenen

- CHEF DE PARTIE W/M (JAHRESSTELLE)

zur Unterstützung unseres Küchenchefs und Teams.

Wir bieten eine abwechslungsreiche Arbeit, ein junges und innovatives Team und sehr gute Vertragsbedingungen. Sonntag und Montag Ruhetag sowie allgemeine Feiertage geschlossen. Betriebsferien im Winter und Sommer.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann senden Sie uns Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Restaurant Wein & Dein
Herr Siegfried Hörl
Regensdorferstrasse 22
8049 Zürich-Höngg
+41 1 43 311 56 33
www.weinunddein.ch



www.cosmea.ch

Der Verein Cosmea bietet Menschen mit psychischer Behinderung geschützte Arbeitsplätze in einem Restaurationsbetrieb an. Die psychisch behinderten Menschen erhalten ein Lern- und Arbeitsfeld in der Küche, im Service, in der Lingerie und in der Administration.

Das Restaurant Loë (ehemals Restaurant Rosengarten) in Chur sucht auf den 1. Januar 2006 einen

Koch 100%

mit abgeschlossener Kochlehre, einigen Jahren Berufserfahrung und Interesse an der Begleitung und Förderung von Menschen mit psychischer Behinderung. Erfahrung im Sozialbereich ist erwünscht, aber nicht Bedingung. Eine grosszügige Infrastruktur und eine beruflich und menschlich herausfordernde Arbeit erwarten Sie.

Für nähere Auskünfte steht Ihnen der Präsident unseres Vereins, Reto Müller, Tel. 081 252 55 62, zur Verfügung. Ihre Bewerbung richten Sie an: Verein Cosmea, Rätusstrasse 22, 7000 Chur.

BETHESDA

Das Bethesda Küssnacht ist ein privat geführtes Haus mit 150 Betten für langzeitranke und betagte Menschen. Zur Ergänzung unseres motivierten Küchen-Teams suchen wir nach Vereinbarung einen

Koch

Unsere Gäste sind
• Bewohnern und Bewohner
• Besucher unseres Café-Restaurants
• Mitarbeiter des Betriebes
• Teilnehmende von verschiedenen Tagungen und Seminaren

Sie bringen mit
• gute Deutschkenntnisse und Sie verstehen Schweizer Dialekt
• Grundausbildung als Koch sowie mehrjährige Berufserfahrung
• Flair für Lehrlingsbetreuung und Mithilfe bei der Ausbildung
• Erfahrung als Verantwortlicher im Bereich Hygiene
• Bereitschaft in allen Bereichen der Küche zu arbeiten
• Einsatzfreude, Kreativität und Teamgeist
• Bereitschaft bei diversen Anlässen auch am Abend zu arbeiten

Sie leisten einen wichtigen Beitrag zum Wohlbefinden unserer BewohnerInnen und Gäste und legen deshalb Wert auf eine hohe Qualität des Essens.

Wir bieten
• zeitgemässe Anstellungsbedingungen in einem Tagesbetrieb
• ein vielfältiges Aufgabengebiet in einem renommierten Haus
• ein eingespieltes Team, das Ihre guten Umgangsformen zu schätzen weiss
• die Möglichkeit, fachbezogene Weiterbildungen zu absolvieren
• 5 Wochen Ferien

Ihre vollständigen schriftlichen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an P. Spalchiero, Personalverantwortlicher, BETHESDA KÜSSNACHT, Rietstrasse 25, 8700 Küssnacht. Telefonische Auskünfte erhalten Sie bei Herrn Peter M. Jarmer, Küchenchef, Tel. 044 913 27 61.

GASCHOP SUR ALDEN KANZLEI

Dorfstrasse 13, 8606 Greifensee
Tel. 01 940 58 87 / Fax 01 940 58 04

Wir suchen als Ergänzung für unseren lebhaften Betrieb ab Januar 2006 oder nach Übereinkunft folgende Mitarbeiter in Jahresstelle:

Koch/Köchin

Service-mitarbeiter/in

Wir bieten gute Entlohnung und geregelte Arbeitszeiten. Zimmer im Hause möglich.

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an H. und H. Jochum. 168670



SPORTHOTEL MINSTER CH-8842 UNTERIBERG

Am Fusse des Skigebietes Hoch-Ybrig, im Herzen der Schweiz
Unser Team sucht per sofort oder nach Vereinbarung eine

Servicefachangestellte

Wir bieten geregelte Arbeitszeiten (1 Woche Di. frei, 1 Woche Sa., 16 Uhr bis Mi., 16 Uhr frei) und sehr gute Anstellungsbedingungen.

Auf Ihre Bewerbungsunterlagen oder Ihren Anruf freuen sich

Sporthotel Minster
Fam. H. und S. Jäger
8842 Unterberg
Tel. 0041 55 414 6200
www.sporthotel-minster.ch

Hotel Distelboden CH-6068 Melchsee-Frutt Zentralschweiz
Telefon 0041/41 669 1266
Telefax 0041/41 669 1377
www.distelboden.ch
info@distelboden.ch

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir für die kommende Wintersaison (Mitte Dezember bis Mitte April 06) junge, aufgestellte, und motivierte Mitarbeiter/innen als

Servicefachangestellte/ Kellner

sowie **Mitarbeiter für Buffet u. Bar (Muttersprache D)**

Guter Verdienst, Kost und Logis im Hause.

Rufen Sie uns an oder schicken Sie Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto. Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen. Fam. Ruedi u. Helene Steiger 168666

In Privathaushalt am Zürichberg suchen wir freundliche, spanischsprechende

Haushälterin/ Gesellschafterin

zur selbständigen Führung eines Zweipersonenhaushaltes.

Gesucht wird eine vertrauenswürdige, freundliche, reife Frau, die Wert auf einen gepflegten Haushalt legt und Hunde liebt. Vorzugsweise mit PW-Führerausweis. Kost und Logis im Haus.

Interessentinnen melden sich bei Anna Steffen, Tel. 044 440 59 02. 168724

MONTANA ART DECO HOTEL LUZERN

WIR SUCHEN
In Jahresstelle ab Januar 06 oder nach Vereinbarung

1. Chef de Service w/m

Ihre Aufgaben sind:
Organisation des Tagesgeschäfts im SCALA RESTAURANT und Bankett, Sicherstellen der Gästezufriedenheit, Führen des 15-köpfigen Serviceteams mit Unterstützung der Leitern Gastronomie und 3 Assistenten

Ihre Vorzüge sind:
Charmanter und kommunikativer Gastgeber, motivierende Führungsperson mit Organisationstalent

Sie bringen mit:
Berufserfahrung in der gleichen Position, sehr gute Referenzen und Sprachkenntnisse D/E/F, sicheres Auftreten und Leidenschaft für Business Excellence

Wir bieten Ihnen:
Eine vielseitige Position in einem sehr lebhaften und gemäss ISO 9001:2000 strukturierten Betrieb, fortschrittliche Mitarbeiterpolitik mit Weiterbildungsmöglichkeiten

Ihre Kontaktperson ist:
Kathrin Staehelin, Leiterin Gastronomie
kathrin.staehelin@hotel-montana.ch

ADLIGENSWILERSTRASSE 22
6002 LUZERN/SCHWEIZ
TELEFON +41 (0)41 419 00 00
WWW.HOTEL-MONTANA.CH

HOTEL SCHWEIZERHOF UND RESIDENCE

Wir suchen folgende/n Mitarbeiter/in ab Wintersaison 2005/06:

Chef Pâtissier (w/m)

Servicefachangestellte (w/m)

D/E/F mit Berufserfahrung.
Auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Lebenslauf, Referenzen und Foto freut sich:

SEILER HOTELS ZERMATT AG
Hotel Schweizerhof und Residence****
Eva-Maria Mathier
Bahnhofstr. 38
3920 Zermatt

Tel. 027 966 87 56
Fax 027 966 87 57
www.seilerhotels.ch
E-Mail: cm@seiler-zermatt.ch



Das Casino Kursaal Interlaken ist ein führendes Bankett- und Kongresszentrum in der Schweiz. Verschiedene Gastronomiebetriebe mit Restaurants und Spielcasino sind unserem Unternehmen angegliedert. Als erster Betrieb dieser Art sind wir gemäss ISO 9001 und 3 Q-Gütesiegel zertifiziert.

Für unser Restaurant *Le Petit Casino* suchen wir eine/n

Service-mitarbeiter/in

- mit mehrjähriger Berufserfahrung
- deutscher Muttersprache
- Alter zwischen 20 und 40 Jährig.

Eintritt: ab sofort oder nach Vereinbarung

Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto senden Sie bitte an:

CASINO KURSAAL INTERLAKEN
Reto Grohmann
Food & Beverage Assistent
Strandbadstrasse 44
3800 Interlaken

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(r) Commis de cuisine oder Chef de Partie

Öffnungszeiten: Mittwoch-Sonntag
Nach Wunsch Personalstudio im Haus
Schriftliche Bewerbung an:
Peter Doswald
Hinterburgstr. 1, 6345 Neuheim
Tel. 041 756 05 40



Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir ab Wintersaison qualifizierte und einsatzfreudige Fachkräfte.

Réception:
- Empfangssekretärin (Jahresstelle)
Hotelerfahrung, sprachgewandt (D, E, I, F)
Flair im Umgang mit Gästen, unternehmerisches Denken

Night-Auditor
mit guten Sprachkenntnissen, Hotel- und EDV-Erfahrung

Hotelrestaurant
- Servicefachangestellte/Chef de rang w/m (D, E, I)
Service-Tourante für Ablösungen: Saal, Restaurant und Bar

Hotelbar
- Charmante Gastgeberin (D, E, I) für unsere Bar im Aufenthaltsraum mit Kamin und Pianomusik

Küche
- Chefs de partie Saucier, Entremetier - Commis pâtissier

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung (mit Foto).

Hotel La Margna, Fam. R. Schweizer-Pitsch, 7500 St. Moritz
Tel. 081 836 66 00, Fax 081 836 66 01
www.lamargna.ch E-Mail: info@lamargna.ch



Stellenangebote

SwissDeluxeHotels.com
Committed to quality and individuality

Marché de l'emploi

DER GASTFREUNDSCHAFT GEWIDMET



FÜR UNSERE BEIDEN FÜHRENDEN LUXUSHOTELS IN INTERLAKEN UND LUZERN
SUCHEN WIR EINE INITIATIVE, GEWINNENDE PERSÖNLICHKEIT MIT STIL ALS

PUBLIC RELATIONS ASSISTENTIN

(AB 1. FEBRUAR 2006 ODER NACH VEREINBARUNG)

BASIEREND AUF ENTWICKELTEN PR-STRATEGIEN
UNTERSTÜTZEN SIE DIE VIELSEITIGE MEDIENARBEIT BEIDER HÄUSER
UND PFLIEGEN INTENSIVEN KONTAKT ZU
IN- UND AUSLÄNDISCHEN MEDIENVERTRETERN UND -AGENTUREN.

SIE KOMMEN AUS DER HOTELLERIE UND BESITZEN EIN FLAIR ZUR PFLIEGE DES
BESTEHENDEN KONTAKTNETZES. EINE AUS- ODER WEITERBILDUNG
IN PR UND KOMMUNIKATION IST VON VORTEIL.

DAS VERFASSEN VON TEXTEN BEREITET IHNEN FREUDE,
DEUTSCH IST IHRE MUTTERSPRACHE UND ENGLISCH SOWIE FRANZÖSISCH
BEHERRSCHEN SIE IN WORT UND SCHRIFT.

FRAU ANJA LANDERT, LEITERIN HUMAN RESOURCES,
FREUT SICH ÜBER IHRE SCHRIFTLICHE BEWERBUNG.

Victoria Jungfrau

PALACE
LUZERN

168683



VICTORIA-JUNGFRAU GRAND HOTEL & SPA / PALACE LUZERN
3800 INTERLAKEN · TEL. 033 828 26 77 · FAX 033 828 28 80
interlaken@victoria-jungfrau.ch · www.victoria-jungfrau.com · www.palace-luzern.com
ZWEI AUSSERGEWÖHNLICHE HOTELS IN GLEICHEM BESITZ



PARK HOTEL VITZNAU



FÜR UNSER MÄRCHENSCHLOSS AM VIERWALDSTÄTTERSEE SUCHEN WIR IN JAHRESSTELLE EINEN
KREATIVEN, INNOVATIVEN UND FÜHRUNGSSTARKEN

KÜCHENCHEF (M/W)

Ihr Aufgabengebiet umfasst

- Organisation, Koordination und Überwachung des Küchenbetriebes mit 20 Mitarbeitern
- Ideenreiche Menügestaltung für unser Gourmetrestaurant wie auch für Bankette und unsere Pensionsgäste
- Führung der gesamten Küchenbrigade, sowie die Ausbildung der Kochlehrlinge
- Einkauf und Qualitätskontrollen sämtlicher Frischprodukte
- Lagerhaltung, Kalkulation und Renditeverantwortung für den gesamten Food-Bereich
- Betriebsdelegierter für Hygienefragen und deren Umsetzung

Sie bringen mit

- Erfahrung in einer vergleichbaren Position
- Führungsstarke Persönlichkeit
- Fundierte Aus- und Weiterbildung
- Teamorientierte Führung
- Vielseitiges Organisationstalent mit Administrationserfahrung und Durchsetzungsvermögen
- Ausgeprägtes Fachwissen

Wir bieten Ihnen die einmalige Chance, die Ausrichtung unserer Küche entscheidend mitzugestalten und umzusetzen.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Lebenslauf, Zeugniskopien und aktuellem Foto.

PARK HOTEL VITZNAU

Herr Peter Molnar, Personalchef
Seestrasse • CH-6354 Vitznau/Luzern
Tel. +41 (0)41 399 60 60 • Fax +41 (0)41 399 60 70
personal@parkhotel-vitznau.ch • www.parkhotel-vitznau.ch



168659



Votre référence pour l'avenir

Nous recherchons pour entrée immédiate ou à convenir

ASSISTANT/E «CHEF DE RÉCEPTION»

Au bénéfice d'une expérience réussie dans un poste similaire, enthousiaste, persévérant(e), à l'aise dans la gestion d'équipe, vous êtes apprécié(e) pour votre entregent, votre sens des responsabilités, vos qualités d'organisation et de communication.

Nous vous offrons une activité enrichissante et évolutive dans un cadre de travail prestigieux et les avantages sociaux d'un établissement d'exception.

Les personnes intéressées sont invitées à envoyer les dossiers complets avec photos à:

Madame Marie-Laure Stauffacher
Directrice des Ressources humaines
Pl. du Port 17-19, 1006 Lausanne
Fax 021 613 33 20, E-Mail: personnel@brp.ch

168664

BEAU-RIVAGE PALACE
LAUSANNE-OUCHY - TÉL. (021) 613 33 33

The Palace Hotels of the World

HÜTTLI BAR
GRINDELWALD

Möchtest Du die Zeit von Anfang Dez. 2005 bis ca. Ende März 2006 beim

Après-Ski

in Grindelwald verbringen?

Wir suchen eine junge **Barmaid** für die Hüttli-Bar. Wir bieten Dir ein lockeres Arbeitsklima mitten im Trubel einer illustren Gäste-Schaar.

Du bist gut drauf, hast Stil, bist zwischen 20- und 30-jährig, weißt wie der Hase läuft und arbeitest am liebsten wenn der Laden aus allen Nähten platzt!

Ruf an auf 033 853 60 47 oder bewerbe Dich auf email unter nadia.renner@gmx.net oder sende Deine Unterlagen an Nadia Renner / Eschen 7 / CH-3818 Grindelwald

168729



Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir für die kommende Wintersaison eine/n

Servicefachangestellte/n

für unser Hotel-Restaurant in Zermatt. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Fam. Perren Käthy & Christian
Tel.: 027 966 29 44 / Fax: 027 966 29 55
E-Mail: hotel.cheminee@spectraweb.ch
Internet: www.hotelcheminee.ch

168672

Hotel Maria* Sils-Maria, Engadin**

Für kommende Wintersaison ab Dezember 2005 und evtl. auch Sommersaison suchen wir für unsere Bündnerstube mit A-la-carte-Restaurations und netter Stammkundschaft eine sympathische, freundliche und einsatzfreudige

Service-tochter

(Deutsch- und Italienischkenntnisse)

Auf Ihre Bewerbung freut sich Fam. R. Moeckli, Hotel Maria Sils-Maria, Tel. 081 832 61 00

168703

KINDLI

SEIT 1474

Das Hotel KINDLI liegt an ruhiger Lage, am Rennweg, zwischen Bahnhofstrasse und Lindenhof.

Unser Stadthotel hat den Charakter eines privaten Hauses:

Ein Ort zum Wohlfühlen mit einer frischen, delikaten Küche und einem diskreten, freundlichen Service.

Für unser Restaurant suchen wir:

eine/n junge/n gelernte/n

Köchin / Koch

eine/n zuverlässige/n

Service-Mitarbeiter/in

Wenn Sie entsprechende Berufserfahrung haben, und im Service über sehr gute Deutsch- und Englischkenntnisse verfügen, freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

Sonja Lacher
KINDLI am Rennweg
Pfalzgasse 1, 8001 Zürich
Tel. 043 888 76 76
sonja.lacher@kindli.ch

?????



HIRSCHEN WILDHAUS

HOTEL - LOUNGE - RESTAURANT - SPA

Servicefachangestellte

Für unseren Hotel- und Restaurationsbetrieb suchen wir auf die kommende Wintersaison jüngere, freundliche Dame mit A-la-carte-Erfahrung.

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung, welche Sie an Susanne Walt richten wollen.

Hotel Hirschen • CH-9658 Wildhaus
T +41 71 998 54 54
www.hirschen-wildhaus.ch
info@hirschen-wildhaus.ch

168704

Für unser Hotel suchen wir ab sofort:

Réceptionist/in

Berufserfahrung
Erfahrung in Buchhaltung
Deutsch, Italienisch, Englisch

Servicefachangestellte/r

Berufserfahrung
Deutsch, Italienisch

Unterkunft und Verpflegung im Hotel möglich.

Schriftliche Bewerbungen an:

Pizol Park-Hotel
Postfach 135
7323 Wangs-Sargans (SG)

168699



Kantonsspital Uri

Für unsere Spitalküche suchen wir auf den 1. Februar 2006 oder nach Vereinbarung einen/eine

Bäcker/in-Konditor/in

Als unser neuer Mitarbeiter/unsere neue Mitarbeiterin stellen Sie für unsere Patientinnen/Patienten und die Besucherinnen/Besucher unserer Cafeteria täglich frische Backwaren her (Torten, Kuchen und Patisserie).

Kreativität, Initiative, Qualitätsbewusstsein, speditives Arbeiten, Selbständigkeit sowie Freude an der vielseitigen Arbeit und an kollegialer Zusammenarbeit gehören zu den Voraussetzungen unseres/unserer künftigen Mitarbeiters/ Mitarbeiterin.

Für weitere Auskünfte steht Ihnen Herr Bläsi, Leiter Ökonomie, jederzeit gerne zur Verfügung (Telefon 041 875 51 07).

Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie bitte an das

Kantonsspital Uri
Herrn W. Bär, Personalchef
6460 Aaldorf
(Telefon 041 875 51 03)

168714

WORLDWIDE INTERACTIVE PERSONNEL SERVICES
**Can I work abroad?
How are the conditions of employment?
How can I find a job abroad?**

We have the answers to these questions and many more!
Finding a job abroad or onboard a cruise ship is however a matter of confidence. We know what we talk about!
Take therefore the opportunity of your visit at the
IGEHO Basel 19 -23 November 2005
to contact us for personal information.
By appointment only. Please telephone 079 397 60 65

Check our website for details on our services
www.wips.ch 168696

WIPS
Waldfhofstr. 43, CH - 4310 Rheinfelden

HOTEL MONTPELIER VERBIER
(16 GM)
& Restaurant «LE HAMEAU» Verbier (14 GM)

cherchent pour la saison d'hiver 2005/2006
(du 10. 12. 2005-15. 4. 2006)

Secrétaire de réception (F/D/E + Fidello)
Serveurs

Veillez s. v. pl. adresser votre offre par écriture avec CV + photo à l'adresse suivante:

Hôtel Montpelier & Restaurant «LE HAMEAU»
Jürg Brupbacher
Rue du Centre Sportif N° 37
CH-1936 Verbier/Suisse
Fax: +41 27 771 61 58

168671

Hôtel 4* de la Riviera recherche de suite pour compléter son équipe jeune et dynamique

- un(e) 1^{ère} réceptionniste
avec expérience de 4-5 ans dans établissement 4 ou 5*.

La connaissance du logiciel hôtelier «Fidello» serait un plus

Bonne connaissance des 3 langues, français, allemand et anglais exigée

Salaire 6000.-

Si vous êtes intéressé(e), n'hésitez pas à nous contacter sous chiffre 168727 à *hotel + tourismus revue*, case postale, 3001 Berne.

168727

ÜBERSETZUNGEN
TRADUCTIONS 168795

Spezialisten für fachgerechte Übersetzungen von Bewerbungsunterlagen im Gastgewerbe
Spécialistes en traductions professionnelles du secteur hôtelier

JCW SERVICES

Waldfhofstrasse 43
CH - 4310 Rheinfelden
Tel +41 061 422 06 57
www.jcwservices.ch
info@jcwservices.ch

Mehr brauchen Sie nicht.

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

Insrieren 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.

DOMINO GASTRO

Her Personal-Prof

- 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

Ristorante Imperialino di Moltrasio, Como, Italia

rinomato locale segnalato sulle principali guide gastronomiche, ricerca per assunzione da febbraio 2006:

1^o Maître di sala

Si richiede la conoscenza di almeno 2 lingue straniere, Inglese e Tedesco, ed è gradita la conoscenza di una terza lingua (Francese).

Si offrono: inserimento in ambiente giovane, serio e professionale, possibilità di alloggio, in mensa interna.

I candidati possono inviare dettagliato curriculum vitae al numero di fax 031 34 61 20 oppure via e-mail all'indirizzo: negrini@imperialemoltrasio.it

168669

Costa Teguisa, Lanzarote, Ferienparadies für Windsurfen, Golfen und Biken. Kleineres Gourmet-Restaurant (ca. 35 Plätze) sucht per sofort oder nach Vereinbarung ambitionierte(n) und unternehmungsfreudige(n)

Koch/Küchenchef(in)

mit guten Kenntnissen der gehobenen italienischen und modernen Küche.

Info über Tel. 055 414 34 43 oder info@golfymar.com.

168726

CERCASI GIOVANE DINAMICO

CUOCO

DISPONIBILE DA SUBITO PRONTO AD UN INCARICO DI RESPONSABILITÀ PER UN RISTORANTE A LUGANO.

CUCINA MEDITERRANEA ED INTERNAZIONALE.

TELEFONARE ALLO 079 207 23 03.

168708

USA - New York - Manhattan
Erfolgreiches «Swizz»-Restaurant
Best location in Times Square

sucht ab sofort:

- Commis de cuisine/Kellner (m/w)**
- Manager Hotelkonzept** (abgeschlossene Hotelfachschule)

Interview in Basel:
30. 11. 2005, 10h bis 13h.
Apply: roland@1291.com
Call: 001 212 465 7333

168684

Spanien

Bekanntes Komforthotel an der Costa Brava, direkt am Meer, deutscher Besitzer, 140 Zimmer, 2 Restaurants, Spa + Gesundheitszentrum für Ayurveda-Kuren. Ganzjährig geöffnet. Wir suchen ab Februar/März 2006 qualifizierte und selbstständige Mitarbeiter/in für

- Direktionsassistent/in:** speziell für Qualitätskontrolle und Public Relations
- Rezeptionist/in** für Front und Back-Office
- Barmaid:** sollte kommunikativ sein. Bei diesen Stellen sind die Sprachen D, F und Spanisch von Vorteil
- Haustechniker** für Elektro und Wasser

Wir bieten 8-Stunden-Tag mit einem freien Tag pro Woche, kostenlose Unterkunft im Doppelzimmer und volle Verpflegung.
WEB: www.edenroc.net

Wir freuen uns auf Ihre aussagefähige Bewerbungsunterlagen mit Gehaltswünschen.

HOTEL EDEN ROC
17220 Sant Feliu de Guixols
Girona/Spain, Fax 00 / 34 972 650 850
E-Mail: gap@cederlog.com

168689

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

Küchecuisine

1	2	3	4	5	6	7	8
0659	Alleinkoch/Ch.d.partie	32	FR	L-EG	Dez.	D/Fl	GR/VS/BE-Oberl.
0664	Entremetier/w	21	CH	sofort	D		Davos/Klosters
0665	Commis de cuisine	21	CH	sofort	D/E		Thun-Interlaken
0666	Hilfskoch	29	CH	sofort	D		VS/GR/BE-Oberl.
0667	Küchenchef	52	CH	sofort	D/E/Fl		SG/GR/Liechtenstein
0668	Küchenchef	44	DE	C	Dez.	D/E	Interlaken/Spiez/Thun
0671	Küchenchef	59	CH	sofort	D/E/Fl		Zürich
0675	Commis de cuisine/w	21	CH	sofort	D/Fl		Genève/Lausanne
0680	Jungkoch	20	CH	sofort	D/E/Fl		Baden/Zürzach
0681	Koch	37	CH	sofort	D/E/Fl		ZG/GAG/ZH
0683	Koch/Küchenchef	59	CH	sofort	D		Saisonstelle
0688	Koch/w	27	DE	L-EG	Jan.	D/E	Spiez/Thun/Interlaken
0689	Sous-chef/Küchenchef	32	FR	B-EG	Jan.	D/E/Fl	ZG
0692	Koch	42	DE	sofort	D		Nord-CH
0693	Hilfskoch/w	37	MA	B-EG	Jan.	D/Fl	Zürich
0698	Sous-chef	51	DE	B-EG	sofort	D/E/Fl	Hotel/Spital
0699	Küchenchef	37	IT	C	Dez.	D/E/Fl	BE/TI/VD
0700	Hilfskoch	46	TR	C	sofort	D/E	SO/BE-Mittelland
0705	Sous-chef/w	23	CH	Dez.	D/Fl		SO/BE-Mittelland
0706	Küchenchef	43	DE	C	Dez.	D/E/Fl	Spiez/Thun/Interlaken

Service/service

1	2	3	4	5	6	7	8
0661	Bardame	49	HU	C	Jan.	D	Deutsch-CH
0663	Service/w	26	CH	sofort	D/E		Inner-CH/Flumserberg
0670	Service/w	21	CH	Dez.	D/E		Deutsch-CH/zus.m.10669
0672	Service/w	35	FR	L-EG	n.Ver.	F	VS
0674	Chef de rang/Kellner	36	FR	B	sofort	D/E/Fl	Zentral-CH/BE/ZH/AG
0678	Service-Stage/w	28	BG	L-22	sofort	D	ZH/LU
0679	Chef d.s./Betr.assistentin	47	CH	n.Ver.	D/E/Fl		Zürich
0685	Bardame	45	PL	C	Jan.	D/E/Fl	
0686	Kellner/Koch	54	AT	L-EG	Jan.	D/E/Fl	
0687	Service/w	34	BG	B-EG	Jan.	E/Fl	Deutsch-CH
0690	Service/w	36	HR	C	Jan.	D	SO/BE
0702	Sefa	46	CH	Dez.	D/E/Fl		ZH/SG
0704	Kellner/Barman	43	FR	L-EG	sofort	D/Fl	

Administration/administration

1	2	3	4	5	6	7	8
0669	Betriebsassistent/F&B	21	CH	Dez.	D/E/Fl		Deutsch-CH/zus.m.10670
0673	Réceptionist/Admin.	32	CH	Jan.	D/E/Fl		Aarau-Olten
0677	Réceptionspraktikant	19	CH	Dez.	D/E/Fl		West-CH
0691	Night Auditor	43	UG	C	sofort	E/Fl	VD/GE
0696	Betriebsassistentin	29	CH	sofort	D/E/Fl		BE

0701	Anfangsreceptionistin	21	CH	Dez.	D/E/Fl		BE-Oberl./J3-4*-Hotel
0703	Réc./Betriebsassistentin	41	CH	Jan.	D/Fl		

Hauswirtschaft/ménage

1	2	3	4	5	6	7	8
0660	Hofa	19	CH	sofort	D		LU/SZ/Hotel/Klinik/Heim
0662	Kasse/Verkauf/w	48	CH	Dez.	D/E/Fl		Inner-CH/GR/VS/Bergrest.
0676	Wellnessleiterin	38	CH	n.Ver.	D/E/Fl		
0682	Etagengouvernante	51	CH	sofort	D/E/Fl		ZH/BE/BE-Oberl.
0684	Zimmerfrau	41	PT	C	sofort	I	Lausanne+Umgeb.
0695	Allrounderin	24	PT	L-EG	sofort	D/E	BE
0697	Hofa/Service	44	CH	sofort	D/E/Fl		Bern/Thun/Emmental

- 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)

158605

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 <input type="radio"/> Saisonstelle / saison <input type="radio"/>
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@hotellerieuisse.ch



Wir suchen für die nächste Sommersaison 2006 (ab Februar bis November) noch folgende Mitarbeiter:

**Chef de partie/
Commis de cuisine
Service Mitarbeiter/In**

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung:

Hotel-Ristorante-Pizzeria
AL FARO
Postfach 959
6612 Ascona

168688



GIARDINO – kein Luxushotel im üblichen Sinn, vielmehr ein südliches Landhaus voller Italianità und mediterranem Flair!

Für die Sommersaison 2006 ab ca. Anfang März bis ca. Mitte November engagieren wir

Chef Restaurateur (m/w)
für die Osteria Giardino (13 Punkte Gault/Millau), in der wir eine ursprüngliche italienische Küche in einem fröhlichen Ambiente anbieten. Mehrjährige Erfahrung ist Voraussetzung.

Korrespondentin
mit kaufmännischer Ausbildung in der Hotellerie, deutsche Muttersprache und Sprachkenntnissen in I/E/F.

Florist (m/w)
mit Ideenreichtum und Kreativität für die Dekorationen in den Zimmern sowie in den öffentlichen Räumen.

Mit Spannung erwarten wir Ihre Bewerbung mit Foto!

Isolde Braunert, Human Resources Manager
Albergo Giardino
6612 Ascona
091 785 88 88



168697

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

Fach- und Kaderstellen-leuten
Professionnels et cadres – emplois et personnel
Professionali et quadri – posti e impiegati

WWW.GASTRONET.CH

044 225 80 90

GASTRONOMIE - HOTELLERIE

167027

hoteljob

Ihre
Stellenvermittlung

hoteljob
Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
Telefon 031 370 43 33
Fax 031 370 43 34
www.hoteljob.ch
hoteljob.be@hotelleriesuisse.ch



166556

Motivierter, flexibler Mann sucht per sofort oder nach Vereinbarung eine Stelle als

Serviceangestellter

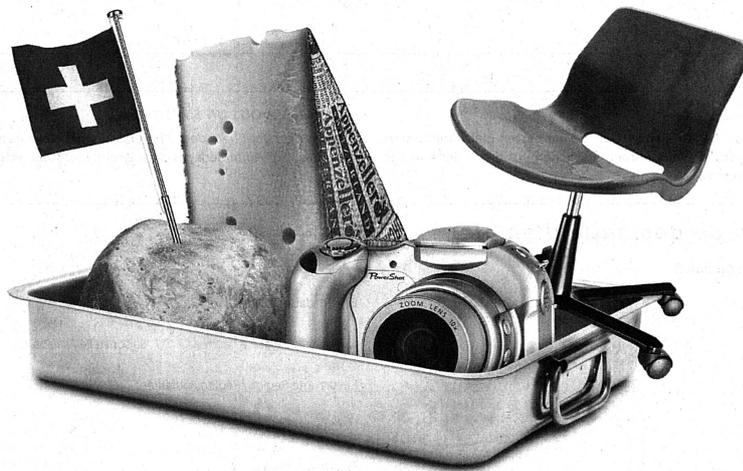
Bitte melden Sie sich unter
Tel. 076 200 81 68.

168700

PIZZAIOLO QUALIFICATO CERCA LAVO-
RO PER STAGIONE ESTIVA. TEL. 0039-
824983075 CEL. 0039-3495313521
166166

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

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 Strebler
Anzeigenverkauf / Vente des annonces: Oliver Egloff (Anzeigenleiter), Marc Moser
E-Mail: inserate@htr.ch

Anzeigenentarif (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):
– Frontseite / Première page: Fr. 1.67 (exkl. MwSt. / sans TVA)
– Direktion / Direction: Fr. 1.60 (exkl. MwSt. / sans TVA)
– Kaderangebote / annonces cadres / Tourismus: Fr. 1.57 (exkl. MwSt. / sans TVA)
– Stellenangebote / Offres d'emploi: Fr. 1.46 (exkl. MwSt. / sans TVA)
– Stellengesuche / Demandes d'emploi: Fr. 1.43 (exkl. MwSt. / TVA incluse)
– Zuschlag Aufschaltung Internet: Fr. 25.– pro Woche/Anzeige

Termine:

– Ausgabe	Nr. 47/2005	Nr. 48/2005	Nr. 49/2005	Nr. 50/2005
– Erscheint	24. 11. 2005	1. 12. 2005	8. 12. 2005	15. 12. 2005
– Anzeigenschluss	21. 11. 2005	28. 11. 2005	5. 12. 2005	12. 12. 2005
– Wiederholungen	21. 11. 2005	28. 11. 2005	5. 12. 2005	12. 12. 2005

Herstellung / Production: Büchler Grafino AG/ Druckzentrum Bern, 3001 Bern

WEMF-beglaubigt 2004/05 / contrôlés REMF 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.