

**Zeitschrift:** Hotel- + Tourismus-Revue  
**Herausgeber:** hotelleriesuisse  
**Band:** 113 (2005)  
**Heft:** 47

## Heft

### Nutzungsbedingungen

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

### Conditions d'utilisation

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

### Terms of use

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

**Download PDF:** 17.08.2025

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

# hotel+tourismusrevue

htr PLUS | GV • SUISSE

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE UND TOURISMUS

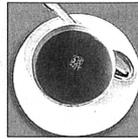
Avec cahier français



**AKTUELL 2**  
**Reise-Motor Flughafen |**  
Zürich, München, Frankfurt: Der Zürcher Tourismustag brachte drei Flughäfen auf eine Plattform.



**HOTELLERIE 7**  
**Hotelbewertungssystem |**  
Verschiedene Betriebe nutzen es als Marketinginstrument, andere befürchten Missbrauch.



**FOKUS 13**  
**Abschied vom Beuteltee |**  
Für die Gastronomie würde es sich lohnen, das Teeangebot auszubauen.



KOMMENTAR

## Nicht nur an sich selber denken

Theres Lagler

Die Berner sind mit ihrer Destinationspolitik auf dem richtigen Weg: Das attestiert ihnen der Evaluationsbericht der Universität Bern. Seit der Auflösung der Dachorganisation Berner Oberland Tourismus sind im Oberland neun Destinationen mit schlanken Strukturen und geringen Overhead-Kosten entstanden. Das schweizweit einzigartige Modell weist aber auch Mängel auf: So gibt es zu viele Ansprechpartner, die Marke Berner Oberland wird kaum noch genutzt und die kleinen Tourismusorganisationen laufen Gefahr, unterzugehen.

Deshalb schlägt Tourismusprofessor Hansruedi Müller vor, dass die Destinationen einen «Product Manager Berner Oberland» bei Schweiz Tourismus finanzieren. Diese Idee löste letzte Woche am 1. Berner Tourismustag bei einem Vertreter aus Interlaken Kopfschütteln aus. Klar – für starke Destinationen ist eine solche Massnahme nicht unbedingt nötig. Allerdings geht es ja darum, kleinere Destinationen aus der gleichen Region und die Marke dieser Region gesamthaft zu stärken. Da sollte man doch eigentlich meinen, dass das allen zu Gute kommt.

Es ist höchste Zeit, dass die Tourismusmanager nicht nur ihre eigene Destination im Kopf haben, sondern den Blick fürs Ganze wahren. Dies gilt umso mehr, weil sie gemäss Schweiz Tourismus drauf und dran sind, den neusten Trend – Rundreisen – zu verschlafen. Um von diesem Wachstumsmarkt zu profitieren, ist destinationsübergreifendes Denken und Handeln gefordert. Ein Product Manager fürs Berner Oberland könnte daher durchaus der Schlüssel zum Erfolg sein.

Siehe auch Seite 3



Igeho 2005

# Zeichen des Aufschwungs spürbar

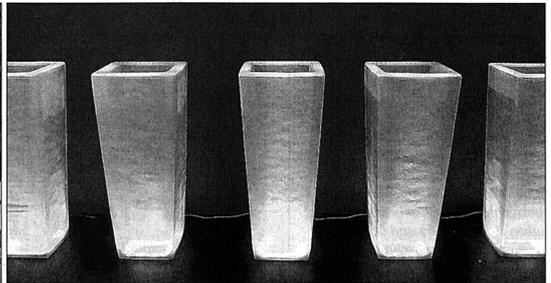
An der diesjährigen Igeho zeichnete sich Aufschwung ab: Die Aussteller sind zufrieden und sprachen allgemein von «entschlossenen Käufern».

Christine Künzler

Nirgendwo in der Schweiz finden Gastronomen und Hoteliers so viele Produkte auf kleinem Raum wie an der Igeho in Basel. Und, was ebenso wichtig ist: Die Messe ist eine ideale Plattform, um Kollegen zu treffen, die man schon lange nicht mehr gesehen hat. An der Messe gab es genügend Möglichkeiten, sich an einen Tisch zu setzen und fachzuspeln.

Nebst den Neuheiten im Bereich Produkte bot die Igeho Besuchern und Ausstellern auch die Gelegenheit zur Weiterbildung: Im Forum 05 sprachen jeden Tag verschiedene Referenten zu unterschiedlichen Themen. Das Forum 05 war Bestandteil der «World of Inspiration», in der verschiedene Themeninseln zum Verweilen einluden. Partner des Forum 05 waren hotellerieuisse, die Hotelfachschule Thun und die Vereinigung Schweizer Innenarchitekten/Architektinnen.

Siehe Seiten 4 und 5



Igeho Impressionen. Stephanie Leutwiler misst sich mit ihren Mitbewerbern an der Internationalen Servicemeisterschaft (I.), Bodenvasen sorgen für Ambiance in der «World of Inspiration» (o.), neue Badewannen für trendige Hotelzimmer. Fotos: JW, MD

Speisekarten

## Abschied von der klassischen Karte

Viele Köche träumen vom Kochen nach Lust und Produktangebot. Einige haben ihren Traum realisiert und die Speisekarte in ihrem Restaurant abgeschrieben. Sie bieten ein, zwei Tagesgerichte am Mittag und eine kleine Auswahl am Abend an. «Kochen ist so viel interessanter», sagt Beat Caduff von «Caduff's Wine Loft» in Zürich. Die stark reduzierte Karte sei der Anfang vom Ende, ist hingegen «Castle»-Chef Urs Maeder aus Binningen überzeugt. RD

Siehe Seite 11

## Die Strategien der Contract-Caterer

Der Business-Cateringmarkt wird in Zukunft nicht mehr wachsen, sondern tendenziell eher zurückgehen. gvsuisse zeigt, wie die Caterer den Verdrängungswettbewerb meistern.

Neben dem gegenseitigen Abjagen von Catering-Aufträgen bei Neuausschreibungen setzen die Schweizer Caterer auf neue Märkte. DSR will in der öffentlichen Gastronomie einsteigen, SV Schweiz hat als Franchisenehmer von Marriott die Hotellerie verstärkt im Visier. Der weltweit grösste Contract-Caterer Compass Group wiederum kon-

zentriert sich auf seine Kernkompetenzen: Die Sparte «Select Service Partner SSP» für die öffentliche Gastronomie steht zum Verkauf. Die französische Elixir zeigt sich interessiert. Betroffen ist davon auch die Compass Group (Schweiz) AG, die heute unter anderem am Flughafen Zürich aktiv ist. In der Westschweiz wiederum lehrt ein neuer Player die alteingesessenen Caterer das Fürchten: Novae Restaurantion SA konnte innert eines Jahres die Anzahl geführter Verpflegungsbetriebe annähernd verdoppeln. GSG

Siehe Beilage gv+suisse

Ferienart, Saas-Fee

## Dank ISO noch besser werden

Beat Anthamatten, Direktor des Hotels Ferienart Resort & Spa in Saas Fee, engagiert sich mit seinem Team stark für ökologische Belange. Nun hat er seinen Betrieb auch ISO-zertifizieren lassen. Die ISO-Normen 2001:2000 und 14001:2004 wurden mittels des Valais-Excellence-Programms erarbeitet. Zurücklehnen und auf den Lorbeer ausruhen will sich Anthamatten auch mit dem ISO-Zertifikat nicht. «Man muss immer dranbleiben.» CK

Siehe Seite 14

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

Zeit haben für das wirklich Wichtige: für Ihre Gäste. rebagdata hotel management solutions 8813 Horgen • Phone +41 44 711 74 10 • www.rebag.ch

ALLES FÜR JEDE GASTRONOMIE. DAS SCHWEIZER KOMPETENZ-CENTER, DAS SIE BRAUCHEN. Scana Lebensmittel AG, 8105 Regensdorf info@scana.ch, www.scana.ch, www.scanashop.ch

Polster-Möbel-Klinik Zähringerstrasse 24, 8001 Zürich Telefon 079 403 39 93 «De Stör-Polsterer chunnt» A.C.H.T.U.N.G.! Sessel • Sofas • Bänke • Stühle • Kissen Neu beziehen und aufpolstern vom Spezialisten

HOTEL KREDIT SGH® 2,5% 3 Jahre fest den Aufbruch finanzieren SCH SGH SCA

Klein, aber

**OHO**

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

Top-Platzierung inklusive! Buchen?

Tel. 031 370 42 42  
insetate@htr.ch

**htr** AUS DEM INHALT

<b>Igeho-Forum</b> 4	<b>Swiss Holiday Park</b> 9	<b>Essen ohne Speisekarte</b> 11
Das Forum 05 in der «World of Inspiration» bot den Igeho-Ausstellern und -Besuchern die Möglichkeit, sich von der Hektik der Messe zurückzuziehen und sich dabei noch weiterzubilden.	Der Swiss Holiday Park in Morshach baut für 14 Mio. Franken ein zweites Feriendorf. Die Vermarktung übernimmt der europaweit tätige Ferienpark-Anbieter «Landal Green Parks».	In manchen Restaurants hat der Gast nicht mehr viel zu bestellen. Immer mehr Gastronomen verzichten auf die klassische Speisekarte und bieten nur noch ein stark reduziertes Tagesangebot.
<b>ST-Website: Hotelbewertung</b> 7	<b>Jagdsaison</b> 10	<b>Stiefkind Tee</b> 13
ST hat auf myschweizerland.com ein Online-Hotelbewertungssystem aufgeschaltet. Verschiedene Betriebe nutzen es aktiv als Marketinginstrument, andere fürchten Missbrauch.	Welches Wildbret schmeckt besser, welches ist gesünder: gejagtes oder gezüchtetes? Die Meinungen zu Reh und Hirsch gehen stark auseinander.	Tee ist ein in der Schweizer Gastronomie oft vernachlässigtes Thema. Das Bedürfnis der Kunden ist da, doch muss man sie richtig anzusprechen wissen. Dazu braucht es keine Hexerei.

**htr** CAHIER FRANCAIS

<b>Loveroom.ch an der Igeho</b> CF 1	<b>Porträt: Pierre Goy, Minotel</b> CF 4
Ein besonderes Interesse an der Igeho in Basel vom 19. bis 23. November fand der Stand von Loveroom.ch, einer Gruppe von 70 Hotels mit «erotischen Zimmern».	Pierre Goy, der Gründer von Minotel, hat eine Karriere zurückgelegt, in welcher seine Liebe zur Familie durchscheint, so gut als wie sein Esprit des Entrepreneurs.
<b>Spa-Prestige für Lausanne</b> CF 3	<b>Kürzere Ferien-Aufenthalte</b> CF 5
Das Beau-Rivage Palace Hotel in Lausanne-Ouchy hat in der letzten Woche sein neues Spa eingeweiht, welches 1500 m <sup>2</sup> umfasst und zur Prestige-Marke «Cinq Mondes» gehört.	Höhere Gesteungskosten sowie höhere Kosten des Handling gehören zu den Auswirkungen der Verkürzung der Ferien-Aufenthalte. Der professionelle Hotelier findet Auswege.

## STANDPUNKT

**Tourismus zwischen Markt und Landschaft**

Judith Renner-Bach\*

Die touristische Nutzung der Alpen hat in den letzten 50 Jahren stark zugenommen und das Landschaftsbild beeinflusst. Die Auswirkungen der Klimaerwärmung und der internationalen Wettbewerb erfordern einen Weiterausbau und Freiräume für die Entwicklung bestehender Schneesportgebiete. Die Gästebedürfnisse haben sich geändert und verlangen nach einem die Landschaft schonenden Strukturwandel. Ein attraktiveres Berg-Produkt wird die Nachfrage vergrößern. Neuerschliessungen sind jedoch bereits heute tabu, denn urprüngliche und naturnahe Gebiete sollten auch unseren Nachkommen noch zur Verfügung stehen. Anpassungen und Verbesserungen hingegen liegen im Interesse einer erfolgreichen regionalen Tourismuswirtschaft.



Menschen wollen in den Alpen leben und arbeiten. Sie sehen sich nicht nur als Touristinnen und Touristen, die eine unberührte Wildnis geniessen. Der naturnahe Tourismus ist zwar ein wichtiges Standbein des Schweizer Tourismus mit einem überdurchschnittlichen Entwicklungspotenzial. Aber dieser sanfte Tourismus kann kein Ersatz für den Intensivtourismus sein.

Eine intakte Landschaft ist die wichtigste Ressource für die Zukunft des Tourismus. Gerade deshalb sind die Umwelthanliegen bei Innovationen im Alpenraum zwingend mit zu berücksichtigen. Es liegt im Interesse des Tourismus, hier nach Lösungen für übermorgen zu suchen. Dies ist jedoch nur im Dialog zwischen Umweltverbänden, Wirtschaft und Politik möglich. Ohne neue Gesprächskultur werden in Zukunft die Gerichte über Innovationen im Schweizer Tourismus entscheiden. Der Schweizer Tourismus-Verband ist bereit, in den Dialog einzusteigen und die Interessen einer nachhaltigen Tourismusentwicklung zu vertreten.

Angepasste Infrastrukturen sind eine Anforderung der Zeit. Sie müssen das touristische Potenzial und zugleich die unvergleichlichen Naturwerte bewahren helfen. Fürchten wir uns nicht vor diesen Veränderungen. Fürchten wir uns vor dem Stillstand und bewältigen wir die offenen Zukunftsfragen.

\* Judith Renner-Bach, Direktorin Schweizer Tourismus-Verband.



Flughafen: Spiegel der Gesellschaft. Experten am Zürcher Tourismustag betonten den Zusammenhang zwischen rationaler Mobilität und Prosperität. Fotos: Flughafen Zürich



## 1. City Tourism Challenge Zürich

**«Luftfahrt ist kein Selbstzweck»**

Zürich Tourismus vereinte die Flughäfen Zürich, München, Frankfurt auf einer gemeinsamen Veranstaltungs-Plattform. Der «1. City Tourism Challenge Zürich» im Airport Conference Center zog Publikum aus Tourismus und Konsum- und Dienstleistungswirtschaft an.

Karl Josef Verding

«Verkehrsdrehscheibe Europas – Wachstumsmotor für die Region sei das «1. City Tourism Challenge Zürich», lautete die Fragestellung der Veranstaltung, die von Zürich Tourismus und der Internationalen Schule für Touristik (IST) gestaltet wurde. Welche sind die Konsequenzen des aufstrebenden Low-Cost-Marktes im Flugwesen

für den Tourismus? Und grundsätzlich: Welche sind die absehbaren Trends im Mobilitätsverhalten der Europäer im Zeithorizont bis 2015? Laut David Bosshart, CEO des Gottlieb Duttweiler Instituts, wird es im Verkehr einen Dreiklang geben: «Schneller, besser, billiger.» Eine Stadt dürfe nicht kommod und somit austauschbar werden, auch wenn der billige Luftverkehr ihr grosse Zuwächse an Ankünften bringt. Im Kampf gegen den Commodity-Status, der die Gefahr der Austauschbarkeit einer Stadt birgt, nehme der globale Wettbewerb um herausragende Attraktivität zu. Für den Standort Zürich bedeute dies eine Herausforderung: Er müsse sich klar von der Konkurrenz abgrenzen. Eine zentrale Rolle spiele die Demonstration der urbanen Lebensqualität. Die neuen EU-Länder seien ein potenzieller Wachstumsmarkt im europäischen Ver-

kehr. Laut Bosshart sind aber genaue Entwicklungen schwer prognostizierbar, da grenzenloses Wachstum durch die Akzeptanz der Menschen und die Restriktionen der Politik beeinflusst wird.

**«Luftfahrt widerspiegelt gesellschaftliche Bedürfnisse»**

«Langstrecken-Flüge gehen nur über Drehkreuze», betonte Michael Kerkloh, Präsident und CEO der Flughafen München GmbH. Die Ankünfte aus China nähmen in München aufgrund der billigen Flugpreise um 35% bis 40% pro Jahr zu. China bilde nun mit Russland und Japan einen neuen Markt mit hoher Wachstumsrate im Langstreckenverkehr. – Laut Annegret Reinhardt-Lehmann, Marketing-Direktorin des Flughafens Frankfurt am Main, sind der

dot geplante Kapazitätsausbau und die grossräumige neue Airbus-Generation A380 Voraussetzungen dafür, dass Frankfurt einer der neun weltweiten Mega-Hubs sein wird. So könne der Flughafen ein Wachstums- und Jobmotor für die Region bleiben. – Josef Felder, CEO von Unique (Flughafen Zürich AG) nahm Stellung zur Verkehrsdrehscheibe Zürich. Die Schweiz als Binnenland habe nur in Zusammenarbeit mit dem Ausland und dank gutem Networking eine Chance. Der Flughafen Zürich sei als Teil dieses Netzes ein unabdingbarer Standortfaktor. «Luftfahrt ist kein Selbstzweck», so Felder, «sondern widerspiegelt gesellschaftliche Bedürfnisse». Es herrsche eine Korrelation zwischen Geld und Mobilität. Wohlstand generiere Verkehr: Wer sich gegen die Luftfahrt stellt, der stellt sich laut Felder auch gegen die Gesellschaft.

**Frankfurt kauft hinzu**

Mit gezielten Marketingmassnahmen will der bisher hauptsächlich auf Business- und Transferkunden ausgerichtete Flughafen Frankfurt sein Angebot ausbauen. Er widmet sich verstärkt dem heimischen Freizeit-Tourismus. Der Aufbau einer attraktiven Freizeitmarke für die Region sei dabei erfolgsentscheidend, sagte Annegret Reinhardt-Lehmann, Marketing-Chefin des Flughafens Frankfurt, an dem Zürcher Tourismustag. Aufgrund der Kapazitäts-Engpässe und der insgesamt guten Auslastung des Flughafens Frankfurt hat sich sein Betreiber beim nahen Flughafen Hahn eingekauft. Ziel ist es, so auch dem Low-Budget-Markt eine Plattform zu bieten. *KJV*

**Swiss fliegt ins Netzwerk**

Rudolf Schumacher, Vice President Sales Switzerland der Swiss International Airlines, erläuterte dem Publikum die Bedeutung der Partnerschaft von Swiss und Lufthansa für die Verkehrsdrehscheibe Zürich. Ein moderates Wachstum, mehr Sicherheit – namentlich im «Credit Rating» – und höchstmögliche Eigenständigkeit seien die Ziele der Kooperation. Der Beitritt der Swiss zur Star Alliance sei ein weiterer Schritt in der Entwicklung hin zu einer Netzwerk-Fluggesellschaft. Die Konkurrenzfähigkeit der Swiss werde gestärkt. Die Swiss bekenne sich zum Wirtschaftsstandort Schweiz und konzentriere sich auf den Hub Zürich als wichtigste Drehscheibe. *KJV*

**Zürcher Markt erweitert**

Air Berlin ist hinter Swiss und Lufthansa die Nr. 3 im Zürcher Luftfahrt-Geschäft geworden. Sie erhielt den Travel Award 2005 als beste «short-haul airline» (kurze und mittlere Strecken). Anders als die spartanischen «No-frills-airlines» bietet sie «frills», also Gratis-Verpflegung etc., aber ist selber eine Low-Cost-Airline für Low-Budget-Passagiere. Carsten Kröger, ihr Direktor Verkauf, betont: Durch die gegenseitige Ergänzung von Liniengesellschaften und Low-Budget-Airlines kann der Markt erweitert werden. Mit den Low-Budget-Linien würden nicht bestehende Kundenströme verdrängt, sondern neue Kundenschichten erschlossen. *KJV*

**Zweistelliges Wachstum**

Auf den Strecken zwischen Zürich und den deutschen Abflug-Orten ist der Markt gewachsen, nicht nur durch den Aufstieg von Air Berlin. Dies führt zu zweistelligen Wachstumsraten aus Deutschland in der Zürcher Hotellerie – im Unterschied zu den Problemen alpiner Destinationen mit dem deutschen Markt. Das Luftfahrt-Thema des ersten Zürcher Tourismustags war also gut gewählt. Nach der Mittagspause erarbeiteten die Teilnehmer in Workshops Chancen und mögliche Handlungsoptionen auf betrieblicher Ebene. Die dreieckige Mobilität – Globaler Konsum – Standortpromotion findet am 16. November 2006 statt. *KJV*

1. Berner Tourismustag

# Klare Empfehlung für die Zukunft

■ Wie soll es mit den touristischen Destinationen im Kanton Bern weitergehen? Tourismusprofessor Hansruedi Müller hat am 1. Berner Tourismustag die Stossrichtung vorgegeben. Er empfiehlt, die Zahl der Destinationen von derzeit zwölf auf insgesamt acht zu reduzieren.

Theres Lagler

230 Tourismusfachleute und Politiker strömten letzten Freitag in den Mystery Park Interlaken, um am 1. Berner Tourismustag teilzunehmen. Eine tourismuspolitische Standortbestimmung stand auf dem Programm. Hansruedi Müller, Leiter des Forschungsinstituts für Freizeit und Tourismus an der Universität Bern, präsentierte die Schlussresultate seiner Evaluationsstudie zur kantonalen Destinationspolitik. Er zog eine grundsätzlich positive Bilanz, regte aber eine weitere Verdichtung der Strukturen an. Der Status quo könne nur als Zwischenschritt verstanden werden, so Müller. Seit der Auflösung von Berner Oberland Tourismus (BOT) sind im Oberland neun Destinationen entstanden. Obwohl Müller die schlan-

ken Strukturen, geringen Overheadkosten und die gute Zusammenarbeit unter den Destinationsmanagern lobt, hat er auch Nachteile ausgemacht. Es sind sechs an der Zahl:  
 – fehlender regionaler Ansprechpartner (speziell für Schweiz Tourismus);  
 – kaum gemeinsame Marktbearbeitungsaktivitäten;  
 – wenig Zusammenarbeit zwischen den Destinationen Berner Oberland, Schweizer Mittelland Tourismus und Jura bernois tourisme;  
 – relativ starker politischer Einfluss;  
 – schwache Pflege der Marke Berner Oberland;  
 – fehlende Kooperations- und Marketingplattform für kleine Tourismusorganisationen.

## Experten-Vorschlag: Product Manager bei ST einsetzen

Aus diesen Gründen schlägt Hansruedi Müller vor, einen «Product Manager Berner Oberland» bei Schweiz Tourismus (ST) anzusiedeln. Dessen Aufgabenheft soll vom Verein Destinationen Berner Oberland (DBEO) bestimmt werden, der die Stelle auch finanziert. Die Kosten von jährlich 100'000 bis 150'000 Franken könnten gemäss Müller aus den Beherbergungsabgaben

gedeckt werden, die dank dem neuen Tourismusentwicklungsgesetz ab 2006 zu 90% statt wie bisher 67% in die Destinationen zurückfliessen. Müller verspricht sich davon einen direkten Draht zur nationalen Marketingorganisation und eine stärkere Verankerung der Dachmarke Berner Oberland. Mittelfristig sei dann der Aufgabenbereich des Product Managers bei ST allerdings auf den ganzen Kanton auszuweiten, rät der Tourismusexperte. Parallel dazu soll die Zahl der Destinationen im Kanton von heute zwölf auf acht verringert werden. Fürs Oberland sieht Müller nur noch fünf statt neun Destinationen vor und scheut sich auch nicht, mögliche Zusammenschlüsse beim Namen zu nennen (siehe Grafik). «Wichtig ist dabei, dass die Strukturen und die Marken getrennt voneinander betrachtet werden», betont Müller. «Eine Destinationsmanagement-Gesellschaft kann mehrere Marken betreuen. Novartis ist schliesslich auch eine starke Organisation mit verschiedenen Marken.»

Die Handlungsempfehlungen der Universität Bern stossen beim Kanton auf breite Zustimmung. Auch Regierungsrätin Elisabeth Zölch wünscht sich, dass bis 2010 acht starke, touristische Destinationen entstehen. Diese Entwicklung müsse nun aber von der

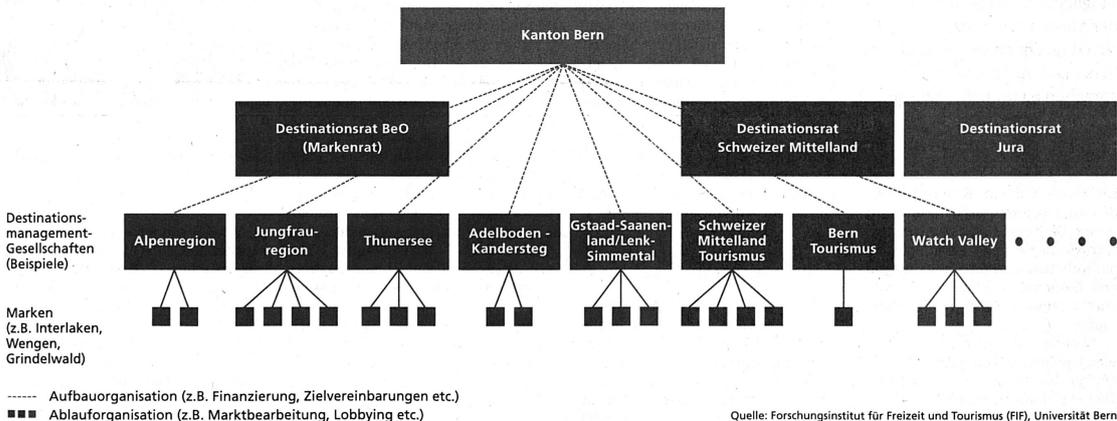
Basis her kommen, betont sie (siehe Interview). Der Kanton will nicht mehr länger Druck aufsetzen.

## Berner Oberland: Einer der wenigen Soundbrands

Jürg Schmid, Direktor von Schweiz Tourismus, begrüsst die Idee eines Product Managers. Aus seiner Sicht könnte dieser die destinationübergreifende Vermarktung sicherstellen, die bisher fehle. «Das ist schade, schliesslich verfügt das Berner Oberland über einen der wenigen Soundbrands der Schweiz.» Schmid spielt damit auf das Lied «Ds Bärner Oberland isch schön» an, das die Fans des FC Thun jeweils während der Champions-League-Spiele intonieren. Er unterstützt das mögliche neue Kooperationsmodell aber noch aus anderem Grund: «Rundreisen sind nebst den Strandferien der grösste Wachstumsmarkt der letzten Jahre. Diesen Trend haben wir mehrheitlich verschlafen, weil alle destinationsorientiert handeln.» ST will das nächste Sommer-Marketing grundlegend umbauen und auf diesen Trend ausrichten.

Die drei Berichte zur Destinationspolitik des Kantons Bern (Teil 1: Destinationen, Teil 2: Erlebnispotential, Teil 3: Tourismuspolitische Strukturen) sind auf der Website [www.fif.unibe.ch](http://www.fif.unibe.ch) aufgeschaltet.

## Mittelfristiges Ziel bis 2010: acht Destinationsmanagement-Gesellschaften im Kanton Bern



Elisabeth Zölch

# «Die Marke Berner Oberland besser nutzen»

■ Die Berner Volkswirtschaftsdirektorin ist zufrieden mit der bisherigen Destinationsbildung, fordert aber eine aktivere Pflege der Marke Berner Oberland.

Theres Lagler

► Die Marke Berner Oberland, die im Zuge der Destinationsbildung in den Hintergrund rückte, soll wieder stärker nach aussen getragen werden. Wie stellen Sie sich das konkret vor?

Berner Oberland Tourismus – BOT – existiert nicht mehr. Wir haben im Oberland neue Strukturen mit neun Destinationen geschaffen. Jede dieser Destinationen hat die Möglichkeit, die Marke Berner Oberland, die für viele eine wichtige und bekannte Marke ist, in ihrem Marketing noch gezielter einzusetzen. Der Kanton hat die Destinationen explizit dazu aufgerufen.

► Auf den Prospekten von Interlaken ist die Marke Berner Oberland beispielsweise nicht zu finden. Ist es denkbar, dass der Kanton die Destina-

tionen zwingt, die Marke Berner Oberland wieder mehr zu verwenden? Zwingen können und wollen wir niemanden. Es wird aber Sache des Kantons sein, mit den einzelnen Destinationen im Januar Leistungsvereinbarungen abzuschliessen. In diesem Zusammenhang wird sicher auch die Frage diskutiert, ob beispielsweise im Bereich Tagestourismus die Marke Berner Oberland nicht noch stärker genutzt werden könnte. Es liegt aber in erster Linie an den Destinationen selber, sich auf dem Markt zu positionieren.

► Sie haben als Volkswirtschaftsdirektorin die Strukturreform des Tourismus im Kanton Bern eingeleitet. Sind Sie zufrieden mit dem Erreichten? Wir haben einen ganz schwierigen Prozess hinter uns, weil alte und teilweise auch bewährte Strukturen aufgebrochen wurden. Jetzt ist die erste Etappe abgeschlossen, und ich stelle fest, dass wir grundsätzlich auf dem richtigen Weg sind. Das wird uns von der Universität Bern, aber auch von anderen Kantonen und Schweiz Tourismus attestiert. Aber der Weg ist nicht abgeschlos-



■ Elisabeth Zölch, Regierungsrätin des Kantons Bern. Foto: Theres Lagler

sen. Ich denke, dass es in fünf bis zehn Jahren weniger Destinationen geben wird.

► Wagen wir den Blick in die Zukunft? Wie sieht die Tourismusstruktur im Kanton Bern in fünf Jahren aus?

Im Kanton Bern gibt es im Moment insgesamt zwölf Destinationen. Ich rechne damit, dass wir in vier bis fünf Jahren nur noch acht bis neun Destinationen haben werden. Diese Entwicklung muss aber von unten her wachsen. In den vergangenen Jahren machte die Politik sehr starken Druck. Jetzt ist es an den Destinationen zu erkennen, dass es noch eine zusätzliche Konzentration braucht.

► Sie treten im Frühling nicht mehr zur Wiederwahl in den Regierungsrat an. Schmerzt es nicht, die Tourismuspolitik mitten in einem Strukturprozess aus den Händen zu geben? Sicher, es tut weh. Ich bin noch mitten in einem Loslösungsprozess. Aber für den Bereich Tourismus habe ich ein gutes Gefühl. Das neue Tourismusentwicklungsgesetz tritt am 1. Januar in Kraft, die Verordnung zum Gesetz ist bereits verabschiedet, und ich werde auch noch die Leistungsvereinbarungen mit den Destinationen abschliessen können. Ich glaube, dass ich meinem Nachfolger ein starkes und fittes Kind übergebe.

Anzeige

FIRST CLASS  
 GASTRO CIGAR SERVICE

## Mitarbeiterbeteiligung auf Zusatzverkäufe

Zusatzverkäufe können Ihren Unternehmensgewinn massgebend beeinflussen. Jeder Umsatzfranken, den Sie zusätzlich mit Nebenleistungen wie dem Service von Spirituosen oder Cigarren erzielen, ist ein Kostendeckungsbeitrag an die Fixkosten Ihres Unternehmens.

Noch vor nicht allzu langer Zeit war der Zusatzverkauf von Cigarren in manchem Hotel oder Restaurant in der persönlichen Hand des Chef de Service, der den Verkauf in eigener Regie und auf eigenes Risiko betrieb. Wir wissen aus Erfahrung und aus jener Zeit, dass in einigen dieser Betrieben die Cigarrenverkäufe massiv höher waren als heute. Woran liegt's?

In den meisten Branchen werden Verkäufer nicht nur an Ihren Leistungen gemessen, sondern sie werden in der Regel auch erfolgsorientiert entlohnt. Haben Sie sich schon mal Gedanken darüber gemacht, Ihre «Verkaufsmitarbeiter» ebenfalls am Umsatz von Zusatzverkäufen zu beteiligen?

Hand aufs Herz. Wie schnell geht in Ihrem Betrieb die Frage an den Gast «Dürfen wir Ihnen noch eine feinen Cognac oder Whisky zum Abschluss des Abends servieren?» unter? Würden diese Verkaufsfragen für Cognac, Whisky oder Cigarren ebenso oft vergessen gehen, wenn ein unmittelbarer Anreiz finanzieller Art für Ihre Mitarbeiter bestünde?

Diese Frage ist schnell beantwortet. Einsatz und Motivation für Zusatzverkäufe würden massiv zunehmen bei einer Umsatzbeteiligung der Mitarbeiter. Nun können Sie argumentieren, dass Ihre Servicemitarbeiter bereits einen Fixlohn beziehen uns sich doch bitteschön ein wenig anstrengen sollen. Stimmt, nur bringt Ihnen dieses Argument keine zusätzliche Motivation und Einsatzbereitschaft bei Ihren Mitarbeitern für den Verkauf von Cigarren und Spirituosen. Möchten Sie mehr wissen über Umsatzbeteiligungen von Servicemitarbeitern an Zusatzverkäufen? First Class Gastro Cigar Service steht Ihnen mit Rat und Tat gerne zur Verfügung.

FIRST CLASS  
 GASTRO CIGAR SERVICE  
 Kontakt: Max Brügger  
 Nauenstrasse 73, 4002 Basel  
 Telefon +41 (0)61 279 36 90

Eine Dienstleistung der  
 Oettinger Davidoff Group

## Gemeinschaftsgastronomie

## Die Schweizer Caterer an der Igeho

Der Schweizer Verband der Gemeinschaftsverpflegung SVG versammelte an der Igeho die vier grossen Schweizer Contract-Caterer im Saal Luzern.

Gudrun Schlenczek

Beim Auftritt der «Top Four» hiess es «Ladies first»: Regula Pfister, Vorsitzende der Geschäftsleitung der ZFV-Unternehmungen, erzählte nicht ohne Stolz die rasante Entwicklung des ehemaligen Zürcher Frauenvereins. Innerhalb von zehn Jahren hat sich der Jahresumsatz des ursprünglich reinen Zürcher Unternehmens auf heute 120 Mio. Franken (2005) mehr als verdoppelt (Umsatz 1995: 50 Mio. Franken). Zwei Drittel des Umsatzes erzielt der ZFV in der Gemeinschaftsverpflegung, ein Drittel in der öffentlichen Gastronomie.

Beim Cashflow verhält es sich genau umgekehrt: Ein Drittel in der Gemeinschaftsverpflegung, zwei Drittel in der öffentlichen Gastronomie. Vor allem deshalb, weil bei den meisten Restaurants und Hotels die Liegenschaft dem Caterer selbst gehört. Diese Strategie will man auch in Zukunft weiter verfolgen. Die Liegenschaften erwerbe man entsprechend preiswert. «Wir kaufen meist dann, wenn der Betrieb bereits ein- bis zweimal Konkurs gegangen ist», so Regula Pfister.

Auch geographisch setzt der ZFV klar auf Diversifikation. 2000 hat man den Schritt aus der Zürcher Agglomeration heraus gemacht. «Wir hätten schon viel früher expandieren sollen», bedauert Pfister. Zu den Grenzen der Diversifikation: «Optimal ist, wenn Diversifikation und Konzentration aufs Kerngeschäft deckungsgleich sind.»

## Emotionen statt 08/15-Themenwochen

Auch für Philippe Echenard, CEO der SV Schweiz AG, ist Diversifikation ein Thema. Der Schweizer Branchenleader ist ab Herbst 2006 als Franchisenehmer von Marriott erstmals in der Markthotellerie aktiv. Mit der Gründung der Division «Dine & Shine» im Frühjahr dieses Jahres will man vermehrt im Event-Catering mitmischen. Genauso wichtig sind für ihn aber Emotionen und Innovationen. Verschiedet hat man sich von 08/15-Themenwochen. «Promotionen sollen dem Gast einen Abstecher in eine andere Welt ermöglichen», ist Echenard überzeugt.

Ein Beispiel ist die kürzlich durchgeführte Orient-Promotion mit eigenem Hochglanz-Magazin. Erfolg verzeichnet SV Schweiz mit dem «fit@work»-Konzept: Das 500-kcal-Menü scheint den Gästen zu munden. In den rund 60 Betrieben, die ein solches offerieren, entfallen bereits 15 Prozent der warmen Mahlzeiten am Mittag auf die kalorienreduzierte Variante. Was Echenard aber noch mehr freut: «Wir konnten in diesen Betrieben die Anzahl der Gäste um 2 Prozent steigern.»

Am SVG-Symposium äusserte sich auch erstmals der neue Compass-Schweiz-CEO Jann Fisch öffentlich. Er machte den Blick über die Grenze und zeigte die Fakten der europäischen Gemeinschaftsverpflegung auf (Details zu Europas Caterer Markt unter www.svg.ch). Als «Dinosaurier» unter den Schweizer Caterern referierte abschliessend Jacques Guignard, seit November ist der DSR-Generaldirektor im Ruhestand. Er stellte unmissverständlich fest, dass die Bemühungen der Schweizer Caterer, im Gesundheitsmarkt einzusteigen, bis anhin gescheitert sind. Guignard gab der Branche folgenden Rat mit auf den Weg: «Geduld ist hier eine wichtige Tugend. Man muss bereit sein, über mehrere Jahre Geld zu verlieren.»



hotelleriesuisse-Vertreter. Thomas Allemann (links), Leiter Wirtschaftspolitik, und Andy R. Gilgen, Leiter Nachwuchsmarketing, referierten über das Beraternetzwerk von hotelleriesuisse bzw. über die beruflichen Grundausbildungen. Fotos: Jörg Wilczek

## Igeho Basel

## Auch ein Ort der Weiterbildung

Das Forum 05 in der «World of Inspiration» bot den Igeho-Ausstellern und -Besuchern die Möglichkeit, sich von der Hektik der Messe zurückzuziehen und sich dabei noch weiterzubilden. Verschiedene Referenten sprachen zu branchenrelevanten Themen. Eine Auswahl.

Christine Künzler

Die Themen, die im Forum 05 behandelt wurden, waren vielseitig und interessant. Dass einzelne Referenten trotzdem vor fast leeren Reihen sprachen, hat wohl damit zu tun, dass Aussteller und Besucher vollends mit Kunden- und Lieferantenkontakten beschäftigt waren.

Thomas Allemann, Leiter Wirtschaftspolitik, informierte die Zuhörer im Forum 05 beispielsweise über das Beraternetzwerk bei hotelleriesuisse. Das älteste Standbein der Abteilung Beratung ist der Bereich Technik und Betriebsplanung. In diesem Bereich kann hotelleriesuisse auf eine mehr als 40-jährige Erfahrung zurückgreifen. Das zweite Beraterstandbein umfasst den Bereich Qualität. Betriebe, die das «QIII» und damit verbunden ISO 9001:2000 oder ein Umweltlabel erarbeiten wollen, finden bei hotelleriesuisse Unterstützung bei der Umsetzung. Das dritte Standbein ist die Unternehmensberatung, von der Hoteliers, Gastronomen und Touristiker profitieren können. Im Bereich Unternehmensberatung greift hotelleriesuisse zurzeit auf etwa 30 externe Partner zurück. Das Netzwerk soll weiter ausgebaut werden. «Wer im Unternehmensberatungs-Netzwerk mitmachen will, muss gewisse Qualitätsanforderungen erfüllen», sagte Allemann. «Wir verlangen zum Beispiel, dass unsere Netzwerkpartner die Zufriedenheit der Kunden erfragen.»

## Vier Rundgänge für die Jungen in der Branche

Über die neuen beruflichen Grundausbildungen im Gastgewerbe informierte im Forum 05 Andy R. Gilgen, Leiter Nachwuchsmarketing bei hotelleriesuisse. Er ist es auch, der den Nachwuchs-Corner an der Igeho mitorganisiert hat. Erstmals haben die Verbände Gastrosuisse, Hotel & Gastro Union und hotelleriesuisse in Kooperation mit der Messe Basel vier Rundgänge für junge oder künftige Branchenleute ausgear-

beitet. Diese wurden mittels vier vorgegebener Parcours an Stände geführt, die für sie von Interesse waren. Zudem bekamen die jungen Leute einen ganzen Stapel Gutscheine überreicht, die sie an den Ständen einlösen konnten. Klassen aus vielen verschiedenen Schulen haben sich zu einem oder mehreren Parcours angemeldet. «Teilweise wurden wir von Schülern geradezu überschwemmt», so Gilgen. «Das Bedürfnis für solche spezifischen Rundgänge ist ganz klar da.» Er geht denn auch davon aus, dass der Nachwuchs-Corner an der nächsten Igeho wieder präsent sein wird.

## Von Spiritualität, Sinnfindung und Energie

Auf Interesse stiess das Forum-Referat des Saas Feer Hoteliers Beat Anthamatten («Ferienart Resort & Spa») zum Thema «Spiritualität in Hotellerie, Gastronomie und Tourismus». Organisiert hat den Vortrag die Evangelische Arbeitsgemeinschaft für Gastronomie, Hotellerie und Tourismus in der Schweiz (EAG Schweiz), die an der Igeho ein Zelt aufgeschlagen hatte, in dem Gastfreundschaft gelebt wurde. «Wenn zur Lebensqualität auch Gesundheit gehört, müssen wir uns fragen, was Gesundheit überhaupt ist», sagte Anthamatten.

Die WHO, welche die Gesundheit in sieben Punkten definiert, will demnächst einen achten dazufügen: die Spiritualität. Denn Menschen, die ihre Spiritualität leben, seien nachweisbar gesünder. Auf den Wellnessbereich in der Hotellerie übertragen heisst das für Anthamatten, dass die Gäste mehr brauchen als «Pampering», sie wollen nicht nur nur umsorgt und behandelt werden. «Die Gäste wollen wissen, was sie in ihrem Leben weiterbringt. Pampering reicht nicht, um die persönliche Entwicklung zu fördern.» Es brauche mehr Beratungsgespräche, was neue Berufsbilder im Wellnessbereich zur Folge habe: Mentaltrainer und Seelensorger, beispielsweise. «Spiritualität hat mit Sinnfindung, mit Energie und Begeisterung zu tun», fasst Anthamatten zusammen. Deshalb plädierte er auch dafür, sich vermehrt wieder auf die alte, ursprünglich Gastgeberrolle zu besinnen.

## Von Inspiration und Neuheiten

Das Forum 05 war Teil der «World of Inspiration», wo unter anderem hotelleriesuisse und die Hotelfachschule Thun vertreten waren. Die Aussteller

der «World of Inspiration» waren in verschiedenen «Themen-Inseln» zusammengefasst. Hier gab es Neuigkeiten im Bereich Wellness, Licht und Dekorationen zu sehen. «Hotellerie heute und die Vision für die Zukunft»: Unter diesem Thema stellten beispielsweise verschiedene Firmen ein Hotelzimmer aus, das in einem Hotel in Dubai eingesetzt wird. Entworfen hat das Interieur die Swiss Concept Group. Gebaut wird das Dubaier Hotel ausschliesslich von Schweizern. Sowohl im Bereich Architektur als auch im Bereich Innenarchitektur. Gesetzt wird auf Luxurioses wie Waschtische aus zerstückelten Enteneierschalen, Badezimmerböden aus Granitsteinen – versenkt unter einer Glasplatte – sowie Armaturen von Künstlerhand. Auch kann die transparente Glaswand, die das Zimmer von dem Bad abtrennt, auf Knopfdruck in eine Milchglasscheibe verwandelt werden.

## Wellness: mehr als eine konservierte Palme

WellStyle Hotel, eine weitere Themeninsel, konzipiert von der Joy-Design Hamburg: Dort konnten Geräte ausprobieren sowie Hotel- und Badezimmer besichtigt werden. In der Mitte der Wellnessinsel stand eine mit durchsichtigem Stoff verhüllte Palme: «Als Symbol dafür, dass Wellness mehr ist als eine konservierte Palme», so Joy-Design-Geschäftsführerin Corinna Kretschmar. «Wellness muss überall im Hotel sein», fasste sie zusammen. «Die Zimmer und auch das Essen müssen passen.» Auch macht sie einen Trend aus zum Private-Spa-Bereich, der zum Beispiel in einer Suite realisiert werden kann.



Impressionen aus der «World of Inspiration». Foto: Jörg Wilczek

## Symposium. Null. Fünf

## Wellness boomt nach wie vor

«Gastronomie zwischen Gesundheit und Genuss»: Das war das Thema des «Symposium. Null. Fünf», zu dem Gastrosuisse an der Igeho lud.

Christine Künzler

Wer auf Gesundheit und Wellness setzt, liegt in jedem Fall im Trend. Das zeigte das Referat der Zukunftsexpertin Corinna Langwieser. Zahlen, welche die Notwendigkeit einer Gesundheitsprophylaxe oder einer Krankheitsbehandlung aufzeigen, erschrecken. So nehmen zum Beispiel Schlafprobleme sowie psychische und körperliche Krankheiten infolge Arbeitsbelastung zu.

Arbeitgeber, die in Gesundheitsförderung oder Wellness investieren, werden belohnt: Betriebsklima und Wettbewerbsvorteile steigen, Fehlzeiten bei den Mitarbeitenden nehmen ab.



Corinna Langwieser. Die Zukunftsexpertin bestätigt den Wellnessboom. Foto: Jörg Wilczek

Alle 7 Sekunden stirbt weltweit ein Raucher, in Deutschland sind es jährlich zwischen 110000 und 140000. Amerikanische und britische Firmenverantwortliche stellen nicht mehr gerne Mitarbeitende ein, die rauchen. Die Begründung: Sie machen Raucherpausen, haben eine ungesunde Ausstrahlung und einen schlechten Atem.

## Gesunde Ernährung ist sehr wichtig

Gesundheit und Wellness boomen also. 64% der deutschen Frauen geben in einer Befragung an, gerne einmal Wellnessferien verbringen zu wollen. Doch was verstehen die Leute unter Wellness? «An erster Stelle steht die gesunde Ernährung.» Laut Corinna Langwieser ist eine schlechte Ernährung verantwortlich für 45% der Krankheiten und für 60% aller Sterbefälle. Kein Wunder also, dass Bio-Food, Functional-Food und Bio-Functional-Food im Trend sind und den Umsatz steigern.

Künftig, so Corinna Langwieser, wird auch der Premium-Kosmetikmarkt wachsen: Hochstehende, teure Pflegeprodukte sind gefragt. Steigen werde auch die Nachfrage nach frei verkäuflichen Medikamenten: «Immer mehr wird Medizin eingesetzt, um das Wohlbefinden zu verbessern», sagt die Zukunftsexpertin. Einen Trend sieht sie auch in Smart-Fashion – zum Beispiel Strumphosen mit Aloe Vera angereichert – und im Smart-Tech, wie zum Beispiel Herz-Handys, die eine Körperkontrolle ermöglichen. Aber auch Zahnbehandlungen sind im Trend. Die Zukunftsexpertin sagt eigentliche Wohlfühl-Zahnzentren voraus, in denen nicht nur die Zähne, sondern auch der Körper gepflegt wird.

Weitere Referenten am Symposium waren die Ernährungswissenschaftlerin und Gesundheitspsychologin Hanni Rützler, der Genusstrainer und Food-Journalist Patrick Zbinden sowie vier Personen in einer Gesprächsrunde zum Thema Wasser.

Igheo-Impressionen

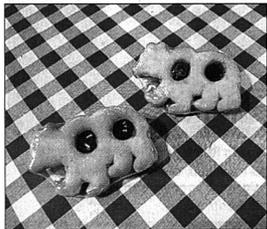
# Man zeigt, was man kann und hat



■ **Gut gemixt.** Der Weltmeister 2000 und Vitzeweltmeister 2004 im Cocktail-Mixen, Murat Uzunbayir, zeigte an der «Interwhisky», einer Sonderschau der Igheo, seine Kunst.



■ **Kochkunst.** Am Salon Culinaire Mondial, der nur alle sechs Jahre anlässlich der Igheo in Basel stattfindet, holen sich die Nationalteams die Punkte fürs Weltranking. Unser Bild: Die Schweizer Nationalmannschaft mit ihrem Teamchef Adrian Bader (vorne links). Rechts Georges Knecht, Präsident Schweizer Kochverband.  
Fotos: Jörg Wilczek, Marietta Dedual



■ **Hommage an den Bären im Münstertal.**



■ **Kochdemonstration.** Im Bild Spitzenkoch Stefan Meier, 17 Gault-Millau-Punkte («Rathauskeller» Zug).



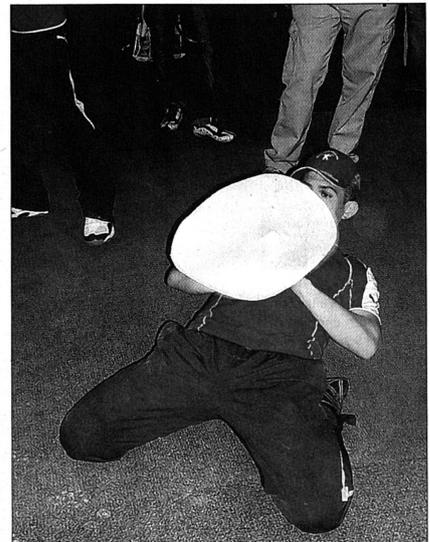
■ **Originelles Design.** Stand in der «World of Inspiration». An der kunstvollen Theke – aus leeren Glasflaschen aufgebaut – war unter anderen hotellerieuisse vertreten.



■ **Mit Herz.** Die Aussteller zeigten sich von der kreativen Seite.

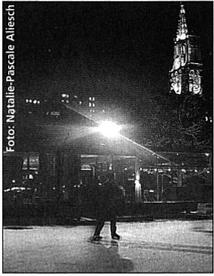


■ **Die Katze aus dem Sack gelassen.** An der Igheo wurden die acht Finalisten für den «Goldenen Koch von Kadi» 2006 präsentiert: Albert Hubmann, Park Hotel Weggis; Fabian Inderbitzin, Arabella Sheraton Vitznauerhof, Vitznau; Vincent Adam, Auberge de Floris, Anière; Franck Giovannini, Restaurant de l'Hôtel de Ville, Crissier; Jérôme Manificier, Hôtel de la Paix, Genève; Patrik Friemel, Restaurant au premier, Zürich; Friedrich Zemanek, Restaurant Walliser Kanne, Fiesch; Heinz Rufibach, Restaurant Le Gourmet, Alpenhof Hotel, Zermatt (v.l.). Mit im Bild Fernsehmann Röbi Koller, der die Präsentation moderierte.



■ **Pizza-Akrobaten.** Die Pizzaiolos waren ein Publikumsmagnet und brachten manchen Zuschauer zum Staunen.

### Schwellenmätteli «on ice»



#### BUSINESS-PEOPLE

■ Sandra Winterberg (28) heisst die neue Kommunikationsleiterin des Verkehrshauses der Schweiz in Luzern. Sie folgt Hans Syfrig, der als Informati-



onschef an die Uni Basel wechselt. Sandra Winterberg hat in Luzern als Betriebsökonomin in Wirtschaftskommunikation abgeschlossen. Zuvor arbeitete sie in der Abteilung Corporate Communications der Zurich Financial Services. HRF

■ Der Berner Hans Ruprecht (53) übernimmt die Leitung des Literaturfestivals Leukerbad; dies im Auftrag und in Zusammenarbeit mit Leukerbad Tourismus. Ruprecht kennt das Festival seit vielen Jahren, er organisiert seit bald 20 Jahren das Taktlos-Festival in Bern. Die bisherige Festivalleitung hat ihm ihre volle Unterstützung zugesichert. HRF

■ Andrea von Siebenthal, Hotelière aus Saanenmöser, wurde anlässlich der Generalversammlung in die Geschäftsleitung der Volkswirtschaftskammer Berner Oberland gewählt. DST

■ Patrizia Winkler und Paul Petzold wurden an der Generalversammlung von Davos Tourismus neu in den Verwaltungsrat der Tourismusorganisation gewählt. Sie treten neu anstelle von Martin Hug und Pius App in den Verwaltungsrat ein, die beide demissioniert hatten. DST

■ Beat Trummer-Saraiva (Bild) leitet neu den Bereich Hotels und Gastronomie der Pilatus-Bahnen. Er hat das Amt von Alain Frank übernommen. Beat



Trummer-Saraiva leitete mehrere Jahre die Hotel- und Gastronomiebetriebe auf der Schynigen Platte sowie zwei Winterbetriebe in Savognin. DST

■ Die Belcanto Opernhaus Gastronomie in Zürich trennt sich nach fünf Jahren von ihrem Direktor, Shasta P. Aardema. Als Grund werden unterschiedliche Auffassungen über die zukünftige Geschäftspolitik genannt. Die Leitung der Belcanto Gastronomie geht an das bisherige Führungsteam über mit dem bisherigen Vize-Direktor Jan Hollenstein als Sprecher. RD

### Wettbewerb

■ Bester Kochlehrling. David Flückiger, der in Solothurn im Restaurant «Zum alten Stephan» die Kochlehre absolviert, ist am Montag zum besten Kochlehrling der Schweiz gekürt worden. Jean-Yann Fuchs von der Auberge de Floris in Anières und Gaël Vuilloud, der bei Martial Brändle in Vouvry lernt, kamen auf die Folgeplätze. Der Wettbewerb, an dem die Finalisten in vier Stunden ein dreigängiges Menü kochten, wurde von den Jeunes Restaurateurs d'Europe durchgeführt. RD

### Barbecue-WM

■ BBQ-Gastgeber-Weltmeister. Die Schweiz wurde mit zwei Barbecue-Weltmeistertiteln am diesjährigen «Jack Daniel's World Championship Invitational Barbecue» ausgezeichnet. Das Team von «Grill Ueli» für das überzeugendste «Heimatgericht» und das «Mister Barbecue's Swiss Team» als die genialsten internationalen Gastgeber. An den Barbecue Weltmeisterschaften in Lynchburg machten alle Meister der 51 US-Staaten sowie dieses Mal 24 internationale Teams mit. RD

### Gastro-Award

■ «Best of Swiss Gastro 2005». Die Publikumspreise der Schweizer Gastroszene wurden am Sonntag an der Igeho in Basel vergeben. Die Berner Lounge «Du Théâtre» siegte gleich doppelt: in der Kategorie «Trend Location» und als Siegerin aller Klassen. Das «Ristorante Lorenzini», das unter der gleichen Leitung steht, kam auf Platz 2 in der Kategorie «Classic». Remo Neuhaus, Geschäftsführer der Lorenzini AG, nahm den Preis mit seinem Stellvertreter Ani Acosta in Empfang. RD

#### ZITAT DER WOCHE

«Ich kann mir als Chef weniger erlauben.»

Beat Anthamatten  
Direktor Hotel Ferienart  
Resort & Spa, Saas Fee  
zum Thema  
ISO-Zertifizierung  
auf Seite 14

### Ess-Theater im «Montana»

## «Poetantenschmaus» in vier Gängen

■ Knapp die Hälfte der Tickets waren bereits vor der Premiere verkauft: Auch das diesjährige Ess-Theater im Luzerner Hotel Montana ist auf Erfolgskurs.

Marietta Dedual

Ein begeistertes Premiere-Publikum, ein zufriedener Hoteldirektor. Doch geht die Rechnung auch auf? Fritz Erni schmunzelt: «Ja. Zwar haben wir sehr hohe Fixkosten, aber es ist das Volumen, welches die Veranstaltung auch ertragsmässig interessant macht.» Insgesamt werden für das 8. Esstheater – dieses Jahr wird Julie Schrader – die weisse Hirschkuh – gegeben – rund 3400 Tickets verkauft. «Das Unternehmerrisiko tragen wir», so Erni weiter. Während vier Monaten sind sieben Profi-Schauspieler fest engagiert, und die weiteren Kosten rundherum schlagen auch zu Buche. Nur als Beispiel: Für das Urheberrecht bezahlte das «Montana» 10'000 Franken, und die für die Veranstaltung notwendige Umgestaltung des Saals belief sich auch auf 12'000 Franken.

Hoteldirektor Erni versteht seine bereits schon traditionellen Ess-Theater auch als Kulturbeitrag an die Stadt Luzern und freut sich über die Akzeptanz bei den lokalen Kunden. Die Aufführungen finden bis zum 20. Dezember und vom 8. bis 17. Januar jeweils dreimal wöchentlich statt. Logiernächte bringt das Ess-Theater nicht sehr viele; die Veranstaltungen sind so angelegt, dass die Zeit den Besuchern für den Zug nach Hause reicht.

Weitere Infos: [www.hotel-montana.ch](http://www.hotel-montana.ch)



■ Hoteldirektor Fritz Erni begrüsst die Gäste. Fotos: Marietta Dedual



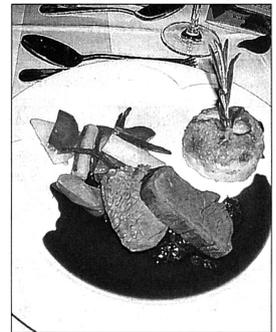
■ Aufmerksame Premièregäste. In der vordersten Reihe (von links) Esther Dysli, CEO Private Selection Hotels und Farida und Hans Leu, ehemaliger Hotelier.



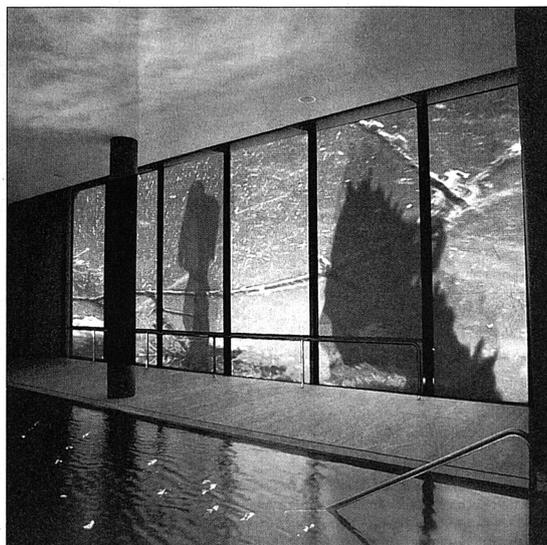
■ Im Stil um 1900. Maria Büeler, Verantwortliche für das Ess-Theater ...



■ ... und Stephanie Hugentobler, Chef de Service, beide «Montana».



■ Der Hauptgang. Rindsfilettranchen, Kartoffelgratin, Gemüse.



■ Poetische Videoinstallation. Jeden Abend wird aus dem filigranen Wellness-Kubus des Park Hotels Waldhaus eine Lichtbühne.

### Park Hotel Waldhaus, Flims

## Die Bergriesin – eine Videoinstallation

■ Vier junge Schweizer Künstler schaffen aus der Geschichte einer verunsicherten Bergriesin eine interaktive Videoinstallation. Diese taucht den Wellness-Kubus des Park Hotel Waldhaus in Licht und Schall, Wasser und Wellen. «Cresta unter Wasser» heisst die interaktive Videoinstallation von Niki Schawalder, Philipp Oetli, Valentina Vuksic und Oliver Wolf, Absolventen des Studienbereichs Neue Medien an der Hochschule für Gestaltung und Kunst Zürich. Inspiriert hat sie ein Flimser Märchen von Sina Semadeni. Darin verwandelt sich eine in Geröll und Wasser eingeschlossene Bergriesin in eine Wasserfrau. Doch für immer und ewig ist sie in einer unterirdischen Höhle gefangen.

Die Video-Installation «Cresta unter Wasser» wird bis auf weiteres jeden Abend ab 21.15 Uhr aufgeschaltet. DST

### HSW Luzern

## 11 neue Fachleute im «Tourismus-Management»

■ Fünf Frauen und sechs Männer haben die zweite eidgenössische Berufsprüfung «Weiterbildung Tourismus Management» bestanden. Die einjährige und modular aufgebaute Ausbildung wird vom ITW Institut für Tourismuswirtschaft der Hochschule für Wirtschaft HSW Luzern und der Academia Engiadina in Samedan angeboten. Nachfolgende Absolventen dürfen nun den Titel «Fachmann/Fachfrau im Tourismus-Management mit eidg. Fachausweis (BP)» tragen. DST

Brunner Bettina, Volkswirtschaftskammer Berner Oberland; Bucher Brigitte, Regionales Verkehrsbüro Willisau; Hauswirth Bruno, Jungfrauabahn; Kaufmann Ruedi, Grindelwald Sports; Rauber Iren, Schneesportschule Wildhaus; Rohner Theophil, Südostbahn AG; Rüeegg Peter, Schifffahrtsgesellschaft Vierwaldstättersee; Schmid Judith, Engelberg Titlis Tourismus AG; Schranz Susanna, Schilthornbahn AG; Sprenglinger Patrick, Swiss International Airline AG; Tschopp Bernhard, Drahtseilbahn Thunersee-Beatenberg.



**HOTELLERIE 9**  
**Auf Wachstumskurs** | Der Swiss Holiday Park baut aus und holt den holländischen Ferienpark-Anbieter Landal in die Schweiz.



**GASTRONOMIE 10**  
**Wildsaison** | Gejagtes Reh oder gezüchteter Hirsch – welches Fleisch ist besser, welches gesünder? Tatsachen und Meinungen.



**GASTRONOMIE 11**  
**Speisekarten** | Es gibt Starköche, die kochen täglich nur noch ein Menu. Und andere die sagen, das sei der Anfang vom Ende.



Hotelbewertungssystem

# Mausklick verteilt Zuckerbrot und Peitsche

■ Im April hat Schweiz Tourismus auf der Website myschweizerland.com ein Online-Hotelbewertungssystem für Gäste aufgeschaltet. Verschiedene Betriebe nutzen es aktiv als Marketinginstrument, andere befürchten Missbrauch, wie eine Umfrage zeigt.

Robert Wildi

Vielleicht war der Service im Restaurant wenig kompetent und nicht freundlich, oder der Concierge abweisend und arrogant. Unzufriedene Hotelgäste müssen seit einem halben Jahr nicht mehr die Faust im Sack machen, wenn sie nach einem mangelhaften Aufenthalt die teure Rechnung vorgeschickt kriegen. Sie können ihrem Ärger Luft verschaffen und dem Hotel Noten verteilen. Und dies erst noch in aller Öffentlichkeit. Möglich ist das über ein neues Hotelbewertungssystem von Schweiz Tourismus (ST), welches am traditionellen «Feriantag» vorgestellt wurde und das Ende April unter myschweizerland.com online geschaltet worden war.

**Bewertungssystem dient als Marketingmittel**

Das neue Tool ist allerdings nicht in erster Linie als Blützableiter für frustrierte Hotelgäste gedacht. Im Gegenteil: Es soll Platz bieten für Lobeshymnen und Werbung für Betriebe, die mit ausserordentlichen Leistungen Gäste zu verzücken und begeistern vermögen. In diesem Sinne wird das ST-Bewertungssystem denn auch von verschiedenen Hotels genutzt. Das Hotel Victoria

Titel der Bewertung	Ausgezeichnetes Preis/Leistungsverhältnis
<b>Hotel</b> ★★★★★	Hier stimmt das Preis/Leistungsverhältnis. Sehr freundliches Personal, ideale Lage, äusserst flexibles Personal im Wellnessbereich sie machen fast alles möglich, tolle Küche.
<b>Lage des Hotels</b> ★★★★★	Das Hotel liegt an einer ruhigen Strasse 100 m vom See entfernt.
<b>Service</b> ★★★★★	Das gesamte Personal von der Reception über Restaurant zum Wellnessbereich sind alle ausgesprochen freundlich, scheinen Spass an der Arbeit und den Gästen zu haben und machen fast alles möglich.
<b>Gastronomie</b> ★★★★★	Ausgezeichnete Küche, abgestimmt auf den Gast, sprich auf das gebuchte Wellnessprogramm. Hervorragend gekocht kommt alles frisch auf den Tisch, kann deswegen etwas länger dauern, jedoch stimmt die Qualität.
<b>Sport &amp; Unterhaltung nicht genutzt</b>	Keine Angaben
<b>Zimmer</b> ★★★★★	Gut, sauber und zweckmässig eingerichtet.

■ Die Visitenkarte im Netz. So präsentiert sich zurzeit die Gästebeurteilung eines Wellnesshotels am Vierwaldstättersee im Internet.

Foto: Herbert Fischer

ria in Kandersteg etwa hat aufgrund von guten Bewertungen schon manchen zusätzlichen Gast anziehen können, wie Direktor Casimir Platzer zufrieden festhält. «Bereits in der Sommersaison», also kurz nach Aufschaltung des Systems im Web, «haben uns Kunden deshalb ausgewählt», sagt er. Platzer ist einer derjenigen Hoteliers, die das ST-Ratingsystem aktiv in seine Marketingbemühungen einbinden. «Unsere Frontoffice-Mitarbeitenden haben den Auftrag, allen Gästen vor der Abreise ein

Kärtchen von Schweiz Tourismus zu überreichen, das auf die Möglichkeit einer Bewertung hinweist», sagt der «Victoria»-Direktor. Wer tatsächlich eine Note auf myschweizerland.com verteilt, darf im Hotel Victoria dafür gratis eine halbe Stunde im Internet surfen.

**Werbeeffect dank vieler positiver Erwähnungen**

Für «eine gute Sache» hält das ST-Bewertungssystem auch Armin Bützberger, Direktor des ebenfalls oft im Ratingsystem von ST erwähnten Hotels Europa in St. Moritz. Es sei positiv, dass solche Gästeteile nicht einfach in irgendeiner Schublade verstauben, sondern öffentlich zugänglich sind. Auch Bützberger weist seine Gäste aktiv auf das Bewertungssystem hin und verteilt ebenfalls entsprechende Karten. Die Folge: Zahlreiche Bewertungen und ein positiver Werbeeffect.

**Befürchteter Missbrauch hält sich im Rahmen**

Dass er dem neuen Online-System von Schweiz Tourismus zunächst mit gemischten Gefühlen begegnete, streitet Bützberger jedoch nicht ab. «Ursprünglich hatte ich ein bisschen Angst vor eventuellem Missbrauch», sagt er. In der Tat ist es nicht auszuschliessen,

dass Hoteliers einem ungeliebten Kollegen mit einer schlechten Bewertung schaden. Auch Schummeleien wie Eigenlob sind möglich. Bützberger hat schon gesehen, dass Bewertungen im Wortlaut genau dem Prospekt eines Hotels entsprechen und daher vermutlich vom Betrieb selbst abgegeben wurden. «Die Kunden sind allerdings nicht dumm und wissen sehr gut, wie sie damit umgehen müssen», ist er überzeugt. Das System funktioniert gut und widerspiegelt in der Regel realitätsnahe Bilder der Hotels.

**Verbesserte Leistungen wegen Konkurrenzkampf**

Auch im «Victoria» in Kandersteg brauchte es eine Anlaufzeit. Die ersten Bewertungen sind gemäss Direktor Platzer schlecht ausgefallen. «Das waren deutsche Gäste, die mit der «Geist-geil-Mentalität» im Hinterkopf angereist sind.» Heute seien die Bewertungen aber in den meisten Fällen sachlich und deshalb für alle hilfreich, findet Platzer. Trotz der guten Erfahrungen in Kandersteg und St. Moritz geben sich viele Hoteliers noch zurückhaltend. Einer von ihnen ist Jean-Pierre Galey, Direktor des «Arabella Sheraton Seehof» in Davos. Er möchte den Nutzen des Systems nicht überbewerten. Zwar findet er die Kriterien der Beurteilung

(Strassenverkehr, Lage des Hotels und der Zimmer, Service, Gastronomie, Sport und Unterhaltung) gut gewählt, dennoch: «Ich halte Missbrauch für möglich, da jeder auf der ST-Homepage ein Hotel nach seinem eigenen Gusto beurteilen kann.»

Andere Hotels gehen noch weiter als Galey und finden das Thema sogar äusserst heikel. So etwa der Luzerner Hotelier Urs Karli, der erst kürzlich im Zusammenhang mit der eigenen Sternbewertung seiner Hotels in Konflikt mit anderen Gastbetrieben in Luzern geraten ist. «Zum Bewertungssystem von Schweiz Tourismus möchte ich deshalb keine Stellung nehmen», so Karli.

**Auftritt soll Destinationen einlen und fördern**

Nicht nur in Luzern, auch in anderen Tourismusorten hat das ST-Hotelbewertungssystem auch Misstrauen und verstärktes Konkurrenzdenken zwischen den Hoteliers ausgelöst. Bleibt zu hoffen, dass die positiven Effekte überwiegen und dem Grundgedanken von Schweiz Tourismus, die Destination Schweiz zu einen und zu fördern, dienlich sind. Eines ist sicher: Das touristische Angebot wird eher besser, denn der Druck seitens der Kundschaft ist für Hoteliers der beste Antrieb für Investitionen.

ST mit ersten Erfahrungen zufrieden

■ Das neue Online-Hotelbewertungssystem hat bei Schweiz Tourismus fast ausschliesslich positive Reaktionen ausgelöst, wie die Vizepräsidentin und Internet-Verantwortliche Eva Brechtbühl festhält: «Von Medienschaffenden und Gästen gab es ausschliesslich gute Rückmeldungen.» Dass verschiedene Hoteliers Kritik geübt haben, räumt sie durchaus ein. Mehrere Betriebe hätten sich um die Sicherheit des Systems besorgt gezeigt. Auch die Möglichkeit von Mehrfachnennungen oder beleidigenden Einträgen sei bei Hoteliers ein Thema. ST nimmt solche Sorgen der Hoteliers ernst und hat ei-

gens ein Redaktionsteam eingesetzt, welches die Einträge auf deren Seriosität sowie beleidigende oder gar geschäftsschädigende Wirkung untersucht. «Solche Texte schalten wir nicht frei», versichert Brechtbühl. Schwerwiegende Fälle von Missbrauch sind ihr bisher nicht bekannt. Positiv nimmt Brechtbühl die Bemühungen vieler Hoteliers auf, das Bewertungssystem aktiv fürs Marketing einzusetzen und die Gäste zu ermuntern, ihre Meinung kundzutun. «Wir sind überzeugt, dass die Hoteliers auf Grund der Bewertungen grossen Nutzen für Qualitätsverbesserungen ziehen können», so Brechtbühl. ROW

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

**Ihre feine Schweizer Wäsche für Tisch, Bett und Bad**

Bezaubernde Motive nach Wahl und in jeder Farbe, für Ihr Haus auf Mass konfektioniert.

Kauf oder Miete inkl. Wäschepflege: Setzen Sie auf Schweizer Kompetenz.

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

**Schwob**  
 textiles of Switzerland

«Schweizer Qualitäts-  
 Wäsche für höchste Ansprüche»

Leinenweberei Bern AG  
 Telefon: +41 (0)31 340 85 85  
 Fax: +41 (0)31 340 85 01  
 www.lwbern.ch  
 info@lwbern.ch

**eco bar**

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

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

Dies ist ein Erfolgsmittel!  
 Wählen Sie 031 370 43 40

hotellerie suisse

**Technik und Betriebsplanung**

Ihr Partner für Organisations- und Küchenplanung

hotelleriesuisse,  
 Monbijoustrasse 130,  
 Postfach, 3001 Bern  
 Telefon 031 370 43 40,  
 Fax 031 370 43 44

**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, Reorganisationen,  
Kostenrestrukturierungen und Marketing

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

Zu vermieten in Seedorf, Kanton Uri,

**SAISONHOTELBETRIEB**

für die Zeit vom  
1. Mai bis 30. September 2006 und 2007

14 Zimmer mit total 30 Betten, Speisesaal, Aufenthaltsräume, Küche, etc., Gartensitzplatz, genügend Park- und VeloEinstellplätze, Gebäude 1993 umgebaut und renoviert, komplett eingerichtet und möbliert.

Das Objekt liegt direkt am Wanderweg «Weg der Schweiz» an ruhiger Lage.

In direkter Nähe befinden sich diverse Freizeit- und Sportmöglichkeiten, u. a. Strandbad (Schwimmen, Surfen), Tennisplatz, Reitschule, Bergbahnen, Vita-Parcours, Schloss A Pro, Mineralienmuseum, Kloster St. Lazarus, Postautohaltestelle.

Gerne erwarten wir Ihre vollständige Bewerbung und sichern Ihnen absolute Diskretion zu. Wir freuen uns, Sie bald kennen zu lernen.

Amt für Hochbau  
Klausenstrasse 4, 6460 Altdorf  
Tel.: 041 875 26 53  
E-Mail: hanspeter.aeschlimann@ur.ch

Eine sichere Existenzgrundlage, 10 Minuten von Biel, im Berner Jura, zu verkaufen gut gehendes (Umsatz über CHF 1 Mio.)

**Hotel-Restaurant**

- Restaurant 40 Plätze
  - Speisesäle 90 Plätze
  - Konferenzzimmer 20 Plätze
  - 11 bis 16 Hotelzimmer
  - 30 Parkplätze
- Hauseigene Wäscherei, Wirtswohnung, Liegenschaft und Infrastruktur in einwandfreiem Zustand, Pferdestall für 2 Boxen mit Sattlerei und Auslauf, Gesamthalt 2800 m<sup>2</sup>, davon 900 m<sup>2</sup> Baulandreserve.  
Verkaufspreis CHF 1 350 000.- inkl. Inventar  
Telefon 032 341 08 85 (Büro) P 1687344/10087



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

Jede Geste zählt !

Postfach, 8030 Zürich  
PK 12-100-2



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.eiholzer@bdo.ch  
rolf.hafner@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

Das ABC des  
neuen Kontenplans:  
Wie entscheiden?

■ L SHT Hotel-Treuhand  
und Beratungen



**Gsell & Partner**  
Kompetenz in Hotellerie und Restauration

Bereit für den  
Neubeginn?

Unbezahlbare Tipps zu  
bezahlbaren Preisen für  
Unternehmer in Hotellerie  
und Restauration.

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

Gesucht per sofort kleines  
**Hotel - Personalhaus - Kontakt-Bar**  
zu mieten oder Kauf.  
Mit oder ohne Partner.  
Nur Kanton Luzern. Telefon 079 761 99 44  
168739432079

**IDEA-CASA**  
IMMOBILIEN

Ganz privat und sehr persönlich  
sucht zum Kauf

**Hotel-Betrieb**

50-150 Betten, Restaurants, Bar,  
★★★ oder ★★★★★. Kaufpreis bis  
6 Mio. Offerten an IDEA-CASA, 8252  
Schlatt oder Tel. 078 885 69 67

**Ticino - Lago Maggiore**

A Minusio in bella posizione  
vendesi Albergo\*\*\* con 70 letti.  
Aria condizionata, piscina e garage.  
Costruzione 1995, PV 7,0 Mio.  
fpadlina@marazza.ch

**diga SONDERAKTION**

möbel

bis 31. Dezember

**CHARLY - der Sessel, der sitzt!**



- ✓ preiswert
- ✓ stabil
- ✓ pflegeleicht

**184.-**  
ab 6 Stk.,  
exkl. MwSt.,  
+7,5% Transport  
statt 275.-

Auch in bordeaux lieferbar!

Sessel in Lederlook Bronco schwarz  
Höhe 76 cm, Breite 66 cm,  
Tiefe 56 cm, Sitzhöhe 45 cm.

Bestellungen per Fax: 055 456 55 56  
oder per Post an: diga möbel ag,  
Aktion «CHARLY», Postfach, 8854 Galsingen

**Bestellung**  Ja, ich möchte von dieser einmaligen  
Aktion profitieren und bestelle:

Stück	Modell/Ausführung	Code	Kat. Preis	Aktionspreis cash pro Stk.
.....	Sessel CHARLY, Lederlook Bronco schwarz	113 320	275.-	<b>205.-</b> bis 5 Stk.
.....	Sessel CHARLY, Lederlook Bronco schwarz	113 320	275.-	<b>184.-</b> ab 6 Stk.
.....	Sessel CHARLY, Lederlook bordeaux	113 500	298.-	<b>219.-</b> bis 5 Stk.
.....	Sessel CHARLY, Lederlook bordeaux	113 500	298.-	<b>197.-</b> ab 6 Stk.

Verrechnung über:  Prodega  Aligro  TopCC

Name \_\_\_\_\_  
Vorname \_\_\_\_\_  
Strasse \_\_\_\_\_  
PLZ/Ort \_\_\_\_\_  
Telefon \_\_\_\_\_  
Unterschrift \_\_\_\_\_

**Der neue Job wartet.**

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



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



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



hotelleriesuisse

## Delegiertenversammlung entscheidet über die Strategie und das Budget

■ **Verbandsprogramm und Budget** sind Hauptthemen der Delegiertenversammlung von hotelleriesuisse am Mittwoch, dem 30. November in Bern.

Die Geschäftsleitung von hotelleriesuisse wird an der Berner Delegiertenversammlung vom Mittwoch, dem 30. November im Kultur-Casino Bern zunächst eine Tour d'horizon der laufenden Geschäfte geben. Sodann wird die Verbandsleitung ihre Lagebeurteilung abgeben und die strategischen Zielsetzungen für 2006 formulieren.

Anschliessend wird das Budget für 2006 präsentiert, erläutert und zur Abstimmung vorgelegt. Das Budget hat einen Umfang von 26 Mio. Franken.

### Strategie-Entwicklung und politische Prioritäten

Ein weiteres wichtiges Traktandum ist die mittelfristige Planung. Hier werden die Strategieentwicklung von hotelleriesuisse umrissen und die wirtschaftspolitischen Prioritäten gesetzt.

An die DV schliesst sich ein Seminar zur «Hochpreisinsel Schweiz» an (siehe Box). *KTV*

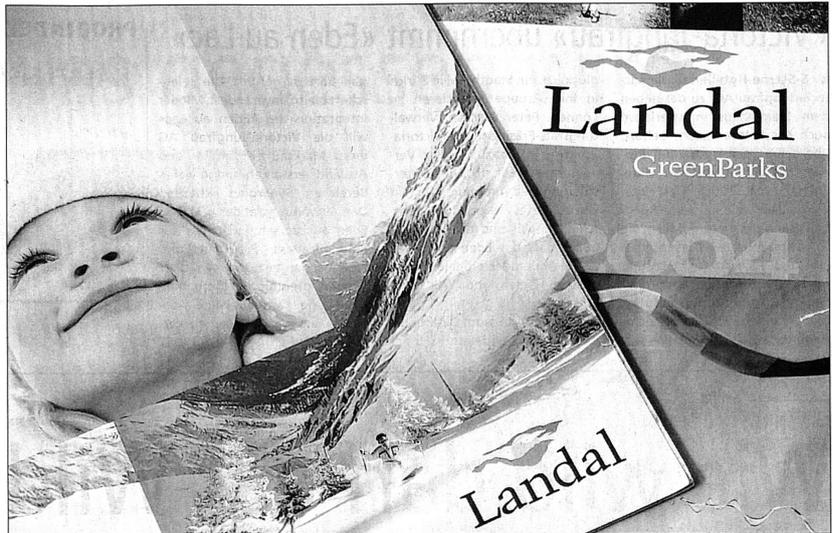


■ **Veranstaltungsort mit Perspektive.** Blick vom Kultur-Casino Bern, dem Ort der DV und des Seminars, über die Stadt Bern hin zu den Alpen. Foto: Swiss-Image

## Nach der DV das Seminar: «Hochpreisinsel Schweiz»

■ Nach der DV am Mittwoch, 30. November, wird – ebenfalls im Kultur-Casino Bern – ein Seminar unter dem Titel «Hochpreisinsel Schweiz» stattfinden. Das Thema wird eingangs von Guglielmo L. Brentel, dem Präsidenten von hotelleriesuisse, positioniert werden. Die Hotellerie als Leitbranche des Tourismus soll wettbewerbsfähiger werden, um sich der nationalen und internationalen Konkurrenz zu stellen. Aber nicht allen Herausforderungen kann sie selbst begegnen, wird in der Einladung an das Seminar betont. Gerade im internationalen Wettbewerb seien gute Rahmenbedingungen von grosser Bedeutung: «In diesem Bereich bläst unserer Branche aber durch die hohen Preise und Kosten ein harter Wind entgegen.

Liberalisierungsmassnahmen können dazu beitragen, unser Preis- und Kosteniveau zu bekämpfen. Doch zeigen die Diskussionen rund um das Thema «Hochpreisinsel Schweiz», dass solche Massnahmen nicht unumstritten sind.» Input-Referate des Seminars kommen von Peder Plaz, Projektleiter der BHP-Hanser und Partner AG, Aymo Brunetti, Leiter der Direktion für Wirtschaftspolitik des Seco, Benjamin Buser, Wirtschaftlicher Projektleiter von Avenir Suisse, und Hansjörg Walter, Nationalrat und Präsident des Schweizerischen Bauernverbandes. Die anschließende Podiumsdiskussion, an der auch der Walliser Hotellier Peter Bodenmann und Guglielmo L. Brentel teilnehmen, wird von Iwan Rickenbacher moderiert. *KJV*



■ **Ob Winter oder Sommer** – der holländische Ferienpark-Anbieter Landal mietet das neue Feriendorf des Swiss Holiday Parks. Als Gegenleistung erhält dieser während den nächsten zehn Jahren einen fixen Platz in den Landal-Katalogen. Foto: Theres Lagler

### Swiss Holiday Park

## Anbieter aus Holland angelockt

■ **Der Swiss Holiday Park in Morschach baut für 14 Mio. Franken ein zweites Feriendorf. Die Vermarktung übernimmt die europaweit tätige «Landal».**

Theres Lagler

Die Baubewilligung liegt seit kurzem vor: Der Swiss Holiday Park in Morschach kann – wie geplant (siehe htr vom 3. März 2005) – ein zweites Feriendorf mit 44 Wohnungen realisieren. Die Anzahl Betten erhöht sich damit um 256 auf 900. Wachsen will der Swiss Holiday Park, dessen Gäste momentan zu 96% aus der Schweiz stammen, vor allem in Europa. Der geeignete Partner ist schon gefunden: Es ist der holländische Ferienpark-Anbieter Landal Green Parks (siehe Box), der bisher nicht in der Schweiz tätig war. Die Zusammenarbeit funktioniert nach dem gleichen Modell wie beim bestehenden Feriendorf mit der Reka: Landal übernimmt das Marketing und die Vermietung der Ferienwohnungen, die Gästebetreuung und der Betrieb liegen in der Verantwortung des Swiss Holiday Park. Die Vertragsmodalitäten unterscheiden sich aber. «Wir haben statt der sonst gängigen Mindestum-

satzgarantie Marketingleistungen ausgehandelt», erklärt Verwaltungsratspräsident Walter Trösch. Dank diesem Vorgehen hat der Swiss Holiday Park in den nächsten zehn Jahren zwei bis vier Seiten im Landal-Jahreskatalog und zwei Seiten im Landal-Winterkatalog, die beide in den Benelux-Ländern und Deutschland verteilt werden, auf sicher. Doch damit nicht genug: Da Landal zur Cendant Vacation Rental Group

### Landal: Facts and Figures

■ Landal Green Parks, mit Sitz im niederländischen Voorburg, ist ein Unternehmen der Cendant Vacation Rental Group. Landal verwaltet und betreibt derzeit 56 Bungalowparks in den Niederlanden (43), Deutschland (7), Belgien (3), Österreich (2) und Tschechien (1). Es handelt sich dabei um eigene Betriebe und Vermietungen sowie Managementbetriebe. Die Parks werden jährlich von 1,6 Mio. Gästen besucht, die Zahl der Logiernächte beträgt 8,1 Mio. In den Niederlanden hat Landal bei den Gästeübernachtungen einen Marktanteil von 22%. Das Unternehmen erzielt einen Jahresumsatz von rund 191 Mio. Euro. *7L*

gehört, ist der Swiss Holiday Park auch auf deren Verkaufskanälen – dazu zählen insbesondere Internetkatalog und Newsletter – in Grossbritannien und Skandinavien präsent. Diese vier Zielmärkte will Walter Trösch mit unterschiedlichen, massgeschneiderten Angeboten bearbeiten. «Wir liegen in der Nähe des Gotthard. Deshalb kreieren wir für die Skandinavien einen 3- bis 4-tägigen Kurzaufenthalt auf ihrer Reise in den Süden», nennt Trösch als Beispiel. Für den Landal-Winterkatalog will er die Zusammenarbeit mit dem Skigebiet Stoos vorantreiben.

Die Ziele sind ehrgeizig. An Pfingsten 2007 soll das neue Feriendorf bezugsbereit sein. Im ersten Betriebsjahr peilt Walter Trösch eine Auslastung von 70% bis 75% an. Das entspricht rund 60'000 Logiernächten. Damit könnten die jährlichen Übernachtungen im Swiss Holiday Park, der nebst den Ferienwohnungen ein 4-Sterne-Hotel und ein Erlebnisbad mit Wellness-Anlage umfasst, von heute 140'000 auf 200'000 erhöht werden. Trösch, der den Swiss Holiday Park vor drei Jahren in einer schwierigen Situation übernommen hat, glaubt an den Erfolg: «Wir schreiben jetzt das zweite Jahr hintereinander schwarze Zahlen. Der Turnaround ist geschafft.»

### KURZ UND BÜNDIG

## Start für Spa «Cinq Mondes»

■ Das Hotel Beau-Rivage Palace in Lausanne-Ouchy hat diese Woche sein neues Spa unter dem Label «Cinq Mondes» eingeweiht. Die Investitionen in die 1500 Quadratmeter grosse Anlage betragen 12 Mio. Franken. Zur Anlage gehören nebst Ruheräumen, zwei Suiten und sechs Massageräumen auch ein Hammam, ein Jacuzzi, eine Sauna und ein Hallenbad. *DST*

Siehe CF Seite 3

Hotelmarke entwickelt und betrieben werden, die den gleichen Namen trägt: Hotel Missoni. Rezidor SAS wird Verhandlungen über Standorte für die neue Marke in Grossbritannien, auf dem europäischen Kontinent, in Russland, Kleinasien und im Nahen Osten führen. Die Eröffnung der ersten drei Hotels ist für das Jahr 2007 geplant. Ziel ist, bis 2010 30 Häuser eröffnet oder im Bau zu haben. *DST*

## Gefragte Lifestyle-Hotels

■ Seit dem Jahr 2003 ist die Zahl der Zimmer in der europäischen Lifestyle-Hotellerie um 10 Prozent gestiegen, die Anzahl der Hotels hat um 13 Prozent zugenommen. Bis im Jahr 2008 sollen in Europa weitere 5000 Zimmer hinzukommen, so die Studie «Hospitality Directions Europe Edition» von Price-waterhouseCoopers. *DST*

## Rezidor SAS mit Missoni

■ Rezidor SAS Hospitality hat eine weltweite Lizenzvereinbarung mit dem italienischen Modehaus Missoni geschlossen. Damit soll eine Lifestyle-

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

## «Victoria-Jungfrau» übernimmt «Eden au Lac»

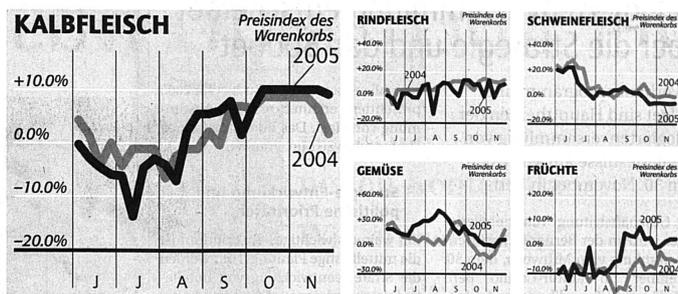
■ **5-Sterne-Hotellerie.** Die Victoria-Jungfrau AG, zu der neben dem Stammhaus in Interlaken auch das Palace Luzern gehört, übernimmt per sofort 100 Prozent der Aktien der AG Hotel Eden au Lac, Zürich. Das Hotel wurde über viele Jahre von Ruedi und Hanni Bärtschi geführt, die vornehmlich aus Altersgründen eine neue schweizerische Lösung für die Weiterführung des prominenten 5-Sterne-Hotels gesuchten. Die Verantwortlichen der Victoria-Jungfrau AG schätzen sich

glücklich, ein Stadthotel in Zürich in ihre Gruppe integrieren zu können. Peter Bratschi, Verwaltungsrats-Präsident der Victoria-Jungfrau AG dazu: «Unser Verwaltungsrat hat sich, mit Unterstützung der Aktionäre, für ein kontrolliertes Wachstum entschieden. Wir sind der Überzeugung, dass das Eden au Lac in Zürich in geradezu idealer Weise unseren Zielen und Wünschen entspricht.» Der Betrieb wird vom Direktionspaar Dario und Kathrin Fuma-

galli-Bärtschi geführt. Die Belegschaft bleibt unverändert. Mit der Integration des «Eden au Lac» will die Victoria-Jungfrau AG ihren Marktauftritt im In- und Ausland verstärken und in vielen Bereichen Synergien schaffen. Der Verwaltungsrat der AG Hotel Eden au Lac setzt sich neu aus Peter Bratschi, Präsident, und Emanuel Berger zusammen. Über den Kaufpreis für die Übernahme gaben die Parteien keine Auskunft. Es sei Stillschweigen vereinbart worden. **DST**

## PRODINDEX 21. 11. BIS 26. 11. 2005

Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega



## Jagdsaison

# Wie wild darf das Wild sein?

■ **Welches Wildbret schmeckt besser, welches ist gesünder: gejagtes oder gezüchtetes? Die Meinungen zu Reh und Hirsch gehen stark auseinander.**

Marie-Louise Zimmermann

Für Werner Schürch vom renommierten Burgdorfer «Emmenhof» gibt es keinen Zweifel: «Ein Reh aus freier Wildbahn hat sehr viel mehr Geschmack als ein Hirsch aus einem Gehege. Und wenn es schon Zuchtfleisch sein muss, dann bitte Rotwild und nicht Damhirsch. Der schmeckt nach gar nichts!»

Rolf Bischoff, selber Jäger und dazu Züchter von Damhirschen im zürcherischen Nürensdorf, ist anderer Meinung: «In meinem Gasthof «Kreuzstrasse» ist gezüchteter Hirsch mindestens so gefragt wie gejagtes Reh. Es gibt kein feineres Wildbret als das kurzfasrige, zarte Fleisch eines jungen Damhirsches!»

Wer hat Recht? Eindeutig ist: Wildbret erfreut sich zunehmender Beliebtheit: Rund 700 Gramm essen Herr und Frau Schweizer im Jahr und zwar vorwiegend in den Monaten Oktober bis Dezember. Das meiste wird in Restaurants konsumiert – wohl weil mancher Hausfrau die Zubereitung nicht geläufig ist.

### Die Qualität wird in allen Ländern streng kontrolliert

Rehe lassen sich nicht kommerziell züchten, Hirsche dagegen sehr gut. Das heisst: Auf den Tisch kommen hierzu nur gejagtes Reh oder vorwiegend gezüchteter Hirsch – beide zu rund 80 Prozent importiert: Rehe vor allem aus Osteuropa, Deutschland oder Österreich, Hirsche (meist Rotwild) vorwiegend aus Neuseeland. Damhirschfleisch aus Schweizer Zucht macht lediglich etwa ein Prozent des Konsums aus.

Neuseeland, wo über eine Million Hirsche gehalten werden, ist bekannt für seine streng kontrollierten Fleischexporte. Einen Skandal mit Antibiotika



■ **Gesundes Wild in freier Natur.** Zwischen dem Fleisch von gejagten und demjenigen von gezüchteten Wildtieren besteht kein wesentlicher Unterschied. Foto: zvg

im Fleisch hat es an sich bei Wild noch nie gegeben. Aber wie steht es mit der Hygiene in osteuropäischen Ländern?

Walter Bieri, Wildspezialist beim Fleischgrosshändler Bell AG, beruhigt: «Wir konnten bei unseren osteuropäischen Lieferanten einen sehr hohen Standard durchsetzen – in der Zeit, wo wir als nicht zur EU gehöriges Land ein Hauptabnehmer waren. So betreiben wir zum Beispiel in Slowenien eigene, von staatlichen Veterinären kontrollierte Sammelstellen, wo jedes Tier spätestens zwölf Stunden nach dem Schuss angeliefert werden muss.»

Keine Probleme bietet der Transport, da sich Wildbret mit seinem nied-

rigen Fettanteil in Vakuumverpackung problemlos einfrieren und längere Zeit aufbewahren lässt. Während alles Fleisch von Zuchthirschen, egal ob aus dem In- oder Ausland, von einem staatlichen Fleischbeschauer kontrolliert wird, muss sich der Koch bei einheimischen Rehen auf den Jäger verlassen können. Und auf seine eigenen Augen und die Nase, die ihn ein Tier seinem Alter gemäss verarbeiten lassen. Lehrbetriebe lassen sich gerne auch ganze Tiere liefern, weil der Nachwuchs daran das richtige Zerlegen üben kann.

Das früher übliche lange Abhängen des ganzen Tieres mit dem Fell, das dem Wildbret seinen intensiven Cha-

rakter verleiht, wird aber kaum mehr praktiziert. Zum einen fehlt dazu meist der Platz, und zum andern hat sich der Publikums geschmack verändert: Viele heutige Esser mögen es nicht, wenn Fleisch zu stark «wildelet».

### Echte Wildfans essen Gämse und Wildschwein

Das erklärt die Popularität des geschmacklich neutraleren Fleisches von gezüchteten Hirschen. Dieses stammt in der Regel von jungen Tieren, ist also mit grösster Wahrscheinlichkeit zart. «Der klassische Wildliebhaber stirbt langsam aus», sagt Walter Bieri. Wild-

kenner alter Schule aber pilgern zu den Küchenchefs, die gute Beziehungen zu einheimischen Jägern pflegen und vielleicht Wildschwein oder Gämse servieren, das «chuschtigste» Wildbret. Bei richtiger Vermarktung lässt sich damit ein beachtlicher Werbeeffekt erzielen. So kann es sich durchaus lohnen, einheimische Lieferanten zu suchen – am besten über die Jagdvereine, von denen viele auf dem Internet zu finden sind.

### Gejagt oder gezüchtet, Wild ist gesund

Wildbret ist bekannt als ausgesprochen gesundes Fleisch: Fettarm und reich an Vitaminen und vielerlei Spurenelementen, dazu relativ frei von Schadstoffen. Gilt das für jedes Wild? Kürzlich stand im Schweizer Konsumentenmagazin «K-Tip» zu lesen, das Fleisch der in freier Natur aufgewachsenen Tiere sei gesünder, weil es mehr Omega-3-Fettsäuren enthalte. Der Grund liege in ihrer vielseitigeren Ernährung mit allerlei Wildpflanzen, während Gehegetiere neben Gras noch Getreide gefüttert werde, was den Anteil an den für die Gesundheit der Gefässe so wichtigen Omega-3-Fettsäuren senke.

Dagegen wehrt sich der Damhirschzüchter Rolf Bischoff: «Meine Tiere essen vorwiegend Gras, dazu Lieblein und Salatabfälle, Mais nur gelegentlich zur Abwechslung.» Auch für die aus Neuseeland stammenden Zuchthirsche glaubt Walter Bieri nicht an einen geringeren Gesundheitswert: «Die Gehege sind dort so riesig und das Klima so mild, dass die Tiere das ganze Jahr frisches Gras bekommen.»

Überdies gibt er zu bedenken: «Ein lange gejagtes und vor allem ein verletztes Tier schüttet viel Adrenalin aus, und von Schlachttieren weiss man, dass dieses Stresshormon den Gesundheitswert wie den Geschmack des Fleisches negativ beeinflusst.» Schliesslich fasst Walter Bieri die ganze Diskussion in einem Satz zusammen: «Fresser man die Leute, welches Wildbret besser sei, entscheiden sich die meisten für das in der Natur gejagte; auf dem Teller aber ziehen sie das gezüchtete vor.»

## KULINARIUM

### ■ 6. Oktober bis 5. Dezember

«Ungarische Wochen mit Wild aus der eigenen Jagd». Serviert werden Suppen, Eintopfgerichte, Gulasch, Paprikahähnchen, Strudel, Palatschinken und Topfenknödel. Restaurant Seehotel Waldstätterhof, Brunnen, E-Mail: info@waldstaetterhof.ch, Tel.: 041 825 06 06.

### ■ 27. Oktober bis 3. Dezember

«Asian Food and Cultural Festival 2005». Kulinarische Highlights aus China, Japan, Thailand, Indien und aus 1001 Nacht. Renaissance Zürich Hotel, Zürich, E-Mail: restaurant.reservationen@renaissance-hotels.com, Tel.: 044 874 57 21.

### ■ 27. Oktober bis 3. Dezember

«Art Brunch Asian». Buffet mit einem Hauch von Asien und dem Duft des Morgenlandes. Für kleine Brunchgäste wartet eine Kinderspielwelt aus 1001 Nacht. Renaissance Zürich Hotel, Zürich, E-Mail: restaurant.reservationen@renaissance-hotels.com, Tel.: 044 874 57 21.

### ■ 1. November bis 23. Dezember

«Very Scottish». Schottland-Liebhaber finden alles, was ihr Herz begehrt: Vom Rauchlachs über Roastbeef mit Yorkshire Pudding sowie Plumpudding mit Brandy-Sauce. Nach dem Dinner wartet eine Entdeckungsreise in die Whisky-Regionen

Schottlands. Restaurant Bel Etage, Gurten-Kulm, Wabern, E-Mail: info@gurtenpark.ch, Tel.: 031 970 33 33.

### ■ 22. November bis 2. Dezember

«Sinnenreich der Gaumenfreuden mit Adriano Cavagnini». Der Starkoch vom Hotel Eden in Rom war Koch der Familie Mohamed Al Fayed in London und wurde von Mitgliedern der Regierung sehr geschätzt. Zu seinen Bewunderern zählt auch Tony Blair. Die Gäste erleben ein Feuerwerk innovativer Ideen zur mediterranen Küche. Restaurant Français, Hotel Baur au Lac, Zürich, E-Mail: reservation@bauraulac.ch, Tel.: 044 220 50 20.

## KURZ UND BÜNDIG

### Raclette-Streit

■ Die Kantone Bern, Freiburg und Graubünden haben im Streit um das Walliser Monopol auf die Bezeichnung «Raclette» kein Beschwerderecht. Das Bundesgericht hat ihre Beschwerde abgewiesen. Das Bundesamt für Landwirtschaft entschied Ende 2003, dass nur noch Käse aus dem Wallis den Namen «Raclette» tragen darf. Der Streit ist noch nicht definitiv entschieden. Bei der Rekurskommission des EVD sind noch weitere Beschwerden hängig, auf die eingetreten worden ist.

### Blauburgunder

■ Die Trauben aus dem Schaffhauser Blauburgunderland versprechen dieses Jahr, mit einem Kantonsdurchschnitt von über 93 Grad Ochsle, ausgezeichnete Weine. Im Jahr 2003 brach der Schaffhauser Blauburgunder mit sagenhaften 108 Ochslegrad alle Rekorde. Im Kanton St. Gallen erreichte der Blauburgunder die gleichen Ochslegrade. Dort erreichte die Hauptsorte, der Müller-Thurgau, mittlere Werte von 75 Ochslegrad. Der Ertrag liegt unter dem langjährigen Durchschnitt. **RD**

Essen ohne Speisekarte

# Der Koch sagt, was gegessen wird

■ In gewissen Restaurants hat der Gast nicht mehr viel zu bestellen. Wortwörtlich. Immer mehr Gastronomen verzichten auf die klassische Speisekarte und bieten nur noch ein Menu oder ein stark reduziertes Tagesangebot. Seriöse oder bequeme Köche? Oder kühne Rechner?

Franziska Richard

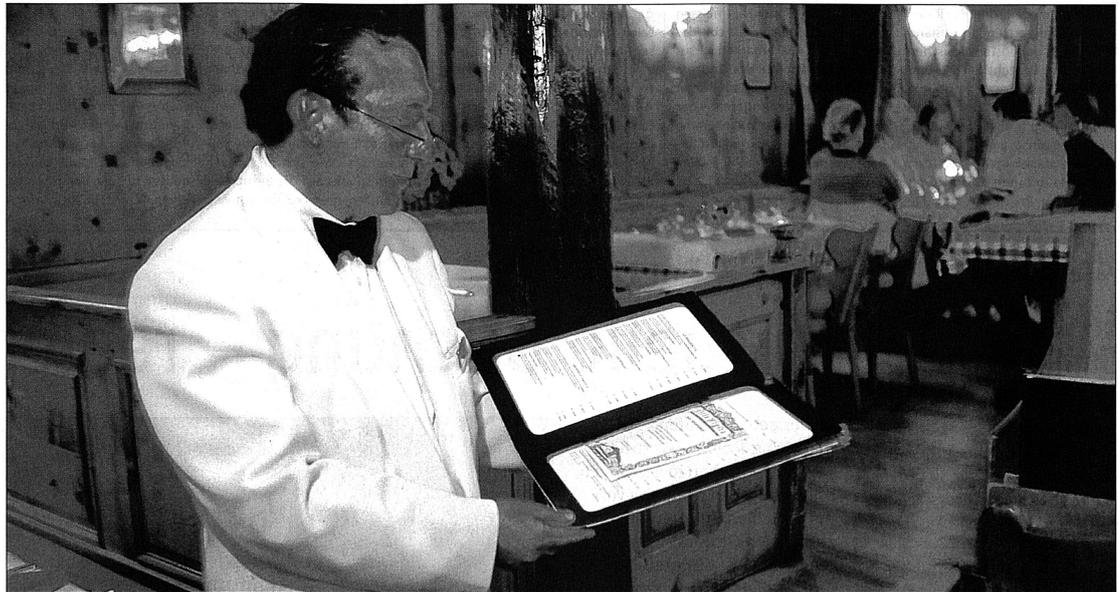
Eigentlich träumen die Köche schon lange davon: von einem sorgloseren Leben – sprich der Abschaffung der Speisekarte. Dafür ein paar wenige Tagesgerichte oder Menus kochen, täglich frisch und gut und wie bei Muttern. Aufgekommen ist dieser Gedanke bereits mit der Nouvelle Cuisine, doch durchsetzen konnte er sich damals nicht. Zu sehr haftete die «A la carte» als Inbegriff gepflegter Speisekultur in den Köpfen der Gäste. Und zu arrogant und bevormundend wirkte damals das Küchenhändel der Köche. Und heute? Es scheint (besser) zu funktionieren, das zeigt zumindest der Markt.

Im Restaurant Acqua, Basels derzeit populärstem Trendlokal, gibt es mittags lediglich ein 2-gängiges Tagesmenu, dafür täglich wechselnd, bestehend aus Antipasti und einem Pastagericht (vegetarisch als Alternative) für 20 Franken inkl. Mineralwasser und Wein). Auch abends wird den Gästen nicht die Karte gereicht. Da heisst die Frage bei lediglich zwei 4-gängigen Menus (für 56 Franken): Fisch oder Fleisch? Wer Vegetarier ist, teilt dies dem Restaurant bei der Tischreservierung mit. Das Restaurant ist mittags und abends rappellvoll. «Unser Vorbild war die italienische Osteria, in welcher die Nonna kocht. Bei ihr gibt es schliesslich auch keine Karte», meint Inhaber Simon Lutz. Auch andernorts gefällt die Idee (sieheasten).

## Leidenschaftliches Kochen und kühles Rechnen

«Es ist fabelhaft, sich als Koch vom Einkauf über das Kochen bis zur Präsentation ganz auf ein Menu konzentrieren zu können», sagt Beat Blum vom Restaurant Wein & Sein in Bern, der schon seit 15 Jahren so kocht und sich etwas anderes gar nicht mehr vorstellen könnte.

«Kochen ist so viel interessanter», meint auch Beat Caduff von «Caduff's Wine Loft» in Zürich, der ein ähnliches Konzept verfolgt. Nur müsse man die Sache zu Ende denken, sagt er. Caduff geht mit seiner Frischküche so weit, dass sein Gemüsehändler ihn jeweils mit zwei Gemüsen seiner Wahl beliefern darf, ohne dies mit dem Chef vorher abzusprechen. «Dafür erwarte ich, dass er mir das Beste und Frischeste



■ Kellner mit ausführlicher Speisekarte. Vielleicht ein Bild, das bald nur noch sehr selten zu sehen ist.

Foto: Swiss-Image

bringt», meint Caduff. Dass es den Köchen in diesem Zusammenhang nicht nur ums leidenschaftliche Kochen geht, sondern auch ums Rechnen, ist wohl kein Geheimnis. Sowohl bei den Mitarbeitenden als auch bei den Waren lassen sich die Kosten beträchtlich senken. In der «Acqua»-Küche arbeiten gerade noch drei Köche, und das bei 80 Plätzen und vier Öffnungstagen.

Beat Blum steht mit einem Lehrling in der Küche seines 28-plätzigsten Restaurants. Da er sich auch noch im Service betätigt, reicht hier eine Mitarbeiterin. Gross können die Einsparungen auch bei den Produkten sein. «Mit dem, was bei einer aufwändigen A-la-carte-Küche nicht verkauft wird und verdirbt, kann man einen Lohn eines Mitarbeiters bezahlen», hat Beat Thoni von der «Tavola Pronta» in Bern ausgerechnet, der ebenfalls ein Miniangebot führt.

## Wenn die Qualität ausbleibt reagieren die Tester harsch

Doch wer als kühner Rechner sein Restaurant lediglich als Fabrik versteht, kann schnell straucheln. In Zürich sind bereits etliche Gastronomen gestrandet, die in der reduzierten Karte vor allem ein gutes Geschäft witterten, ohne eine Gegenleistung zu bieten. Sie mussten ihr Angebot wieder erweitern.

Gerade die Trendgastronomie steht im Verdacht, diese Politik lediglich der Rentabilität wegen zu verfolgen. Ein

ganz offensichtlicher Fehler, denn: Heute verstehen die Gäste relativ viel vom Kochen. Sie wissen, dass eine grosse Karte kein Synonym für Frische ist und akzeptieren ein kleines Angebot, sofern die Reduktion wirklich der Qualität, Frische, auch fairen Preisen und allenfalls der Schnelligkeit zugute kommt.

Bei einem reduzierten Angebot sind die Gäste doppelt anspruchsvoll. In diesem Sinne urteilt auch «GaultMillau». Der Gourmetführer lässt den Restaurants diese unternehmerische Freiheit. Wenn aber die Qualität ausbleibt, reagieren die Tester harsch. Doch generell, so berichten die befragten Gastronomen, gebe es wenig rebellierende Gäste. Viele empfänden es als Befreiung, sich nicht mehr dem intensiven Kartenstudium widmen zu müssen und wie bei Muttern (auch preiswerter

essen zu können. Dass die Reduktion heute besser ankommt, ist auch dem Internet zu verdanken. Dort kommunizieren die Gastronomen ihr täglich wechselndes Angebot. Wer wäherlich ist, kann sich im Voraus informieren.

## Keine abgespeckten Karten in der gehobenen Gastronomie

So oder so. Diese Konzepte funktionieren am besten in einem städtischen Umfeld. Auf dem Land finden sie nicht so leicht ihre Akzeptanz. «Diese Überraschungsküche wäre auch uns am liebsten, doch wir schaffen das nicht ganz», sagt Urs Rusterholz von der «Couronne d'Or» im elsässischen Leymen bei Basel. Während sein Überraschungsmenu (4 Gänge für 35 Euro) beim jungen städtischen Publikum gut ankomme, bestehe die ältere und länd-

liche Kundschaft auf ein traditionelles A la carte. Gerade die Franzosen würden das Kartenstudium nach dem Motto «Ich, der Connaisseur» zum Ritual machen. Undenbar, ihnen diesen Status wegzunehmen.

Diesen psychologischen Effekt weiss die gehobene klassische Gastronomie zu nutzen. Von allzu abgespeckten Karten will sie mittlerweile nämlich nichts mehr wissen. Auch Pierre Buess vom Restaurant Bruderholz nicht. Riesig sei seine Karte ohnehin nicht, meint Buess, der insgesamt 20 verschiedene Gerichte, dafür 50 Sorten Käse anbietet. «Natürlich kostet die Auswahl, aber unsere Gäste wünschen sie», meint er. Und «Castle»-Chef Urs Maeder aus Binningen doppel nach: «Einfach draufloskochen führt in den Ruin, doch die stark reduzierte Karte ist der Anfang vom Ende.»

## Restaurants mit einem Miniangebot

■ «Weniger ist mehr» – Dieses Credo hat vor allem die Trendgastronomie entdeckt. Konsequenterweise von der Speisekarte hat sich zum Beispiel das Zürcher Restaurant Spice verabschiedet. Das im Dezember 2004 eröffnete Lokal im vollständig renovierten Hotel Rigiblick wurde von GaultMillau 2006 gleich auf Anhieb mit 16 Punkten ausgezeichnet und hat sich innert kürzester Zeit zu einem der angesagtesten Restaurants Zürichs hochgeschwungen. Mittags und abends gibt es nur noch zwei sechsgängige Menus für 140 Franken, das eine europäisch, das andere asiatisch inspiriert. Wer nicht so viel essen will, kann einzelne Gänge aus dem Menu herauspicken – was sich allerdings preislich eher unvorteilhaft auswirkt.

Beat Blum, kocht schon seit 15 Jahren «nur» ein täglich wechselndes Menu für 88 Franken. Wenn auch nicht in dieser radikalen Form, gibt es doch eine ganze Reihe weiterer Lokale, die eine reduzierte Speisekarte zu ihrem Credo machten. Unter ihnen die Restaurants Scala, Bern (drei Vorspeisen, drei Hauptgänge); Tavola Pronta, Bern (Menu traditionale und sieben A-la-carte-Gerichte); Caduff's Wine Loft, Zürich (ca. 12 Gerichte); Josef, Zürich (16 Vorspeisen, die der Gast zu einem Menu zusammenstellt), Couronne d'Or, Leymen bei Basel (Überraschungsmenu für 35 Euro + A la carte), und Siegfried Rossal mit seinem neuen Lokal Leuehof in Schneisingen/AG, der jene Gäste preislich belohnt, die aus seiner stark reduzierten Karte einen 3-, 4- oder 5-Gänger zusammenstellen. **FR**

Anzeige

SPEZIELL<sup>3</sup>

opening  
dec 05

SAVOGNIN

cube-hotels.com

**CUBE.** Das sind die 3 Dimensionen eines einzigartigen Urlaubs. Sport ohne Grenzen. Entertainment ohne Ende. Design ohne Kompromisse. Nichts ist wie CUBE. Denn CUBE ist alles, außer gewöhnlich.

SNOW, SUN & FUN

3 Übernachtungen mit Frühstück, Welcome Drink, 3 Tage Bergbahnticket, 1 Tag CUBE Fun Sports, Eintritt in CUBE Club, Relax und Fitness Area

ab CHF 320,-\*

\* Gültig 16.12.05 - 17.4.06, ausgenommen 23.12.05 - 7.1.06

**CUBE SAVOGNIN** | CH-7460 Savognin  
Talstation Savognin Bergbahnen  
tel. +41 (0) 81-659 14 14  
reservierung.savognin@cube-hotels.com

## 17. TFA findet in Ischgl statt

■ **Ausnahmsweise in Österreich.** Weil die Räumlichkeiten in Davos anderweitig vergeben worden sind, findet das 17. Tourismusforum der Alpenregionen (TFA) im angrenzenden Ausland und zwar im österreichischen Ischgl statt. Es steht am 27. und 28. März (mit Zusatzprogramm am 29. März) unter dem Motto «inspiration & innovation – ideen die bewegen». Laut Mitteilung der Veranstalter stehen an den beiden Haupttagen Auftritte von «bewährten Praktikern und Ex-

perten mit erfolgserprobten Konzepten» auf dem Programm; deren Namen sind noch nicht offiziell bekannt. Die drei thematischen Schwerpunkte heißen «Schnesicherheit – wer soll das bezahlen?», «Dachmarken versus Destinationstrukturen» und am 29. März «Architektur am Berg». Dazu wird – unter anderem – das neue Bergrestaurant Pardorama besucht, das auf Permafrost erraubt worden ist. **HRF**

www.tourismusforum.ch

## Offensive

■ **RailAway GmbH.** Der Freizeitveranstalter RailAway forciert seine Aktivitäten in Deutschland. Am letzten Freitag wurde in Stuttgart der neue Gruppenreisenkatalog «Faszination Schweiz» präsentiert. Seit den 70er-Jahren gibt es in Stuttgart eine Auslandsvertretung der Schweizer Bahnen. Am 1. Mai 2005 ist diese Vertretung in die RailAway GmbH übergegangen. Diese ist Ansprechpartner und Verkaufsstelle für Bahnreisen in die Schweiz und innerhalb des Landes. **DST**

## Pfynwald: Hoffnung auf sanften Tourismus

■ **Naturpark.** Die Verantwortlichen für das Naturpark-Projekt Pfynwald im Wallis sind nach der kantonalen Anerkennung optimistisch. Sie hoffen, dass der Park noch erweitert wird und Anhänger des sanften Tourismus anlocken kann. Besucher können den Park zwar betreten, sich aber nicht völlig frei darin bewegen. Die eigentlichen Schutzgebiete dürfen nur mit Begleitung betreten werden. Wie sich die Schaffung des Parks auf die Besucherfrequenzen auswirke, sei laut Pe-

ter Oggier, Geschäftsführer des Parks, schwer zu sagen. Er sei aber überzeugt davon, dass ein Ort wie der Pfynwald vom sanften Tourismus leben könne. Ein auf diesen Zweck ausgerichtetes Marketing-Konzept werde deshalb nächstens erstellt. Der Jahresumsatz liegt bei 250 000 Franken. Die Anerkennung durch den Walliser Grossen Rat und das Ja des Parlaments zu Subventionen von insgesamt 5,4 Mio. Franken bedeutet für die Verantwortlichen einen Schritt in Richtung Aner-

kennung durch den Bund. Unter diesen Vorzeichen planen die Verantwortlichen auch eine Vergrößerung des Naturparks Pfyn. Die heute 17 Quadratkilometer grosse Schutzzone könnte auf bis zu 100 Quadratkilometer erweitert werden und der Pfynwald damit den Status eines regionalen Naturparks erhalten. In der Schweiz gibt es über 30 Parkprojekte unterschiedlichen Stades; geplant sind neue Nationalparks, Naturparks und Naturerlebnisparks. **DST/nda**

### Börsenbarometer

## Freundliche Stimmung hielt an

■ **Trotz Gewinnmitnahmen** verharrten die schweizerischen Aktienindizes unverändert mit einem Plus von über 30 Prozent gegenüber dem Jahresstart.

Werner Leibacher

Ein deutlich sinkender Ölpreis hat die Stimmung an den Börsen auf Kurs gehalten. Die ebenfalls deutlich sinkenden Heizöl- und Benzinnotierungen haben gleichzeitig die Angst vor einer stark anziehenden Teuerung gedämpft. Damit ist auch die Angst vor übermässigen Zinserhöhungen durch die Nationalbanken gesunken. In der Schweiz etwa sind sich die Auktoren einig, dass die Notenbank im Dezember die Leitzinsen um 0,25 Prozent anheben wird. Doch ist eine Zinsvertüerung an den Märkten bereits vorweggenommen: der Effekt auf die Obligationen- und Aktienkurse wird bei der Bekanntgabe der Massnahme nur gering sein. Das aber ist eine wesentliche Voraussetzung für das Anhalten der guten Kauflaune bei den Aktien. Zwar glauben viele Anleger nicht mehr so recht an einen eigentlichen Jahresend-Aufschwung.

Für unterschiedliche Schlagzeilen haben einmal mehr die Airlines gesorgt: durch eine Belegung des Luftverkehrs insgesamt in den USA sowie sehr unterschiedliche Resultate in Europa. In den USA fällt einzig die drittgrösste US-Airline Delta Air Lines aus dem Rahmen mit einem beinahe verdoppelten Verlust von 1,1 Mrd. Dollar im 3. Quartal. Bei den Billigfliegern sind vor allem die Aktien der irischen Airline Ryanair aufgefallen, die angekündigt hat, ab 2007 in ihren Flugzeugen auch Glücksspiele anzubieten. Der Handel in den Swiss-Aktien ist weitgehend eingeschlafen und wird überwiegend zu Einheitskursen von Fr. 8.96 abgewickelt.

### McDonald's: eventuell Auslagerung der Immobilien

Eine erhöhte Beachtung fanden McDonald's, wo man gemäss Gerüchten darüber nachdenkt, den umfangreichen Grundstücks- und Immobilienbesitz der Gruppe auszulagern. Über die wirtschaftlichen Aussichten einer solchen Massnahme gehen die Meinungen der Experten weit auseinander. Bei einem gegenwärtigen Kursniveau von 33 Dollar billigen einzelne Analysten der Aktie ein Potenzial von bis zu 45 Dollar zu.

Im Hotelgeschäft hat für Aufsehen gesorgt, dass der Konzern Starwood 38 Luxushotels – davon 28 in Nordamerika – an die Marriott Corp. für 4,1 Mrd. Dollar verkauft hat. Starwood will sich künftig auf die Führung von Hotels anderer Besitzer konzentrieren und sich damit vom Besitz teurer Hotelimmobilien entlasten. In der Schweiz wendet übrigens der Mövenpick-Konzern eine ähnliche Strategie an und baut den Bereich des Managements von Hotels kräftig aus. Mit guten Zahlen haben in den USA Coca-Cola, American Express und Starbucks aufgewartet.

### Österreich

# Virtuelle Buchung – realer Nutzen

■ **Der neue Leitfaden «Webmarketing & Online-Vertrieb»** will den Betrieben in Österreich und der Schweiz den Weg von der virtuellen Internetbuchung zum realen Gewinn ebnen. Entstanden ist die Studie im Auftrag der Österreichischen Hotelierversammlung.

Fred Fettner

289 für die österreichischen und schweizerischen Hotels relevante Reiseportale sichtete die Autorin der Studie, Ines Weissensteiner, zum Thema «Webmarketing & Online-Vertrieb». 90 Plattformen wurden genau evaluiert. Anders als bei der ersten Analyse 2003 hat die Auftraggeberin, die Österreichische Hotelierversammlung (ÖHV), diesmal auf ein Ranking verzichtet. Über Symbole erkennen die Betriebe aber rasch den Verbreitungsgrad und die zu erwartenden Kosten der jeweiligen Plattform. Insgesamt dienen 57 der 133 Seiten der detaillierten Bewertung einzelner Angebote. Wie wichtig das Werk ist, belegt eine weitere Zahl: «Aktuell sind Akquisiteure von zumindest 50 dieser Plattformen im Alpenraum mit dem Ziel unterwegs, möglichst viele Anbieter auf die eigenen Sites zu lotsen», hält ÖHV-Generalsekretär Thomas Reizenz fest.

### Auf jeweilige Zielgruppen zugeschnitten

Auffällig ist die wachsende Zielgruppenorientierung der Reiseportale. Dem trägt die Studie Rechnung. Zum Beispiel

### Reiseplattformen nach Zielgruppen

Reisemotiv	Nennungen
Billigreisen, Schnäppchen	38
Drive-in, Motorradtouren	20
Familienreisen	21
Geschäftsreisende + Kongresse	12
Golf	37
Kunst und Kultur	1
Last minute (allgemein)	8
Last minute (special interest)	26
Luxusreisen	19
Radfahren	12
Schwimmen	18
Seminare, Veranstaltungen, Event (MICE)	25
Ski	59
Städtereisen	24
Tennis	17
Wandern	21
weitere Sommersportarten	28
weitere Wintersportarten	14
Wellness, Beauty, Gesundheit	23

Basis: «Webmarketing & Online-Vertrieb» Leitfaden des ÖHV-Touristik Service; Zielgruppenmatrix enthält geordnet nach Zielgruppen eine Aufstellung von Reiseplattformen, auf deren Startseite direkt oder als Suchfunktion diese Gruppen gefunden wurden. Es sind darin auch Portale enthalten, die nicht weiter evaluiert wurden.



■ **Konkurrenz für traditionelle Werbung.** Noch setzt die Branche auch in der Schweiz auf traditionelle Prospekte. Das Internet erlaubt aber ebenso attraktive Auftritte mit Farbfotos, Grafiken und Tabellen – und mit Direktbuchungen. Foto: Herbert Fischer

setzt eine Plattform auf Tennis, während sich 37 an Golfer wenden. (siehe Tabelle links). Als zweites Kriterium wurde die Anzahl der Sprachen überprüft. Wie wichtig hier die Vielfalt ist, bleibt dahingestellt. Meist sind Deutsch und Englisch ausreichend. Entscheidende Kriterien für den Unternehmungsgeber sind die Sicherheit des Buchungsablaufs, die Anzahl der Besucher der Site und die Kosten. Für den User sind es laut einer Ulysses-Online-Umfrage (2004) in erster Linie unkomplizierte Buchung (27,1%), Verfügbarkeit (24,3%) und Preisvoheit (14,3%). Die Orientierung an Buchbarkeit und Preis birgt für den Hotelier eine neue Gefahr. Die «Preisvoheit» geht verloren. Nicht immer ahnt der Hotelier, welche Preise im Internet auftauchen können.

### Verträge sollten gut studiert werden

«Die Portale versuchen selbst eine Art Yield-Management», sagt Ines Weissensteiner. Um die Masse zu sichern, werde manchmal unter dem Einstandspreis verkauft. Aber dafür könne es in der Hochsaison saftige Aufschläge durch den Portalbetreiber geben. Für Unzufriedenheit bei den Gästen kann beides sorgen. «Ich habe das mit meinem Hotel Tirol in Wien selbst erlebt»,

hält Ines Weissensteiner fest. Und zwar mit dem Veranstalter Gullivers Travel, der das grosse Portal octopus.com betreibt: bei ihm ist dieser eigene Spielraum Bestandteil des Vertrags.

### Unter 10 Prozent Online-Buchungen sind zu wenig

Das von den Experten propagierte Prinzip «viele Vertriebskanäle – einheitlicher Preis» lässt sich so schwer erfüllen. Laut Weissensteiner lassen sich all diese Fallen zwar umgehen, dafür muss jedoch jeder Vertrag sehr ausführlich studiert werden. Überdies lassen sich grosse Portale nicht immer in ihrer Preisgestaltung einschränken. Ähnliches gilt auch für die Stornierungen. So wird in der Broschüre nachdrücklich darauf hingewiesen, dass der Reisetrücktritt bis 18 Uhr des Anknftstages kostenfrei möglich sei. Deshalb muss jeder mit einer Kreditkarte tätigten Online-Buchung eine Bestätigung folgen, die ausdrücklich die speziellen Bedingungen des Hotels nennt.

ÖHV-Generalsekretär Reizenz sieht die österreichische Hotellerie im Webmarketing dank den Zugängen über die Destinations-Sites und der Arbeit von Tiscover, Feratel/Deskline und Nethotels gut aufgestellt. Ähnliches gelte auch für die Schweiz. Es gehe aber um «bestmögliche Ergänzungen, dar-

um die Auffindbarkeit der einzelnen Häuser im globalen Netz zu verbessern.» Betriebe mit einem Online-Buchungsanteil unter 10 Prozent hätten dort wohl Nachholbedarf.

Der Leitfaden ist für 69 Euro erhältlich beim ÖHV Touristik Service, A-1080 Wien, Parisergasse 16/7. Tel. 0043 153 309 52, info@oehv.at www.oehv.at

### Tipps für die Hoteliers

■ **Prüfen Sie die angebotenen Reiseplattformen** zuerst selbst als DAU (dümmster anzunehmender User):  
– Checken Sie, ob ein auf der Plattform bereits vertretenes Hotel bei Google weit vorne auftaucht.  
– Teilweise werden Webauftritte so erstellt, dass aus Texten Grafiken werden. Suchmaschinen können diese aber nicht lesen. Deshalb benötigen Sie zusätzliche Seiten mit Reizwörtern, nach denen gesucht wird. Die schönste Site hilft wenig, wenn sie nicht gefunden wird.  
– Vorsicht, etwa bei Marktfrühling HRS. Das Portal bietet Firmen die Möglichkeit, ihre Corporate Rates ins System einzuspielen. Das führt dazu, dass Reiseisten bei starker Auslastung auf den Firmtarif, bei schwacher Auslastung aber auf den günstigeren Internettarif zugreifen. **FF**



FOKUS

**Casinos** | Das Spielbankengeschäft in der Schweiz boomt. In keinem Landesteil gibt es mehr Spielmöglichkeiten als im Tessin.



FOKUS

**Asbest** | Diesen Baustoff gibt es in vielen Hotels und Restaurants. Oft droht bei einem Umbau die Gefahr, auf Asbest zu stossen.



PLATTFORM

**Ratgeber** | Nachfolge-  
regelung: Was bringt die  
Umwandlung einer Einzelunternehmung in eine  
Aktiengesellschaft?



Teetrinker-Club

## Perfekter Tee ist anspruchsvoll

Die Teekultur in der Schweizer Gastronomie legt zu, meint Jürg Meier, Vizepräsident und Generalsekretär des «Club des Buveurs de Thé Suisse».

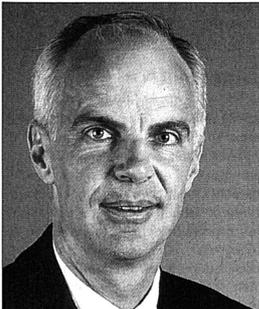
Anina Joss

### Liegt Teetinken im Trend?

Der Pro-Kopf-Verbrauch der Schweizer liegt seit langem bei 250 Gramm Tee jährlich. In der Gastronomie beobachten wir eine Entwicklung hin zu einer besseren Teequalität: einerseits zu Kunstseidebeuteln, andererseits zu offenen Tees. Und: Mit der Verfügbarkeit von besseren Teequalitäten steigt die Nachfrage. Ein generelles Problem bei Beuteltee bleibt natürlich die begrenzte Auswahl, während bei offenem Tee die Möglichkeiten zu mischen und zu variieren fast unerschöpflich sind.

### Worin liegt der Unterschied von Kunstseidebeuteln zu herkömmlichen Beuteln?

Herkömmliche Beutel sind aus Papier, das heisst Zellulose, Bleichmittel und Leim. Dies wirkt, besonders bei subtilen Tees wie Grüntee, oft als Filter und deckt den ursprünglichen Geschmack zu. Zudem wird vielfach so genannter «Dust» verwendet, feines Teepulver, das bei der Produktion als minderwertigste Qualität anfällt. Kunstseide- oder Mousseinebeutel hingegen sind transparent und geschmacksneutral. Da diese teureren Beutel auch grösser sind, können höherwertige Teequalitäten wie «Broken» oder «Ganzblatt» abgefüllt werden.



Jürg Meier, Leidenschaftlicher Teetrinker. Foto: zvg

### Was sollte ein gutes Teecafé einem Teeliebhaber wie Ihnen bieten?

Das höchste der Gefühle ist ein fertig zubereiteter, offener Tee, der in einem Lokal mit einer grossen und ausgewogenen Auswahl von mindestens zwölf Sorten kompetent serviert wird. Das sind hohe Ansprüche, die für einen Betrieb logistische Probleme bringen: Die meisten Tees haben eine Ziehzeit von drei Minuten. Zwei Kellner in einem gut besetzten Café können deshalb unmöglich jede Tasse zum richtigen Zeitpunkt an den Tisch bringen.

### Was wären denn Alternativen, die ebenfalls gute Qualität bieten?

Zum Beispiel das so genannte «Tea for one», ein Kännchen mit Platz für zwei Tassen Tee, wobei der Gast die Ziehzeit selbst bestimmen kann.

www.teeclub.ch

Tee-Gastronomie

# «Das Stiefkind der Cafészene»

Tee ist ein in der Schweizer Gastronomie oft vernachlässigtes Thema. Das Bedürfnis der Kunden ist da, doch muss man sie richtig anzusprechen wissen. Immer mehr Betriebe zeigen, dass dies keine Hexerei ist. Besonders die Nachfrage nach Früchte- und Kräutertees steigt.

Anina Joss

«Japanisch, englisch, nordafrikanisch, iranisch oder ostfriesisch, wie würden Sie Ihren Tee gerne trinken?» Diese Frage bleibt Wunschdenken vieler Teeliebhaber beim Restaurantbesuch. Nicht so bei «Teedor» in Basel: In der gemütlichen Degustiercke des kleinen, aber feinen Geschäfts am Andreasplatz kann man nach Bräuchen aus den verschiedensten Ländern den jeweils typischen Tee geniessen. Leider ist dieses Angebot die berühmte Ausnahme, welche die Regel bestätigt, dass Tee in der Gastronomie kein Thema ist.

Ob einheimischer Früchtetee oder englischer Schwarztee, in 83 Prozent der Deutschschweizer Restaurants und Cafés fristet das Getränk ein unspektakuläres Beuteldasein, wie eine Umfrage in 200 Cafés ergab. Johanna Bartholdi, Geschäftsführerin des Schweizer Cafetierverbands, bestätigt: «Auch wenn der Tee langsam am Boden gewinnt, er ist nach wie vor das Stiefkind der Cafészene.»

Woran mag das liegen? In einer Stichprobe der TV-Konsumenten-sendung «Kassensturz» im Jahr 2002 kamen viele Vorurteile gegenüber offenem Tee zum Vorschein. «Es besteht keine Nachfrage, die Handhabung von offenem Tee ist zu kompliziert und die Zubereitung nimmt viel Zeit in Anspruch», so die Begründung vieler Betriebe für ihr mageres Beutel-Angebot.

Wie Catherine Wüest-Rudin, Geschäftsführerin im «Teedor», bekräftigt, ist es keine Hexerei, guten Tee anzubieten: «Mit einer Umstellung von herkömmlichen Beuteln auf kunstseidene ist schon viel getan. Fehlende Information ist aber sicher das Hauptproblem in der hiesigen Gastronomie.» Um Abhilfe zu schaffen, führt die Fachfrau Gastronomieberatungen bei interessierten Unternehmen durch. Klar ist: Wo der Tee offen serviert wird, geschieht dies meist sehr kompetent. Wie Sylvia Brenner, Produktverantwortliche bei Lipton, jedoch bemerkt, sei dies nur in wenigen spezialisierten Betrieben der Fall; Lipton spüre keinen Bedarf nach mehr Offentee.

### Der Grüntee-Boom lässt langsam nach

Auf dem Vormarsch seien vor allem Früchtetees und aromatisierte Tees auf Kräuter-, Schwarz- oder Grünteebasis, erklärt Sylvia Brenner. «Ansonsten sind die beliebtesten Sorten weiterhin im klassischen Bereich von Pfefferminz- oder Hagebuttentee zu finden.»

Eine Untersuchung der ACNielsen zeigt, dass 2004 der Umsatz von Früchte- und Kräutertee (Aufgüsse) stieg, jener von Grüntee hingegen sank. Die Aufgüsse machen mehr als drei Fünftel des gesamten Umsatzes aus.

Ausgelöst durch das verstärkte Gesundheitsbewusstsein, verwandelte sich der Grüntee vom Geheimtipp zum Kultgetränk. Eine Wandlung, die auch



Lieber gleich einen ganzen Krug. Jüngere Gäste trinken gerne Tee – am liebsten, wenn er gut präsentiert und schön serviert wird. Foto: Annett Altwater

der so genannte weisse Tee durchmachen könnte. Weil er aus den jungen, nicht fermentierten Trieben besteht, ist er von sehr hoher Qualität und nicht ganz billig, aber die Absätze steigen von Jahr zu Jahr. Mengenmässig haben allerdings der altbewährte Schwarztee und die Früchtetees die Nase vorn.

Ob der Wirkung oder der Herkunft wegen: Wer trinkt seinen Tee auswärts?

Eine diesjährige Studie von Marketingleid überrascht: In den Teecafés treffen sich nicht ältere Damen zum Nachmittagstee, sondern vermehrt jüngere Gäste. Dabei sind Frauen doppelt so häufig anzutreffen wie Männer. Für Johanna Bartholdi vom Cafetier-Verband ist klar: «Zielgruppe sind die «Nicht-Kaffeetrinker», sie muss man als Wirt ansprechen.» Auf jeden Fall sollten

Cafés auf die Präsentation ihrer Tees Wert legen. Etwa die verschiedenen Teesorten, das Geschirr oder einen Samowar ausstellen.

### Eine «Literkanne» ist besser als ein «Zahnglas»

Apropos Geschirr: Ein Kännli, sogar ein Literkrug, anstelle des üblichen Modells «Zahnglas» wird von den Kunden geschätzt. Man verbrennt sich die Finger nicht, und die Gefahr eines mit Tee gefüllten Untertellers wird minimiert. Zudem ist das Preis-Leistungs-Verhältnis besser als bei einer einzelnen Tasse. So kostet im «Teedor» ein Liter Tee um zwölf Franken, eine Tasse ist ab Fr. 4.80 zu haben, und für eine Tasse nach landestypischer Sitte, bei der auch Spezialitäten wie Ricecracker dazugehören, zahlt man um sieben Franken. «Das Problem beim Kännli ist, dass das Kraut lose im Wasser schwimmt. Sitzt ein Gast eine halbe Stunde, ist die letzte Tasse ungeniessbar», sagt die Basler Teefachfrau Catherine Wüest-Rudin. Alternativen sind Modelle, bei denen der Gast das Teekraut selbst entfernt.

Teetrinker finden ein Café attraktiv, wenn es den Tee auch zum Kauf anbietet. So kann der Gast seine neue entdeckte Lieblingsmischung gleich nach Hause nehmen. Diese Möglichkeit perfektioniert hat das Café «Sonderbar» in Luzern (siehe Kasten).

Auch das Basler «Teedor» wartet seit drei Jahren mit einem umfassenden Gastronomie- und Präsentationskonzept auf: Der Gast kann sich beraten lassen, degustieren und natürlich Tee in unzähligen Sorten oder Teezubehör wie Geschirr und Gebäck kaufen. Dass drei verschiedene Zucker zur Auswahl stehen, weisser, brauner und Safranzucker, zeugt von der Liebe fürs Detail.

## Das Café Sonderbar in Luzern – Ein Konzept für drei Lokale

Eine enge Zusammenarbeit von Konditorei, Café und Teegeschäft bewährt sich. Seit zehn Jahren schenkt das Café Sonderbar an der Eisengasse 12 in Luzern Offentee aus und bietet ihn zum Verkauf an. Der Geschäftsinhaber Walter Stadelmann bedauert zwar, dass der Teehändler Mahesh Sharma vor rund einem Jahr aus den gemeinsamen Räumlichkeiten ausgezogen ist. Die beiden Geschäfte arbeiten aber auch heute eng zusammen. So liefert Sharma alle 25 im «Sonderbar» erhältlichen Teesorten, zum Teil sind die Mischungen von ihm selbst zusammengestellt. Die Preise für die Tees sind moderat: Eine Tasse kostet Fr. 3.80, die Liter-

kanne wird ab Fr. 9.80 serviert. In Beuteln à 100 oder 200 Gramm können alle Variationen im Lokal gekauft werden. Da das Café an die Bäckerei-Konditorei Merz angegliedert ist, fällt auch das Angebot an Brötchen und Süßigkeiten reichhaltig aus. «Wir beobachten, dass Bio- und Vollwertprodukte zum Tee beliebter sind als herkömmliche Patisserie», sagt Walter Stadelmann. Der Grund dafür könnte in der Zusammensetzung der Teekundschaft liegen: Vor allem Frauen jüngerer und mittleren Alters geniessen im «Sonderbar» Tee. Das Lokal ist in eine Cafébar und eine Tee-Ecke mit je 30 Plätzen unterteilt. In beiden Berei-

chen werden neben den Getränken auch Mittagsmenus und ein «Wochenhit» serviert. Der Tee macht im Winter rund einen Drittel, im Sommer nur ungefähr 15 Prozent des Getränkeumsatzes aus. Stadelmann betont, dass im «Sonderbar» auch die Kaffeekarte sehr umfassend sei. Die verschiedenen Sorten und Mischungen werden in dekorativen Teedosen aus Blech präsentiert. Zwanzig Mitarbeiter sind im Lokal, der Konditorei, in Produktion und Verkauf ange-stellt. «Das ganzheitliche Konzept hat sich in unserem Kleinbetrieb sehr bewährt», blickt Stadelmann zufrieden auf die zehnjährige Erfahrung zurück. AJ

Anzeige

anliker GSM: Amortisiert in nur sechs Monaten!

www.gaufrettes.ch  
Brunner AG, 8302-Kloten



Anja Krell

## «Der externe Blick ist wichtig»

■ Anja Krell, Sales- und Quality-Manager im «FerienArt», hat den ISO-Prozess betreut. Sie ist verantwortlich für die Umsetzung von Valais Excellence.

Christine Künzler

### ► Wo lagen die grössten Schwierigkeiten im ISO-Prozess?

Es war schwierig, in einem Betrieb, der sieben Tage in der Woche geöffnet hat, die Leute zu motivieren, sich Zeit für die Prozess-Beschriebe zu nehmen. Der Prozessbeginn war ein hartes Stück Arbeit. Auch heute noch ist diese Arbeit nicht ganz abgeschlossen: Es kommen immer wieder neue Dinge dazu. Auch die Komplexität einer Umweltanalyse war für mich ein Riesenkackpunkt. Ein so grosses Haus mit so vielen Nachhaltigkeitszertifikaten in das System zu verpacken, war nicht einfach. Ohne ausserstehenden Berater wäre das gar nicht möglich gewesen. Der externe Blick ist sehr wichtig, deshalb kommt der Berater regelmässig ins Haus.

### ► Wie viel Zeit haben Sie in die Prozesse investiert?

Ich habe mir gewisse Tage in der Woche freigehalten, an denen ich mich in Ruhe dem Valais-Excellence-System widmen konnte. Alles zusammengerechnet waren doch viele Überstunden dabei. Hinzurechnen muss man natürlich auch noch die Zeit der anderen Kadermitglieder, die die gesamten Beschriebe und Prozesse im Valais Excellence für ihre Abteilung definiert haben.

### ► Waren Sie nie versucht, alle Ordner in eine Ecke zu schmeissen?

Zwischendurch ja. In den ersten Monaten hat mir meine Vorgängerin geholfen. Doch als sie weg war, empfand ich die Belastung als sehr hoch. Auch habe ich am Anfang den Sinn von Valais Excellence nicht ganz verstanden. Zudem bin ich kein Freund von zu viel Standardisierung, denn da geht die Menschlichkeit verloren. Deshalb war ich am Anfang noch nicht ganz begeistert. Eine zeitlang glaubte ich, wir packten das nicht. Doch dann fanden wir heraus, wie wir was optimieren konnten.

### ► Jetzt ist der Betrieb ISO-zertifiziert. Was gibt es für Sie im Bereich Quality-Management noch zu tun?

Beim End-Audit schreibt der Zertifizierer auf, welche Abläufe man noch verbessern könnte. Er gibt Anregungen für Verbesserungsmöglichkeiten. Die setze ich jetzt um. Dann prüfe ich regelmässig, ob alle Stellenbeschriebe noch aktuell sind und führe interne Audits durch. Ich schaue in den einzelnen Abteilungen nach, ob die erforderlichen Ordner und Beschriebe vorhanden sind und kontrolliere, ob das Netzwerk im Computer genau so angelegt ist, wie es Valais Excellence vorschreibt. Das bedeutet, immer dranzubleiben. Es ist ein kontinuierlicher Arbeitsprozess. Doch es macht richtig Spass, mit diesem System zu arbeiten und die Fortschritte zu sehen.



■ Anja Krell. Als Qualitätsverantwortliche im Ferienart Resort & Spa in Saas Fee ist sie für Valais Excellence zuständig.

Saas Fee: Hotel Ferienart Resort &amp; Spa

# «ISO hilft uns, besser zu werden»

■ Das Saas Feer 5-Sterne-Hotel Ferienart Resort & Spa zeichnet sich unter anderem damit aus, dass sich Direktor Beat Anthamatten mit seinem Team stark in ökologischen Belangen engagiert. Nun hat er den Betrieb auch ISO- und damit Q III-zertifizieren lassen.

Christine Künzler

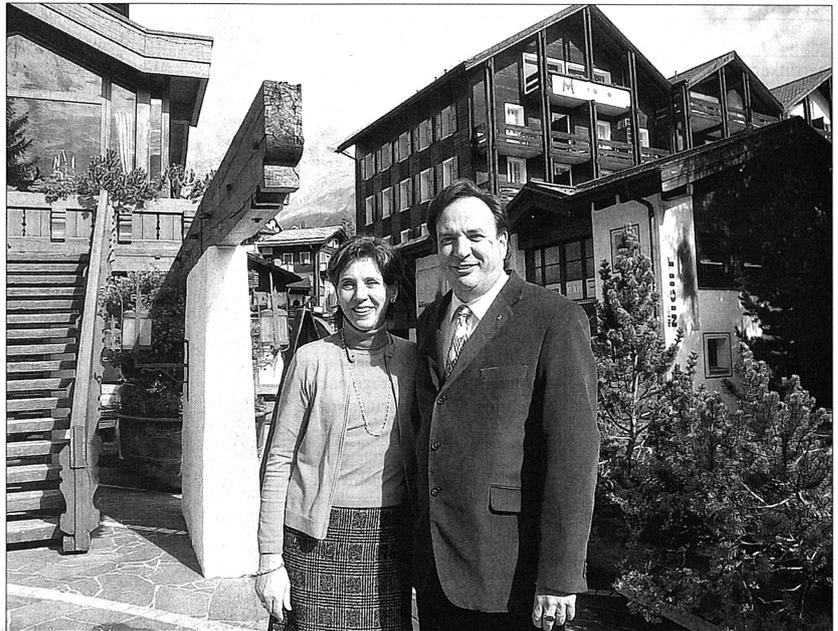
«Will man international mitreden, so braucht man ISO», sagt «Ferienart»-Direktor Beat Anthamatten. «ISO hilft uns, besser zu werden.» Dieser Ansicht war der Saas-Feer Hoteller allerdings früher nicht. Er befürchtete nämlich, dass sich das strukturierte Vorgehen, das die ISO-Zertifizierung beinhaltet, mit seiner kreativen Persönlichkeit nicht vereinen liesse oder ihn in seinen Ideen zu sehr einschränke. Nun habe er aber festgestellt, dass gerade diese strukturelle Vorgehensweise Raum für mehr Kreativität schaffe. «Je besser die Abläufe geregelt sind, desto mehr Energie hat man frei», so sein Fazit. Er verschweigt aber nicht, dass er während des ISO-Prozesses ab und an die Ordner am liebsten in eine Ecke geschmissen hätte.

Grundsätzlich würden dank ISO in den verschiedenen Abteilungen und Bereichen nun mehr Ziele gesetzt. Dadurch werde der ganze Betrieb dynamischer. «Wir messen heute auch mehr», beschreibt Anthamatten eine weitere Auswirkung, die ISO dem Betrieb gebracht hat. «Zum Beispiel die Kundenzufriedenheit. Wir machen nun permanente Gästebefragungen.» Reklamationen beispielsweise liessen sich jetzt besser hinterfragen. «Mit ISO können wir Prozesse sicherstellen, auch dann, wenn der Chef einmal nicht im Hause ist.» Und dadurch liessen sich die hohen Erwartungen der Gäste besser erfüllen.

### «Ich kann mir als Chef weniger erlauben»

«Das System macht alle verbindlicher – gegen oben und gegen unten. Ich kann mir als Chef also weniger erlauben.» Dafür unterstütze ihn ISO bei der Motivation seiner Mitarbeitenden: «Wenn sie die Abläufe kennen, ist es einfacher, sie zu motivieren.» ISO, fasst er zusammen, «schafft die Grundvoraussetzung, dass der Fussballplatz bereit ist». Anthamatten unterscheidet jedoch zwischen Arbeitsprozess und Engagement: «Das Engagement spielt sich auf einem anderen Level ab. Das heisst, ein Hotel das ISO-zertifiziert ist, muss nicht zwingend ein Hotel mit Herz sein – und umgekehrt.» Er bringt auf den Punkt: «ISO betrifft die linke Hirnhälfte, das Menschliche die rechte.»

Rund eineinhalb Jahre hat der ISO-Prozess im «Ferienart» gedauert. Erar-



■ Chantal und Beat Anthamatten. Sie führen ihr Hotel unkonventionell und haben damit Erfolg. Ihr überdurchschnittliches Engagement für die Umwelt trägt dazu bei.

Fotos: Christine Künzler

beitet hat das Team die ISO-Norm 9001:2000 und 14001:2004 mittels des Valais-Excellence-Programms (vgl. Box) und mit der Unterstützung eines externen Beraters. Damit hat der Betrieb auch die Voraussetzungen für das Q III erfüllt und das Qualitätslabel erhalten. ISO 14001:2004 bezieht zusätzlich das Umweltmanagement mit ein. Obwohl sich Anthamatten in Sachen Ökologie vorbildlich engagiert – in seinem Hotel gibt es beispielsweise ein Ökoteam (siehe Box) – sei die Erarbeitung der ISO-Norm 14001:2004 doch sehr aufwändig gewesen. «Es muss beispielsweise im Betrieb ein Umwelteleitbild geben und ISO schreibt vor, Verbesserungsziele in Umweltschutz und Nachhaltigkeit zu definieren.» Doch: «Ökologie heisst auch Ökonomie», ist Anthamatten überzeugt.

### «Ein Riesensprung in Sachen Qualität»

Zurücklehnen und auf den Loobernen ausruhen kann man sich aber auch mit einem ISO-Zertifikat nicht. «Man muss immer dranbleiben und die Abteilungsleiter immer wieder anknicken», sagt Anthamatten. Dafür sorgt die Qualitätsverantwortliche Anja Krell (vgl. Interview). Der ausserstehende Berater, den Anthamatten zur Erarbeitung des ISO-Zertifikats beigezogen hat, kommt re-

gelmässig ins Hotel, damit auch der externe Blick gewährleistet ist. Sowohl Beat Anthamatten als auch Anja Krell sind sich einig, dass dem Team dank ISO «ein Riesensprung in «Sachen Qualität gelungen ist».

«Das Hotel hat eine grosse Entwicklung gemacht dank Valais Excellence», bestätigt Barbara Meile, Chef de Réception. Sie hatte im «Ferienart» bereits die Lehre absolviert – sie kennt also den Betrieb gut. «Die Arbeitsabläufe sind jetzt alle beschrieben, was mir bei der Einarbeitung neuer Mitarbeitenden sehr dient. Zudem wissen alle genau, wovon man spricht, die Leitplan-

ken sind gesetzt.» Barbara Meile bringt auch Erfahrungen aus einem anderen 5-Sterne-Hotel aus dem Tessin mit. «Dort wurde darauf Wert gelegt, mit den Gästen nicht allzu nahen Kontakt zu haben.» Dass das im «Ferienart» gerade anders ist, schätze sie sehr. Auch Rodan Vujic, der seit 16 Jahren als Portier im «Ferienart» tätig ist und die Abläufe damit gut kennt, sieht in ISO Vorteile: «Jetzt sind die Abläufe festgehalten. Das ist besser so», sagt er. Das bringe eine Zeitersparnis und damit eine Erleichterung, denn «der Plan hält genau fest, was um welche Zeit gemacht werden muss.»

## Das Management-System Valais Excellence

■ Valais Excellence ist ein Management-System, das KMUs ermöglicht, in ihren Betrieben ein nachhaltiges Management einzuführen, basierend auf den internationalen Normen ISO 9001 und 14001. Wer sich für dieses Qualitätsprogramm entscheidet, schliesst einen Leistungsvertrag mit Wallis Tourismus ab und verfügt dann über ein brancheneigenes System-Management auf dem Internet, das den Besonderheiten des Unternehmens angepasst werden kann. Valais Excellence funktioniert mit Internet-Technologie und benötigt keine

spezielle Software. Die Instrumente, die zusammen mit der Branchenlösung angeboten werden, sind eine Hilfe zur Einführung eines integrierten System-Managements beim Leistungsträger. Die Verantwortlichen können jederzeit auf eine brancheneigene Systemversion zurückgreifen. Die Standardlösungen decken jedoch einen Grossteil der Unternehmensprozesse ab, unabhängig vom Tätigkeitsgebiet. Das Projekt wird auf weitere Branchen ausgeweitet. CK

www.valais-excellence.ch

## Das überdurchschnittliche Ökologie-Engagement

■ Im «Ferienart» wird bezüglich Ökologie überdurchschnittlich viel getan. So wurde das Haus als erstes Miniregion-Hotel der Schweiz sowie mit vier «Steinböcken» ausgezeichnet. Zudem erhielt das «Ferienart» den Hotelplan-Umwelt-Award 2004/05. «Es ist eine Gratwanderung, wie weit man gehen kann, dass der Gast es noch akzeptiert», umschreibt Anja Krell das konkrete Umweltengagement im «Ferienart». Da ist zum Beispiel die freundliche Aufforderung an den Gast, selber zu bestimmen, wann die Bettwäsche gewechselt werden soll. Oder es sind die Trennung des Kehrichts und der optimale Einsatz der Ressourcen. Ein kleiner Kleber am Computer beispielsweise erinnert daran, dass er bei Nichtgebrauch ausgeschaltet werden soll. Der Hinweis

beim Fotokopierer besagt, wie viele eine farbige Fotokopie kostet. «Es sind die kleinen Dinge, die ein Resultat ergeben», fasst Anja Krell zusammen. «Wir sind aber nicht missionarisch», stellt sie klar. Im «Ferienart» delegiert jede Abteilung einen – freiwilligen – Ökochef ins Ökoteam ab. Aus der Küche ist es Jost Künzler, der 3.-Lehrjahr-Koch. Er macht im Öko-Team mit, weil ihm wichtig sei, wie die Welt in 50 Jahren aussehe, sagt er. Er hat vorgeschlagen, die alten elektrischen Herde durch Induktionsherde zu ersetzen, «weil sie schneller sind und weniger Strom brauchen.» Dafür muss er Unterlagen und eine Offerte besorgen und sie dem Chef vorlegen. Ob sein Verbesserungsvorschlag dann auch umgesetzt wird, ist offen. CK

## Der «Hüttenwart» Beat Anthamatten verlangt viel

■ «Nicht weil die Dinge schwierig sind, warm und einladend. Rund um das prasselnde Kaminfeuer in der Lobby lässt sich der Alltag schnell vergessen. Ausen und innen ist der Tirol-Look im Walliser Hotel unübersehbar. Gebaut hat das Haus denn auch ein österreichischer Architekt. Auch die Berufskleidung der Mitarbeitenden stammt aus Österreich. «Schweizer Trachten wären nicht in einem gesunden Kosten-Nutzen-Bereich», hält Anthamatten fest. Zudem sei es ihm wichtig, Farbe in sein Haus bringen zu können. Das lässt sich offenbar auf österreichische Art besser. Er verschweigt aber nicht, dass sein Entscheid letztlich auch eine Frage des Preises gewesen sei. «Und schliesslich muss der Köder dem Fisch schmecken», sagt er. Und die Rückmeldung seitens der Gäste seien positiv, versichert er. CK

Das Hotel selber wirkt durch das Holz und die vielen liebevollen Details

Martin Hellrich

## «Es gibt durchaus noch ein grosses Potenzial»

Das Casino Admiral von Mendrisio ist in Bezug auf den Jahresbruttospielertrag mit mehr als 100 Mio. Franken inzwischen Marktleader in der Schweiz. Martin Hellrich, Sprecher des Casinos, ist überzeugt, dass die Grenzen des Wachstums nicht erreicht sind.

Gerhard Lob

Statistisch haben A-Casinos in der Schweiz den grössten Umsatz. Doch inzwischen liegt Mendrisio als B-Casino an der Spitze. Wie erklären Sie sich das?

Das Casino von Mendrisio hat ein enormes Einzugsgebiet, vor allem im benachbarten Italien. 80 bis 85 Prozent unserer Gäste kommen aus Italien. Die Lombardei zählt allein 12 Millionen Einwohner. Für diesen Markt liegt Mendrisio am nächsten, nur fünf Minuten von der Grenze und gleich an der Autobahn. Und hier gibt es 1200 Parkplätze.

In Campione d'Italia wird bald eine neue, die grösste Spielbank Europas eröffnet werden. Wie wird sich dies auf Mendrisio auswirken?

Es wird kaum Auswirkungen haben, weil es sich um zwei sehr unterschiedliche Typen von Spielbanken handelt. Das Casino von Campione ist ein alteingesessenes, klassisches Casino. Es gibt Kleidungsvorschriften und bestimmte Spielerevorschriften und French Roulette. Es zieht eine entsprechende Zielgruppe an. Das Casino Admiral von Mendrisio hat eine andere Philosophie – eine Art amerikanisches Modell. Das heisst: Es ist ein «offenes Casino» für jedermann, eher leger und ohne Kleiderordnung.

### «DIE UMSATZZAHLEN STEIGEN NACH WIE VOR IN JEDEM CASINO.»

In keiner Gegend der Schweiz ist die Konzentration von Spielbanken so hoch wie im Tessin. Lugano (mit A-Konzession) sowie Locarno und Mendrisio (mit B-Konzession), dazu Campione d'Italia. Kann das lange gut gehen?

Das kann sehr lange gut gehen. Denn wir befinden uns immer noch in einem Entwicklungsmarkt. Die Umsatzzahlen steigen ja nach wie vor für jedes Casino. Sehen Sie: Wir haben 600'000 Eintritte im Jahr. Das ist zwar Schweizer Spitze, aber in Bezug auf das oben genannte Einzugsgebiet von 12 Millionen Personen gibt es durchaus noch Potenzial.

Fürchten Sie das vom Grossen Rat beschlossene Rauchverbot in öffentlichen Lokalen?

Noch ist dieses Rauchverbot ja nicht definitiv. Es läuft ein Referendum. Ausserdem appellieren wir bereits in unseren Räumen für Rauchverzicht. Einen Wettbewerbsnachteil gegenüber Italien sehe ich nicht, da in unserem südlichen Nachbarland das Rauchverbot in Bars schon Tatsache ist. Für unsere Spielbank wird abzuklären sein, ob ein allfälliges Rauchverbot nur an den Bars und in unserem Restaurant gilt, oder auch in den Spielräumen.

Wissen Sie, ob Ihre Gäste auch das benachbarte Einkaufszentrum Foxtown besuchen?

Es gibt eine interessante Überschneidung in Bezug auf die Gäste. Es ist ein bisschen wie in Las Vegas, wo jedes Casino eine eigene Shopping-Mall hat. Foxtown ist ein elegantes Einkaufszentrum mit wichtigen Mode-Markennamen der Welt. Diese Nähe ist ein riesiger Standortvorteil für uns.

Casinos

# Zufrieden rollt die Kugel

Das Spielbankengeschäft in der Schweiz boomt. In keinem Landesteil gibt es mehr Spielmöglichkeiten als im Tessin – ein Eldorado für Zocker.

Gerhard Lob

Die Spielbank in Lugano steht zurzeit vor allem wegen unrühmlicher Angelegenheiten in den Schlagzeilen: Probleme im Management, Entlassung des Marketing-Direktors, Rücktritt des Verwaltungsratspräsidenten. Fast vergessen geht dabei, dass das Casino Lugano seit seiner pompösen Eröffnung vor drei Jahren, am 29. November 2002, und nach anfänglichen Startschwierigkeiten inzwischen einen rasanten Aufschwung genommen hat.

In Bezug auf den Bruttospielertrag steht es mit 80 Millionen Franken (2004) unter den 19 konzessionierten Schweizer Spielbanken an vierter Stelle, nach den Spitzenreitern Baden (100 Millionen), Mendrisio (99 Millionen) und Basel (81 Millionen). Insgesamt wurden im Jahr 2004 in der Schweiz knapp 770 Millionen Franken verzockt. Die Zahl entspricht dem Saldo der Spieleinsätze und den ausbezahlten Gewinnen. Für das laufende Jahr rechnet Adriano Censi, Präsident des Schweizer Casinoverbandes, landesweit mit einer Zunahme des Bruttospielertrags um 5 Prozent auf 800 Millionen Franken.

### Von der Spielfreude der Italiener profitieren

Indes hat sich an der Spitze der ertragreichsten Spielbanken im Land ein Wechsel vollzogen. Das Casino Admiral von Mendrisio, obwohl nur mit einer B-Lizenz ausgestattet und daher im Angebot auf 150 Spielautomaten limitiert, ist an Baden vorbeigezogen und hat sich an die Spitze der Rangliste gesetzt. Im ersten Halbjahr kam die Spielbank im Südtesin auf 59 Millionen Franken Umsatz, allein im Monat April waren es 11,1 Millionen. Damit mauserte sich das Haus zum ertragreichsten der Schweiz, vor allem dank seiner Nähe zu Italien (siehe Interview).

Auch das Casino Lugano konnte mit 56 Millionen Franken ein sensationelles Halbjahresergebnis vorlegen. Dabei profitierten die Tessiner Häuser von der Spielfreude der Italiener, die im eigenen Land nur wenige Spielstätten vorfinden. Zudem sind viele italienische Kunden durch das in ihrem Land Anfang Jahr in Kraft getretene Rauchverbot in öffentlichen Räumen vergrault worden. Im Tessin darf in Lokalen (noch) geraucht werden.



■ Spieler-Eldorado. Zusammen erwirtschaften die drei Casinos im Tessin – Lugano, Mendrisio und Locarno – 210 Millionen Franken oder 27 Prozent des landesweiten Spielbankenertrags.

Foto: zvg

### Auch für den Tourismus fällt etwas ab

Während Spielcasinos in Tourismusgemeinden wie Arosa und Zermatt wegen Unrentabilität schliessen mussten oder erst gar nicht öffneten (Engelberg), entpuppt sich der Ferienkanton Tessin als echtes Spieler-Eldorado. Neben Lugano und Mendrisio lockt am Lago Maggiore noch das Casino Locarno – mit B-Lizenz und 30 Mio. Franken Jahresumsatz der Benjamin im Tessiner Angebot. Zusammen erwirtschaften die drei Casinos im Tessin 210 Millionen Franken oder 27 Prozent des landesweiten Spielbankenertrags. Diese Wirtschaftskraft hat auch für den Tourismus positive Folgen. Ein Teil des Gewinns der Spielbanken fliesst direkt an Ticino Turismo. Im letzten Jahr waren dies 1,2 Millionen Franken.

### Eine Region im Zeichen von Spiel und Unterhaltung

Wie in Mendrisio ist man auch in Campione der Ansicht, dass die sehr hohe Spielbankendichte in der Region keinen Nachteil, sondern einen Vorteil darstellt. Matteo Seroldi, Verwaltungsratspräsident der Spielbank Campione, sieht jedenfalls die Möglichkeit von Synergien, wie er vor kurzem gegenüber der NZZ erklärte. Die ganze Region stehe nun im Zeichen der Unterhaltung und des Spiels. Gleichwohl scheint die Konkurrenzsituation zu wirken. Seit August erhebt das Casino von Campione jedenfalls keinen Eintritt mehr und hat sich damit der Situation in den Tessiner Spielbanken angeglichen.

### Top Ten CH-Casinos (A/B)

BSE (Bruttospielertrag) in Mio. Franken (2004)

1. Baden (A)	100,140
2. Mendrisio (B)	99,074
3. Basel (A)	81,304
4. Lugano (A)	80,639
5. Montreux (A)	76,439
6. Meyrin (B)	52,743
7. Bern (A)	49,219
8. Luzern (A)	40,746
9. St. Gallen (A)	37,803
10. Pfäffikon (B)	31,912

### Eine Spielhöhle wächst in den Himmel

Wie ein gigantisches Raumschiff erhebt sich das neue Spielcasino über dem Dorf Campione d'Italia. In der italienischen Enklave vis-à-vis von Lugano entsteht seit 1999 ein Eldorado für Spieler auf zehn Etagen, das in himmlische Dimensionen vorzustossen scheint. Verantwortlich zeichnet der Tessiner Stararchitekt Mario Botta.

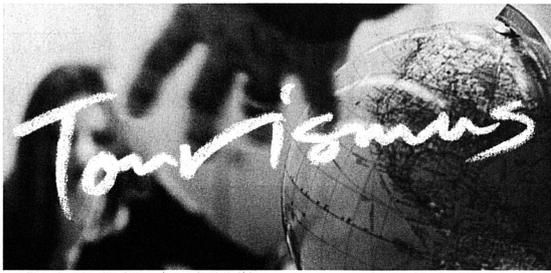
Dass die winzige Gemeinde mit ihren 2300 Einwohnern auf 2,6 Quadratkilometern von dem Neubau förmlich erdrückt wird, scheint offenbar keine Rolle zu spielen. Nicht nur das Gebäude ist gigantisch, sondern auch das Investitionsvolumen von 140 Millionen Franken. Die Eröffnung ist für April 2006 vorgesehen. Im Kampf um Kunden will sich Campione als «Grösste Spielbank Europas» positionieren. Im siebten Stock wird ein Restaurant mit Panoramablick auf den Golf von Lugano Platz finden, im neunten Stock ein riesiger Fest- und Konzertsaal. GL

Anzeige

# indoornet

## Das intelligente und schnelle Internet für den Hotelgast

www.indoornet.ch • 055-211 82 72



**HOTEL-HANDELSCHULE HOTELIERIESUISSE.** Kaufmännische Erst- oder Zweitausbildung für Jugendliche und Erwachsene, die sich speziell für die Hotelbranche interessieren. Von hotelleriesuisse anerkannte, praxisorientierte Ausbildung, die bis zum eidgenössischen Fähigkeitszeugnis Kauffrau/Kaufmann B-/E-Profil führt. Mit international anerkannten Sprachdiplomen. Lassen Sie sich beraten. **Studienbeginn: 13. Februar 2006.** Institut Minerva, Scheuchzerstr. 2, 8006 Zürich  
Telefon 044 368 40 20, info@minervazuerich.ch

www.institutminerva.ch

EDUQUA

**MINERVA**<sup>®</sup>  
Ein Institut der Kalaidas Bildungsgruppe Schweiz

### Sprachaufenthalte

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

### Italienisch in Florenz

Spezialangebot:

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

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

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

153472/990239

SOUTHBOURNE SCHOOL OF  
**ENGLISH**  
BOURNEMOUTH ENGLAND

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

### Band aus Deutschland

kleine oder grosse Bestellung,  
professionell, sehr vielseitig,  
beste Referenzen,  
umständehalber Silvester frei.

Telefon 0049 7668 7347

169763/432090

**quasi 1**

RESTAURANTS

Das Restaurant Quasi 1 schliesst per 31. Dezember 2005 seine Pforten,  
um Platz für den Einzug von H&M im AlbuVile zu schaffen.

Daher führen wir im Januar 2006 eine

## Total-Liquidation

der gesamten Einrichtung (Induktionsherd, Arbeitskorpus, Kühlmöbel, Tische, Stühle,  
Kaffeemaschine, Steamer, etc.)  
und des Kleininventars (Geschirr, Besteck, Gläser, Tischwäsche, Dekomaterial, etc.) durch.

Die gesamten Betriebsmittel sind neuwertig, da das Restaurant erst im Jahre 2002  
eröffnet wurde. Der sehr gute Zustand der Einrichtungen eignet sich für eine komplette  
Übernahme, um an einem anderen Ort ein neues Restaurant entstehen zu lassen.

Eine Auflistung der Betriebsmittel und Einrichtung sowie einen Grundrissplan  
finden Sie auf unserer Homepage [www.quasi1.ch](http://www.quasi1.ch)

Interessenten können sich per Mail [gastro@albuville.ch](mailto:gastro@albuville.ch) mit uns in Verbindung setzen.

Restaurant Quasi1  
Neue Jonastrasse 35  
8640 Rapperswil

168732/430778

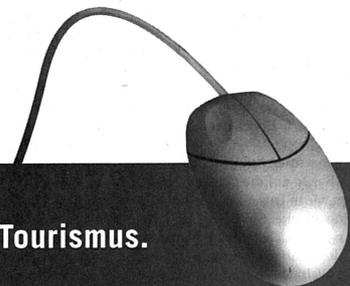
**Inserieren.  
Erreichen.  
Bewirken.**

**Mehr Wert für Ihre  
Kommunikation.**

Der Verband SCHWEIZER PRESSE verleiht das Gütesiegel «Q-Publikation»  
an Titel der Fach- und Spezialpresse, die klar vorgegebene inhaltliche und mediatechnische Qualitätsstandards einhalten.

**Q**  
**Publikation**  
**FOKUSSIERT  
KOMPETENT  
TRANSPARENT**

**Starkköchin,** will eigene  
Brötchen backen, bietet Tellerwäscher Job  
mit Aufstiegsmöglichkeiten. [jobs.htr.ch](http://jobs.htr.ch)



**htr**

Vom Tellerwäscher zum Millionär mit dem neuen  
Online-Stellenmarkt für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.  
[www.jobs.htr.ch](http://www.jobs.htr.ch)

Gastgewerbe

## Für Gäste unbedenklich

■ Schon Dutzende von Hotels liessen bei Renovationen zu hohen Mehrkosten asbesthaltige Baustoffe gleich mit entfernen. Doch auch wenn die Asbest-Platten im Boden bleiben, besteht weder für das Personal noch für die Gäste Grund zur Panik.

Annett Altvater

In Hotels sollen die Gäste sich wohl fühlen, entspannen und ruhig schlafen. Dies dürfte leichter fallen, wenn sie sicher sind, nicht unter einer mit Asbest verstärkten Decke zu schlummern. Doch der Stoff wurde bis in die 1980er-Jahre hinein verbaut. In Deutschland lag allein der Marktanteil asbesthaltiger Bodenbeläge in den Siebzigern bei 20 Prozent. Demnach dürfte es private Bauherren wie Hoteliers bei Umbauten kaum überraschen, wenn das Ergebnis der Asbest-Messung positiv ist.

### Grosser Mehraufwand zur üblichen Renovation

Vor 20 Jahren etwa war man im Seminarhotel Spigarten in Zürich mit dem Umbau des grossen Saals beschäftigt, als die Bauleute Asbest ausfindig machten: Als das Gebäude vor 50 Jahren gebaut wurde, hatte man für die Decke asbesthaltige Baustoffe verwendet. «Zusätzlich zur Renovation kostete die Asbest-Sanierung 40 000 Franken», erinnert sich Hoteldirektor Leo Demarmels. Vor einiger Zeit sei wieder der Verdacht auf Asbest-Überbleibsel in anderen Hotelbereichen aufgekommen. «Unsere Befürchtung waren aber glücklicherweise unbegründet», sagt Demarmels.

Eine Asbest-Sanierung hat auch Ernst Leander hinter sich, der in St. Gallen das 3-Sterne-Haus Ekkehard führt. Das Hotel gehört zu 80 Prozent Leander, den Rest besitzt die Stadt. 1997 wurde bei einer Renovation des städtischen Eigentums eine Asbest-Messung mit positivem Ergebnis durchgeführt, womit eine Asbest-Sanierung der öffentlichen Räume erforderlich wurde. Der giftige Baustoff war bei einem Umbau um 1960 verwendet worden. «Wir haben dann eine Teilsanierung in unseren Zimmern durchgeführt», sagt Leander. Dies obwohl zu der Zeit noch keine strengen Reglementierungen eine Asbest-Sanierung vorschrieben.

### Messung zur Abklärung kostet relativ wenig

Den Anstoss zum Ausbau der asbesthaltigen Materialien habe jedoch klar die öffentliche Hand gegeben, dann sei die Sache automatisch weitergelaufen. Dass nach wie vor viele Hotels mit Asbest belastet sein können, schliesst Leander nicht aus: «Jeder, dessen Haus in den fraglichen Jahren gebaut oder renoviert wurde, sollte es auf Asbest prüfen lassen. Schliesslich ist die Asbestgeschichte nicht ganz ungefährlich.» Doch in Panik zu verfallen ist unnötig: «Für Gäste besteht keine Gefahr, wenn korrekt saniert wird», beruhigt Beat Schuler. Seine Spezialfirma Abson AG in Rüscherschen/ZH hat Erfahrung mit der Asbest-Sanierung von Gastrobetrieben.

«Auch während der Sanierung sind Gäste ausserhalb des zu renovierenden Raums nicht gefährdet.» Riskant wirds erst, wenn Mauern, Decken und Bodenplatten bis in tiefere Schichten zerstört sind oder auf eigene Faust saniert wird. Dabei lassen sich solche folgenreichen Aktionen vermeiden, indem eine umfassende Analyse des Hauses veranlasst oder bei Verdacht auf den giftigen Stoff eine Laboranalyse angefordert wird. Für 160 Franken liefert die EMPA in Dübendorf innert ein bis zwei Wochen ein Messergebnis; andere legen für einen Preis von 290 Franken schon am nächsten Tag ein Resultat vor.

Asbest-Sanierung

# Baustoff sorgt für Langzeitkosten

■ Seit 15 Jahren ist Asbest hierzulande verboten, doch das eigentliche Problem steht erst an. Denn Asbest findet sich in fast allen Hotels und Restaurants. Praktisch bei jedem Umbau droht die Gefahr, auf den ungeliebten Baustoff zu stossen.

Pieter Poldervaart

Asbest ist säurebeständig, wärmeisolierend, schlecht brennbar und zugfest als ein Stahlseil: der Traumbaustoff der Architekten. Doch vor ein paar Jahrzehnten wurde klar, dass sich der Traum zum Alptraum wandelt und der bekannteste Markenname von Asbest-Produkten, Eternit («aeternis» steht für lateinisch «ewig»), wie Hohn wirkt: Es ist zu erwarten, dass die Asbest-Problematik die Baubranche noch für lange Zeit beschäftigen wird – mit dramatischen finanziellen Folgen.

Denn der Trumpf der mineralischen Faser, ihre Beständigkeit, wird zum Bumerang, wenn sie in der Luft frei herumfliehet und eingeatmet wird. Brustfell- und Bauchfellkrebs, Lungenkrebs sowie die Lungenkrankheit Asbestose sind die möglichen Folgen. Seit 1939 in der Schweiz der erste Asbest-Berufsranke registriert wurde, musste die Suva 370 Mio. Franken an Heilungskosten, Renten und Taggeldern aufwerfen. Am meisten gefürchtet ist der Brustfellkrebs. Davon werden hierzulande jährlich 100 bis 110 Fälle gezählt, 80 Prozent davon werden schätzungsweise von Asbest ausgelöst, hiess es an einem Medienseminar vom November. Eingeladen hatten die Suva und die Bundesämter für Gesundheit (BAG) sowie für Umwelt, Wald und Landschaft (Buwal), die damit eine Informationskampagne lancierten und die neue Homepage [www.forum-asbest.ch](http://www.forum-asbest.ch) vorstellten.

### Schärfere Sanierungs-Vorgaben

Denn die lange Latenzzeit von 15 bis 30 Jahren bringt es mit sich, dass die Krankheiten erst mit grosser Verzögerung registriert werden. Weil insbesondere viele Italiener in der Schweizer Bauindustrie arbeiteten, hat die Suva direkten Kontakt zu ihrem Pendant in Rom aufgenommen, um Krankheitsfälle zu registrieren und Leistungen auch an die früheren Gastarbeiter auszahlten. Leer gehen dagegen erkrankte Fabrikarbeiter aus: Entsprechende Fälle verjähren nach zehn Jahren, was Schadenersatzklagen ins Leere laufen lässt.

Unternehmen, die asbesthaltige Bauteile sanieren und auf der Liste empfohlener Experten erscheinen wollen, brauchen eine entsprechende Prüfung der Suva. Wie der Suva-Experte Sergio Bonomo erklärte, müssen entsprechende Firmen über die Ausrüstung für die Arbeit bei Unterdruck, Know-how und Erfahrung verfügen, bevor sie auf die Liste kommen. Sanierungen in Gewerbe, Hotellerie oder Industrie werden von der Suva abgenommen.

### Vorsicht beim selbst Handanlegen

■ Fassadenverkleidungen, Wellendächer von Veloständern und Abwasserrohre sind Asbest-Anwendungen, die jeder Heimwerker kennt. Bauteile oder einzelne Asbest-Produkte wie Platten oder Blumenkisten können in die Gemeindefassaden gebracht werden. Doch Asbest kann sich fast überall verstecken, wie Häuser-Sanierungen zeigen, denen eine minutiöse Asbest-Untersuchung vorangegangen war. Beim Aufbrechen von Wänden oder Böden ist somit Vorsicht am Platz. Bei folgenden Orten gilt Asbest-Verdacht:



■ Teure Altlast. Praktisch alle Hotels mit Baujahr 1991 oder früher enthalten Asbest-Material – ein Risiko besteht aber erst beim Umbau.

Foto: Suva

men, solche in Privathäusern stichprobenmässig geprüft. Seit Anfang Jahr wurden die Anforderungen an die Sanierer erhöht: «Um zu verhindern, dass der Arbeiter bei einem defekten Filter die hoch belastete Luft einatmet, ist für die Gesichtsmasken eine Frischluftzufuhr von aussen Pflicht», so Bonomo. Als zweite Verbesserung der Arbeitssicherheit wird der Asbest am Vortag mit einer Flüssigkeit befeuchtet, um die Menge frei fliegender Fasern zu reduzieren. Der entfernte Asbest kommt in inländische Inertstoff-Deponien, wobei frei schwebende Fasern in doppelten Plastiksäcken verpackt und in einem Kataster registriert werden, um die Nachwelt auf die verborgene Gefährdung aufmerksam zu machen.

### Erst Renovation bringt Gefährdung

Immer wieder macht das so genannte «Asbest-Register» Schlagzeilen, das die belasteten Liegenschaften nennt. Für einen Gastro-Betrieb wäre es PR-mässig schlecht, darauf zu stehen. Dies umso mehr, als es sich dabei um eine Liste handelt, die das Buwal 1985 erstellte, wobei es sich auf die Angaben der damals tätigen Sanierungsfirmen abstützte. Doch zum einen erhielt es nicht von allen Branchenteilnehmern die nötigen Angaben. Zum zweiten

handelt es sich um Objekte, die im Prinzip saniert sind. Und schliesslich beschränkt sich die Liste auf Gebäude mit Spritzasbest. «Wollte man ein vollständiges Kataster mit Asbest-belasteten Liegenschaften machen, so wäre praktisch jedes Gebäude aus den Jahren vor 1991 darauf, also auch fast alle Hotels», illustrierte Roger Waeber die Herkules-Arbeit. Laut Zahlen der Wirtschaft käme ein solches Kataster auf 7,3 Mia. Franken zu stehen, die Sanierung aller Gebäude auf 20 bis 30 Mia. Franken. Der Leiter der BAG-Fachstelle Wohngifte warnte aber vor einem überstürzten Handeln: Wenn man keinen Umbau plane, schaden die Fasern nichts. Erst wenn Hand angelegt wird, besteht eine potenzielle Gefährdung.

### Suva will an Ermittlungspflicht festhalten

«Für den Arbeitnehmerschutz wäre es wichtig, zumindest eine Pflicht zur Asbest-Ermittlung vor Umbauten zu erlassen», so Martin Gschwind, Leiter des Forums Asbest. Selbst der Bundesrat hatte eine solche Unterstützung, sie scheiterte aber im Ständerat, weshalb heute eine Grauzone herrscht: Einzelne Kantone täten diesbezüglich nichts, war am Medienseminar zu vernehmen, andere wie die Stadt Zürich schreiben in der Umbaubewilligung eine solche Vorsorgemassnahme ausdrücklich vor. Trotz der Niederlage im ersten Anlauf hält die Suva jedoch am Ziel der Ermittlungspflicht fest, macht Gschwind deutlich: «Möglich, dass ein neuer politischer Vorstoss diese Forderung stellt, oder der Bundesrat wird von sich aus aktiv.»

Von einer Analyse und der darauf folgenden sorgfältigen Sanierung betroffenen sind weniger die auf den ersten Blick erkennbaren Anwendungen wie Platten, sondern die so genannt schwach gebundenen Fasern (vgl. Box). Denn wird daran gearbeitet, lösen sich die Faserbündel auf, die einzelnen Partikel entweichen einfach in die Atemluft. Zwar sei eine dauerhafte Belastung mit leicht überhöhten Werten schlimmer als eine einmalige und sehr hohe

Belastung, wenn man etwa einen Bodenbelag selbst demontiert. «Doch eine Belastungsschwelle, unter der Entwarnung gegeben werden kann, existiert nicht.»

### Weltweit nimmt Asbest-Menge zu

Zwar haben 40 Länder den Stoff für Neuanwendungen verboten. Trotzdem werden als Nachwirkung europaweit in den nächsten 30 Jahren 500 000 Asbesttote erwartet. Weltweit boomt Asbest sogar. Allen voran Russland und China bauen das Mineral unbeeindruckt weiter ab, jährlich über zwei Millionen Tonnen, und wenden es in grossem Stil an. Wer die Erfahrungen in Europa kennt, kann sich ausmalen, was die Folgen für die weit weniger seriös vorgehenden asiatischen Handwerker und später die Abbruchunternehmer sein werden. Vertreter des BAG forderten deshalb, sich für ein weltweites Verbot der gefährlichen Faser einzusetzen.

[www.forum-asbest.ch](http://www.forum-asbest.ch)

### Mehr Informationen zur Prävention

■ Die BAG-Broschüre «Asbest im Haus» enthält zahlreiche Illustrationen der problematischen Bauteile, die Adressen von kantonalen Fachstellen und Hinweise zum korrekten Umgang mit Asbest. Sie wurde neu aufgelegt und ist unter der Bestellnummer 311.380d kostenlos erhältlich beim BBL, Verkauf Bundespublikationen, 3003 Bern, [www.bbl.admin.ch/bundespublikationen](http://www.bbl.admin.ch/bundespublikationen). Die zweite Publikation «Asbest erkennen – richtig handeln» ist kleinformatig und laminiert und kann deshalb gut auf den Bau mitgenommen werden. Eine Checkliste erlaubt eine sofortige Beurteilung, wie gefährlich es ist, an einer Asbestanwendung zu hantieren. Bezug (Bestellnummer 84024.d): Suva, Fax 041 419 59 17

PLD

Ratgeber

Infos für den  
Berufsnachwuchs

► **Frage:** Unser Sohn hat eine Berufswahlmesse besucht, er interessiert sich für den Beruf des Kochs. Leider hat er den Informationsanlass verpasst, und nun möchten wir wissen, wo die nächste Veranstaltung stattfindet, an welcher ich mit ihm teilnehmen kann.

H. M. aus B.

■ Andy R. Gilgen  
Leiter Nachwuchs-  
marketing  
hotellerieuisse



► **Antwort:** Auf der Website [www.berufe-gastgewerbe.ch](http://www.berufe-gastgewerbe.ch) finden Sie unter «Aktuell» eine Agenda mit allen Veranstaltungen des Nachwuchsmarketings. Hier finden Sie bestimmt auch einen weiteren Anlass in Ihrer Nähe. Natürlich können Sie auch an einem Anlass teilnehmen, welcher nicht als Elternabend ausgeschrieben ist. Ein Anruf oder eine E-Mail genügt und Sie sind unser Gast. Wir geben den Jugendlichen und natürlich auch deren Eltern, zuerst einen Überblick über alle Berufe im Gastgewerbe, danach schauen wir spezifisch die einzelnen Berufe genauer an. Nach einem Rundgang durch den Betrieb und vielen Eindrücken aus dem Gastgewerbe haben Sie die Möglichkeit, sich mit Informationsmaterial einzudecken. Während dieser Zeit bietet sich auch immer die Gelegenheit zu individuellen Gesprächen.

## htr RATGEBER

Haben auch Sie Fragen? In der Rubrik «Ratgeber» beantworten Fachspezialisten Leserfragen, welche Hotellerie, Gastronomie und Tourismus betreffen und für die Branche von allgemeinem Interesse sind.

Adresse: [redaktion@htr.ch](mailto:redaktion@htr.ch), Stichwort Ratgeber, oder [hotel-tourismus.revue](http://hotel-tourismus.revue), Redaktion, Stichwort Ratgeber, Postfach, 3001 Bern.

Ratgeber

## Einzelunternehmung oder AG?

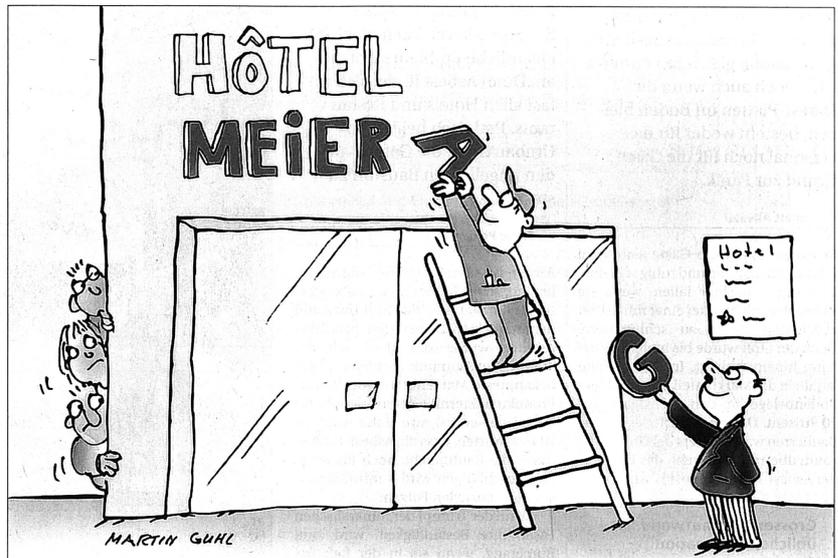
► **Frage:** Wir führen seit 25 Jahren das Hotel Alpenrösl in Zermatt in der Rechtsform einer Einzelunternehmung und beabsichtigen im Hinblick auf die Regelung der Nachfolge auch eine allfällige Umwandlung in eine Aktiengesellschaft. Andere Mitbewerberinnen und Mitbewerber am Ort haben sich mit dieser Frage auch schon beschäftigt und stehen im Hinblick auf die vielgenannte steuerliche Doppelbelastung und die höheren Verwaltungskosten einer Umwandlung eher zurückhaltend gegenüber. Was bringt es mir, wenn ich mein Familienhotel in eine AG umwandle?

F. K. in Z.

■ Martin Eltschinger  
Eidg. dipl.  
Wirtschaftsprüfer  
Eltshinger Audit &  
Consulting AG



► **Antwort:** Sehr viele Hotels werden heute noch als Familienbetriebe in der Rechtsform einer Einzelunternehmung geführt. Eine Nachfolgelösung bei einer Einzelfirma gestaltet sich oft schwieriger als bei einer Aktiengesellschaft. Zudem haftet die Unternehmerin oder der Unternehmer bei der Einzelfirma sowohl mit dem Geschäfts- als auch mit dem gesamten Privatvermögen, was gegenüber der Aktiengesellschaft einen klaren Nachteil darstellt. Bei der Nachfolge einer Einzelfirma bleibt der Inhaberin oder dem Inhaber die Regelung bei Lebzeiten durch Schenkung, Verkauf oder eine andere vertragliche Lösung. Dabei ist auf die Pflichtteile zu achten. Anlässlich der Übertragung im Erbgang muss die Erblasserin oder der Erblasser eine entsprechende Teilungsvorschrift vorsehen. In diesem Fall besteht das Risiko, dass der Erbe die Unternehmung gar nicht weiterführen will und es zur Liquidation kommen könnte. Bei der Aktiengesellschaft gestaltet sich die Übertragung eines Hotelbetriebes wesentlich einfacher, weil die Unternehmung dank den Aktien besser



Das Argument der steuerlichen Doppelbelastung kann in der anlageintensiven Hotellerie nahezu vernachlässigt werden. Im Vergleich zu Handelsbetrieben mit einem erfahrungsgemäss geringeren Anlagevermögen, können in der Hotellerie die Geschäftsergebnisse durch eine geschickte Abschreibungs- und Investitionspolitik optimiert werden. Durch die steuerlich zulässigen Abschreibungen auf den Liegenschaften und den Mobilien zwischen 4,0% (Gebäude des Gastgewerbes mit Land) und 45,0% (Geschirr und Wäsche im Hotel- und Gastgewerbe) besteht ein bedeutendes Steuerplanungspotenzial. Zudem lassen viele kantonale Steuerämter Unterhaltskosten bis max. 10% des Umsatzes zu. Erfahrungsgemäss beläuft sich der jährliche Unterhaltsbedarf in der Hotellerie auf rund 4% bis 5%, bei

Luxushäusern bis zu 7% des Umsatzes. Erfolgreiche Hotelbetriebe schöpfen im Sinne einer Steueroptimierung die 10% Unterhaltskosten in Relation zum Umsatz meistens voll aus. Dadurch werden Investitionen von Sachanlagen direkt über den Unterhalt abgeschrieben. De facto kann damit die steuerliche Doppelbelastung mit diesen Massnahmen weitgehend ausgeschaltet werden.

Die höheren Verwaltungskosten einer Hotel-Aktiengesellschaft setzen sich vorwiegend aus den Honoraren der Verwaltungsräte und der Revisionsstelle zusammen. Diese sind im Verhältnis zu den Gesamtkosten/Umsatz und deren Nutzen erfahrungsgemäss unbedeutend. Eine durch den Verwaltungsrat umsichtig geführte Hotelaktiengesellschaft, welche das Vieraugenprinzip und die Corporate

Governance lebt sowie ein Prüfungsbericht einer qualifizierten Revisionsstelle, die den geforderten Weiterbildungsverpflichtungen nachkommt, stellen ein Gütesiegel dar. Diese Massnahmen können helfen, das Rating und Pricing und somit die Kreditwürdigkeit bei den Geldgebern zu verbessern. Daher stellen die Kosten für eine einwandfreie Verwaltung und die Revisionsstelle auch Finanzierungskosten dar und können durchaus einen Mehrwert für die Unternehmung bringen.

Zusammenfassend betrachtet, überwiegen die Vorteile einer Hotel-Aktiengesellschaft gegenüber einer Hotel-Einzelunternehmung und es erweist sich, dass nur rund 20% aller schweizerischen Hotelbetriebe in der Form einer Aktiengesellschaft geführt werden.

## 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 (KV),  
Gastronomie/Technik: Renate Dubach (RD), Gudrun Schlenzcek-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 Purscher (HP), Wien; Maria Pütz-Willems (MAP), München; Franziska Richard (FRZ), Basel; Georg Ubenauf (GU), Frankfurt; Gregor Waser (GW), Zürich; Robert Wildi (ROW), Zürich.

## Verlag:

Verlagsleitung: Iris Strebel,  
Stelleninse: Marc Moser,  
Geschäftszeigen: Oliver Egloff  
(Anzeigenleiter).

## Druck:

Büchler Grafino AG, Druckzentrum Bern.  
Auflage:  
WEMF-beglaubigt 2004/05  
Verkaufte Auflage: 12 332  
Gratulaufgabe: 1342  
(Druckauflage: 18 000)  
Verkaufpreis: (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)  
– Wohlbedinden 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](mailto:redaktion@htr.ch)  
Abonnement:  
Tel. 031 740 97 93, Fax 031 740 97 76,  
E-Mail: [abo@htr.ch](mailto:abo@htr.ch)  
Inserate:  
Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,  
E-Mail: [inserate@htr.ch](mailto:inserate@htr.ch)  
Internet: [www.htr.ch](http://www.htr.ch)  
Für unverlangte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.

## Der neue Job wartet.

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

Inserieren und Abonnieren: Tel.: 031 370 42 42, Fax: 031 370 42 23  
[inserate@htr.ch](mailto:inserate@htr.ch), [www.htr.ch](http://www.htr.ch)

htr

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





**HÔTELLERIE 3**  
**Lausanne-Ouchy** | Le Grand Hôtel Beau-Rivage Palace a inauguré cette semaine son nouveau spa «Cinq mondes».



**HÔTELLERIE 4**  
**Pierre Goy** | Portrait du fondateur de la chaîne Minotel, un visionnaire en matière d'hôtellerie de classe moyenne.



**GROS PLAN 5**  
**Patrick Bérold** | Le directeur d'hoteliersuisse Valais s'exprime sur la problématique des réservations.



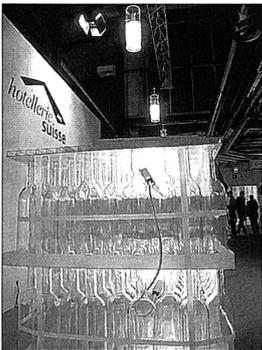
hoteliersuisse

## Un comptoir transparent et futuriste

■ Association faitière de l'hôtellerie helvétique, hoteliersuisse était présente au salon Igeho derrière un comptoir futuriste, formé de bouteilles lumineuses, qu'elle a partagé avec d'autres exposants, notamment l'Association suisse des architectes d'intérieur.

Laurent Missbauer

Igeho, le salon international de l'hôtellerie et de la restauration qui s'est tenu à Bâle du 19 au 23 novembre, a une nouvelle fois fait honneur à sa réputation de source d'inspirations. Et cela non seulement avec la présentation de concepts innovateurs comme [www.loveroom.ch](http://www.loveroom.ch) (lire ci-contre), mais également avec la plate-forme commune «Igeho Forum 05» sur laquelle figurait



■ Un comptoir lumineux qui entend visualiser une pensée «ouverte et futuriste». Photo: Laurent Missbauer

notamment hoteliersuisse et l'Association suisse des architectes d'intérieur. Et à propos d'architecture d'intérieur et de source d'inspirations, force est de constater que le comptoir en verre sur lequel hoteliersuisse a présenté ses différents services était particulièrement original. Composé de bouteilles transparentes lumineuses, il a été qualifié par ses concepteurs de «très moderne». Une modernité censée visualiser une pensée «ouverte et futuriste». hoteliersuisse y a notamment présenté son nouveau Guide suisse des hôtels 2006.

Loveroom.ch

## Des chambres d'hôtel «érotiques»

■ S'il est un stand qui a suscité beaucoup d'intérêt au récent salon Igeho qui a eu lieu à Bâle du 19 au 23 novembre, c'est bien celui de Loveroom.ch, une association suisse qui regroupe plus de 70 hôtels disposant de chambres «érotiques» spécialement adaptées aux amoureux.

Laurent Missbauer

«Notre offre répond à une véritable demande et elle n'intéresse pas seulement les clients susceptibles de passer en amoureux un week-end sortant de l'ordinaire, mais elle permet également aux hôteliers de beaucoup mieux vendre leurs suites.» Tels sont quelques-uns des propos tenus en début de semaine au salon Igeho par l'hôtelier bernois Andreas Kuchen, un des trois initiateurs de Loveroom.ch, une société qui regroupe sur Internet 72 hôtels qui proposent une ou plusieurs chambres «érotiques».

L'adjectif «érotique» ne fait pas référence ici aux lupanars

Mais attention, l'adjectif «érotique» ne fait nullement référence dans le cas présent aux lupanars et autres hôtels de passe mais bien à Eros, la divinité de l'amour chez les Grecs. Les hôtels membres de Loveroom.ch sont en effet des établissements qui sont spécialement indiqués pour passer un week-end en amoureux ou une nuitée romantique précédée d'un dîner aux chandelles et, pourquoi pas, d'un apéritif au champagne sur la terrasse de l'hôtel ou dans la suite.

Une visite sur le site Internet [www.loveroom.ch](http://www.loveroom.ch) dissipe d'ailleurs immédiatement tout malentendu. On y trouve en effet le Ferienart Resort & Spa, l'unique hôtel cinq étoiles de Saas-Fee, l'hôtel quatre étoiles Belle-Epoque de Jürg Musfeld à Berne ou encore le Seeburg de Lucerne, un hôtel quatre étoiles connu pour sa position privilégiée sur les rives du lac des Quatre-Cantons.

«La cotisation à Loveroom.ch est rapidement amortie»

Thomas Schärer, le directeur de l'Hôtel Seeburg, ne tarit pas d'éloges sur Loveroom.ch sur lequel il met en avant ses différents services. Avec la seule «Designer Juniorsuite Spiegel», qui dispose d'un jeu de miroirs et d'un jacuzzi et qui coûte 550 francs en haute



■ Loveroom.ch. S'il est un stand qui a suscité beaucoup d'intérêt à Igeho, c'est bien celui de Loveroom.ch. Andreas Kuchen (en haut à dr.), un de ses initiateurs, y a présenté plusieurs chambres spécialement adaptées aux amoureux. Photos: Laurent Missbauer

saison, Thomas Schärer réalise en effet une plus-value de 45 000 francs par an. «Inutile de préciser que la cotisation à Loveroom.ch, cotisation qui s'élève à 900 francs par an, est rapidement amortie», relève Andreas Kuchen.

«Je connais ainsi de nombreux hôtels qui se plaignaient du faible taux d'occupation de leurs suites et qui, grâce à nous, mais également grâce à une offre spécialement adaptée aux amoureux avec pétales de roses déposés sur le lit, bouteille de cham-

pagne dans la chambre et dîner aux chandelles avec des mets aphrodisiaques, ont considérablement augmenté leur chiffre d'affaires ainsi que la notoriété de leur établissement», ajoute Andreas Kuchen.

On relèvera encore que l'adhésion à Loveroom.ch n'est pas réservée aux seuls hôtels cinq et quatre étoiles, mais que les établissements trois étoiles ou pourquoi pas les «bed and breakfasts» - Loveroom.ch en compte déjà un à Kallnach (BE) à proximité de Chiètres et

de la frontière du canton de Fribourg - sont également bienvenus.

D'ailleurs, Andreas Kuchen dirige lui-même un hôtel trois étoiles, le Goldey à Interlaken. «Afin de proposer un produit encore mieux adapté à notre clientèle intéressée par l'offre «Loveroom», j'ai transformé l'hiver passé une partie de la cave de l'hôtel en un espace de repos qui rencontre beaucoup de succès avec son jacuzzi double, ses palmiers et son lit tournant», conclut Andreas Kuchen.

«Des hôtels en Suisse romande ou en France sont également bienvenus chez nous»

■ Lancé il y a quatre ans dans le canton de Berne, Loveroom.ch - le premier guide sur Internet d'hôtels romantico-érotiques - n'a pas tardé à s'étendre dans toute la Suisse alémanique et au Tessin, ainsi qu'au-delà des frontières helvétiques. Aujourd'hui, Loveroom.ch répertorie 72 hôtels: 37 en Suisse, 25 en Allemagne, neuf en Autriche et, depuis peu, un en Italie, en l'occurrence l'Hôtel Villa Margherita à Oggebbio, sur le lac

Majeur. «Des hôtels en Suisse romande ou en France sont également les bienvenus au sein de Loveroom.ch. Nous avons d'ailleurs été approchés dans ce sens par plusieurs hôteliers romands à Igeho», explique Andreas Kuchen, un des trois initiateurs du concept Loveroom.ch avec Patricia Minder et Rolf Fuchs. «Notre présence à Bâle, où nous étions invités par les organisateurs d'Igeho, a d'ailleurs suscité beaucoup d'intérêt.

Cela aussi bien auprès de jeunes professionnels de la restauration qui souhaitaient s'offrir une nuit dans un de nos hôtels pour fêter l'anniversaire de leur conjoint, qu'auprès d'hôteliers susceptibles d'adhérer à notre association. A ces derniers, nous proposons une adhésion gratuite durant les trois premiers mois. Libre à eux ensuite de nous rejoindre définitivement ou non», précise Andreas Kuchen. LM

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

**CREDIT HOTELIER SCH®**  
 2,5% fixe pour 3 ans  
 financer le futur  
 SCH SGH SCA  
 Tél. 01 209 16 16 www.sgh.ch

**MICROS DE LA CIGOGNE**  
 Auberge de la Cigogne, Fribourg  
 Produits Micros-Fidelio de  
 Check-In Data 021 632 91 00.  
 Chez eux chez les meilleurs.  
**CHECK IN DATA**

**hoteljob**  
**LE SPECIALISTE DU PLACEMENT**  
 hôteliersuisse  
 hoteljob, Société suisse des hôteliers  
 Rue des Terreaux 10  
 Case postale 7507, 1002 Lausanne  
 Tél. 021/320 28 76, Fax 021/320 02 64  
[hoteljob.vd@hoteliersuisse.ch](mailto:hoteljob.vd@hoteliersuisse.ch)  
[www.hoteliersuisse.ch](http://www.hoteliersuisse.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](http://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](http://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'hotelleriesuisse ne sont pas autorisés à y prendre part. Le tirage de la gagnante/du gagnant (Electrobike Fr.4000.-) aura lieu fin 2005 resp. mensuellement. (Sortie\*). Aucune correspondance ne sera échangée sur le tirage au sort. Tout recours juridique est exclu. \*La société Bike'ec en est l'organisatrice. hôtel-tourismus revue n'assume aucune responsabilité.

Retourner le talon à l'adresse suivante:  
hôtel-tourismus revue, Abo-Service, Industriestrasse 37, 3178 Bödingen

Abonnements:  
Tél.: 031 740 97 93  
Fax: 031 740 97 76  
[abo@htr.ch](mailto:abo@htr.ch), [www.htr.ch](http://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](http://www.htr.ch)

## Un nouveau projet hôtelier

■ **Les Crosets-Val d'Illiez (VS).** Les travaux de terrassement ont débuté cet automne sur le site du futur «Hameau des Crosets», un complexe de vacances situé à l'entrée de la station qui devrait compter 17 chalets pour une centaine d'appartements et un hôtel avec un wellness, un parking et plusieurs commerces. Canton et commune ayant exigé des compléments d'information et certaines modifications du projet lors de la mise à l'enquête, les travaux des trois premiers bâti-

ments ne devraient cependant débuter qu'au printemps prochain. En attendant, les promoteurs prévoient l'édification pour l'hiver d'une réplique des futurs bâtiments bâtie avec les mêmes matériaux. Dans cet espace, les visiteurs devraient, en principe, découvrir une présentation de ce futur «Hameau des Crosets». La deuxième des trois étapes de construction devrait être mise à l'enquête avant la fin de l'année. Elle comprend notamment le projet de l'hôtel. *JJE*

## Dix-huit hôtels

■ **Marché de Noël de Montreux.** Les organisateurs du marché de Noël de Montreux, qui se tiendra du 25 novembre au 24 décembre, ont sélectionné dix-huit hôtels qui proposeront des offres d'hébergement qui incluent le prix du train de Montreux jusqu'aux Rochers-de-Naye. Ces derniers accueilleront en effet pour la deuxième année consécutive le «Bureau du Père Noël» à plus de 2000 mètres d'altitude. *LM*

www.montreuxnoel.com

## Une réouverture et plusieurs projets hôteliers

■ **Morgins (VS).** Fermé durant trois mois à la fin de la dernière saison d'hiver, l'Hôtel La Reine des Alpes (13 chambres pour une trentaine de lits) a rouvert ses portes. Sa fermeture avait causé quelques inquiétudes dans le monde touristique morginois qui craignait voir le bâtiment transformé en appartements. C'est finalement une société hollandaise – Chagall Hotels & Restaurants – qui en est devenue propriétaire pour près de quatre millions de francs. La direction de

l'hôtel a été confiée à un couple d'hôteliers français, Christophe et Marjorie Gournay, installés à Morgins depuis le mois de juillet. Ils comptent mettre en place des offres qui permettront à l'établissement de fonctionner tout au long de l'année et non seulement en hiver. Ils envisagent pour cela de créer des formules de courts séjours du lundi au vendredi ou pour des week-ends prolongés. Par ailleurs, réunis en assemblée générale samedi dernier, les

membres de Morgins Tourisme ont appris de leur comité que deux projets hôteliers étaient en préparation dans la station. L'un prévoit la réalisation d'un appartement dans un bâtiment existant, l'autre, la création l'année prochaine d'un hôtel garni. Sans classification, ce dernier répondrait à une demande, selon le président de Morgins Tourisme. Actuellement, la station de Morgins ne peut compter que sur une offre hôtelière limitée de moins de 300 lits. *JJE*

Chexbres (VD)

## Le «Cécil» ferme et le «Bellevue» rouvre ses portes

■ **Changements annoncés dans le ciel hôtelier de Chexbres.** Alors que l'ancien Hôtel Bellevue, qui a été transformé, vient de rouvrir sous le nom de «Baron Tavernier», l'Hôtel Cécil, lui, devrait fermer ses portes, vraisemblablement l'année prochaine.

Jean-Jacques Ethenoz

Le «Bellevue» à Chexbres, un hôtel-restaurant 3 étoiles désormais dirigé par Leonidas Katsaitis, un ancien de l'école hôtelière de Glion et des EHC de l'Université de Lausanne, vient de rouvrir ses portes. Et à nouvelle direction, nouveau nom. Il ne s'appellera en effet plus «Bellevue», mais «Le Baron Tavernier», du nom du Baron d'Aubonne, ce grand voyageur suisse dont on fête cette année le quatre-centième anniversaire de la naissance.

Complètement remis à neuf, l'Hôtel «Le Baron Tavernier» comportera 19 chambres avec vue sur le Léman, un restaurant et un nouveau parking d'une trentaine de places, sans compter bien entendu la terrasse, un peu en contrebas de la célèbre corniche.

**Aucun repreneur ne s'est annoncé pour l'Hôtel Cécil**

Parallèlement, l'Hôtel Cécil, un trois-étoiles affilié au groupe Minotel, annonce, lui, sa probable et prochaine fermeture. Aucun repreneur ne s'est en effet manifesté pour la reprise de l'établissement sous sa forme actuelle alors que le propriétaire souhaite le remettre.

Seuls des promoteurs immobiliers se sont montrés intéressés, sans que l'on sache précisément s'ils souhaitent transformer l'établissement – à l'apparence de chalet suisse à la sortie nord de Chexbres – en résidence privée ou s'ils envisagent une modification plus radicale de l'affectation de la zone en construisant de nouveaux bâtiments résidentiels.

**L'Hôtel du Signal suscite un certain nombre de questions**

A Chexbres toujours, bien que situé sur la commune de Puidoux, l'Hôtel du Signal, propriété de la famille de Gunten depuis plusieurs générations, suscite un certain nombre de questions. Fermé à partir de cette semaine et jusqu'au mois de mars, il pourrait faire l'objet d'une fermeture définitive.

Yves de Gunten, le directeur de l'Hôtel du Signal, s'en défend en précisant que cette fermeture était planifiée depuis longtemps et que les quatre mois annoncés de fermeture seront consacrés à des travaux de rénovation et des remises à niveau des installations.



■ **Beau-Rivage Palace.** C'est face à la «baie» d'Ouchy que le nouveau spa «Cinq Mondes» du cinq-étoiles de Lausanne-Ouchy a été construit pour 12 millions de francs. Les nouvelles installations bénéficient de larges baies vitrées sur une partie du parc séculaire de l'hôtel. Photo: Beau-Rivage Palace

Beau-Rivage Palace

## Ouverture du spa «Cinq Mondes»

■ **Le Beau-Rivage Palace de Lausanne-Ouchy a inauguré cette semaine son nouveau spa de 1500 m<sup>2</sup> à l'enseigne du prestigieux label «Cinq Mondes»**

Jean-Jacques Ethenoz

Des grands établissements lémaniques – hors Genève –, le Beau-Rivage Palace, à Lausanne-Ouchy, était le dernier à ne pas proposer de spa. Lacune? Plutôt inconvenient à l'heure de se démarquer sur le marché des grands séminaires même si l'on sait que les participants à ces séminaires n'utilisent pas forcément les installations, leur emploi du temps ne leur laissant, en définitive,

que peu de temps pour le fitness ou le wellness. En cause, l'intensive «campagne» de rénovation entreprise par le palace, il y a près de dix ans, avec, en priorité, la réhabilitation de l'Hôtel d'Angleterre-Résidence voisin. Mais cette lacune est aujourd'hui comblée.

**Un investissement de 12 millions de francs**

Directeur général du Beau-Rivage Palace, François Dussart dispose en effet désormais de son nouveau spa: 1500 m<sup>2</sup> entièrement dédiés au wellness et au plaisir des sens, à l'enseigne de «Cinq Mondes», le label créé à Paris par Jean-Louis Poiroux et dont l'établissement est dépositaire exclusif en

Suisse. «Ce spa représente un investissement très conséquent (ndlr. 12 millions de francs)», concède du bout des lèvres le directeur, qui a permis, au terme de treize mois de travaux d'ouvrir les installations le 15 novembre aux clients de l'hôtel, l'ouverture aux membres de l'extérieur devant avoir lieu le 1er décembre.

Sous la terrasse du bâtiment, qui a été complètement excavée, avant d'être réinstallée, face à la «baie» d'Ouchy, c'est donc dans un site privilégié qu'ont pris place les nouvelles installations. Un cadre de verdure qui semble parfaitement coupé du monde extérieur alors que les installations intérieures bénéficient de larges baies sur une partie du parc.

A l'intérieur justement: un décor blanc écu et prune, dépouillé, qui coupe totalement du monde cossu des couloirs de l'hôtel, des espaces de détente tels que la «Suite de félicité», pour deux, avec jardin privatif, deux suites «Pluie de fleurs» ainsi que six salles de massage et de beauté regroupées autour d'un patio. Hamman, jacuzzi, sauna et piscine intérieure complètent l'ensemble, alors que les sportifs trouveront une salle de fitness de 80 m<sup>2</sup> et les courts de tennis extérieurs.

**130 adhésions fermes ont d'ores et déjà été enregistrées**

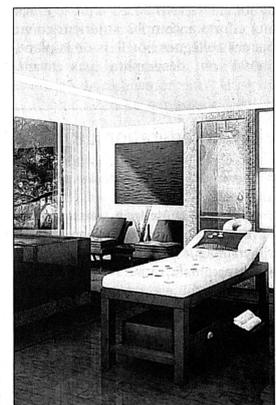
Pour les desservir, une quinzaine de personnes, dont six praticiennes formées à l'enseigne «Cinq Mondes» (cinq continents en fait, avec leurs massages et soins respectifs), sachant que les installations «courantes» sont accessibles sans frais supplémentaires aux hôtes et aux 200 membres qui

auront accès aux installations. «Il s'agit là d'un chiffre que nous avons volontairement limité à cette hauteur», précise François Dussart, «sachant qu'il est important qu'un phénomène de trop grande affluente ne se ressente pas.»

Il souligne d'ailleurs le succès d'ores et déjà rencontré puisque 130 adhésions fermes avaient déjà été enregistrées deux semaines avant l'ouverture de ce futur «Leading Spas» en attente d'accréditation officielle. Un succès également confirmé auprès des hôtes du Beau-Rivage Palace, puisque au lendemain de l'ouverture, la réception enregistrerait déjà dix-sept soins payants réservés, alors que les responsables des installations tablent sur une moyenne de douze à quinze.



■ **La «Suite de félicité».** Tout comme les autres espaces intérieurs du spa, la «Suite de félicité» bénéficie d'un décor blanc écu dépouillé. Photo: Jean-Jacques Ethenoz



■ **Vue intérieure des soins du spa «Cinq Mondes».** Photo: «Cinq Mondes»

## Deux nouveautés pour les fêtes de fin d'année

■ **Champagne Jacquart.** En vue des fêtes de fin d'année, la maison Champagne Jacquart vient de lancer deux nouveaux coffrets de sa collection de boîtes en métal: la cuvée brut mosaïque (à g.), dont le graphisme de la boîte «réunit les influences de Malevitch et Vasarely pour évoquer paradoxalement l'effervescence des bulles avec des carrés», et la cuvée brut mosaïque rosé (à dr.), dont l'«habot de métal tendance évoque toutes les nuances de la couleur saumon, du rosé

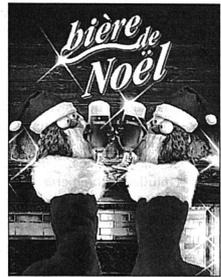
nacré au fuchsia soutenu». Cette dernière s'adresserait, selon son producteur, à des tables glamour et féminines: «Noël se réinvente pour se parer de romantisme et de chaleur, ainsi que pour répondre aux attentes des inconditionnels de champagnes soyeux et féminins». C'est la première fois que la maison champenoise - importée en Suisse par Nick Pulver à Cressier (FR) - invite un champagne rosé à sa collection de fin d'année. LM



## Les bières de Noël ont à nouveau été brassées

■ **Feldschlösschen et Cardinal.** Juste à temps pour la période de l'Avent, Feldschlösschen et Cardinal ont à nouveau brassé leurs bières de Noël. Celles-ci seront proposées à partir du 27 novembre dans quelque 1000 restaurants de toute la Suisse, a indiqué le service de presse des deux bières. Ce dernier a encore précisé que la bière de Noël de Feldschlösschen était ambrée à l'œil, alors qu'elle s'avérait fruitée et aromatique au nez. La bière de Noël de Cardinal (photo)

afficherait pour sa part un couleur un peu plus brune que celle de Feldschlösschen. Elle aurait aussi un parfum fruité et se révélerait moelleuse en bouche. Comme le veut la tradition, les bières de Noël ont un taux d'alcool légèrement plus élevé que les bières «lager» et spéciales. Il s'élève en l'occurrence à 5,5% de volume pour chacune de ces deux bières. La liste des restaurants servant ces deux bières de Noël figure sous [www.feldschloesschen.ch](http://www.feldschloesschen.ch). LM



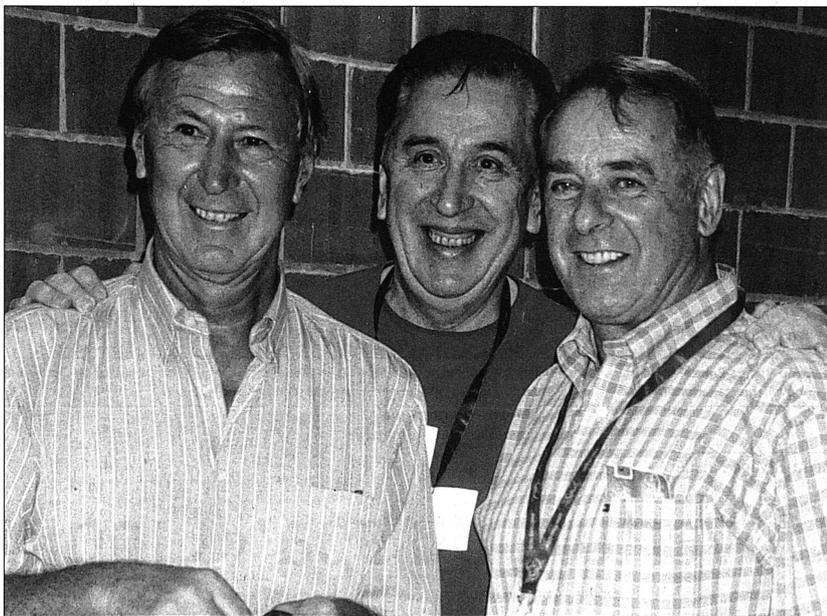
Pierre Goy, fondateur de Minotel

# «L'esprit de famille, d'équipe et de chaîne»

■ Pierre Goy, fondateur de Minotel, a fait une carrière où transparaissent son amour de la famille et son esprit d'entrepreneur. Portrait d'un visionnaire.

José Seydoux

Le hasard n'existe pas, mais le destin... Qu'un fils de brigadier d'Ouchy soit le fondateur d'une chaîne hôtelière n'a en soi rien d'extraordinaire, mais qu'il le soit devenu sur un coup de dé ou presque, voilà qui situe déjà l'homme, sa précocité, son audace, son dynamisme! Surtout quand on avait, en brillant premier de classe scientifique, l'idée de devenir physicien... avant d'entreprendre un apprentissage dans une fiduciaire. Encore des chiffres! Ils vont l'inciter à acheter, à l'âge de 22 ans, les deux immeubles de l'Hôtel du Transit, à



■ **En bonne compagnie!** Pierre Goy (au centre), passionné de football, avec Adolf Ogi, ancien président de la Confédération, et Heinz Schneider (à g.), ancienne figure de proue de Young Boys et du Lausanne-Sports dans les années soixante. Photo: Minotel

## Portrait

Lausanne, en récoltant péniblement, dans sa famille et ses proches, les 60 000 francs nécessaires à constituer 10% de fonds propres. Après avoir mis la main à la pâte pour rénover l'établissement, rebaptisé «AlaGare» avec son restaurant «Le Raccard», et passé son cours de cafetier, il se lance dans l'exploitation de ce qui est devenu un 3-étoiles de 45 chambres et le premier maillon d'une chaîne au service de l'hôtellerie de moyenne catégorie.

### D'une Expo à l'autre, une existence bien remplie

«La générosité des banques de l'époque, parmi diverses circonstances, a favorisé ce départ», reconnaît Pierre Goy. Véritablement une autre époque, même si, à la veille de l'Exposition nationale de 1964 à Lausanne et grâce aux efforts accomplis antérieurement par ses collègues hôteliers de la place, l'hôtel ne désemplira pas avant,

pendant et après l'événement. «Je dois à mes collègues cette réussite de départ et j'ai tenu à les en remercier en m'investissant à fond ensuite dans la promotion des PME de l'hôtellerie», explique, quarante ans plus tard, Expo.02 comprise, l'épopée d'un hôtelier entrepreneurial heureux.

Vous avez dit heureux? C'est qu'en plus l'homme s'est entouré d'un monde de femmes: son épouse Liliane, collaboratrice de toujours, ses deux filles, Doriane, junior manager de l'Hôtel AlaGare, et Marielle, directrice générale de Minotel, toutes deux diplômées de l'École hôtelière de Lausanne et engagées sur leurs seules qualités propres. Sans oublier sa maîtresse, née en 1980, répondant au doux nom de

Minotel, et une équipe d'une vingtaine de personnes au siège de Minotel à Lausanne. Le tout forme une grande famille, une notion omniprésente dans le cheminement de Pierre Goy qui précise: «J'ai deux éléments masculins que j'aimerais toutefois ajouter: mon filleul Marco, apprenti devenu spécialiste des services Internet de Minotel, et mon neveu Issam Kabbani, récemment engagé pour vendre nos licences hors d'Europe.» Mais «le père de Minotel» inclut dans sa famille non seulement ses collègues suisses, mais ceux d'ailleurs, de France, d'Angleterre et des pays de l'Est «parce que nous souffrons ensemble dans une conjoncture difficile, comme petits patrons qui prennent des coups - et des coups! - et

travaillent beaucoup, tout ceci généré pourtant de la solidarité, de l'amitié et un esprit de communauté.»

### Le sport au service de l'homme et de l'entreprise

Difficile d'évoquer la vie et la carrière de Pierre Goy sans évoquer le sport: «Comme dans le tourisme, il y faut de la mobilité, du dynamisme, de l'esprit d'équipe, des relations humaines!» Et de se souvenir de son pote René Küenzi, né le même jour que lui, compagnon de maternité... et surtout ensuite gardien du Lausanne-Sports dans les années soixante. «Quand je suis devenu hôtelier-restauteur, tous les copains fréquentaient mon établissement; puis j'ai fait du hockey et du cyclisme, d'autres encore sont venus et les gens venaient voir qui mangeait chez moi!»

Pierre Goy, se rendant compte ensuite que seule une chaîne de collaboration pouvait résoudre les problèmes des petits hôteliers indépendants propriétaires, ne trouve pas, dans ce domaine, chaussure à son pied. «On n'en avait alors que pour les 5-, éventuellement les 4-étoiles, j'ai donc créé Minotel avec quelques collègues pour valoriser les 2- et 3-étoiles et leur donner une partie des moyens des grands établissements.» Il aurait pu mettre à profit son temps et son énergie pour développer son propre patrimoine ou racheter un grand hôtel, il préfère créer une chaîne. Par esprit de

solidarité sociale, justesse de vision, esprit d'équipe. A quel niveau, capitaine Goy?

«On pourrait gagner la Coupe suisse, mais on se bat aussi au niveau mondial en plaçant l'hôtellerie de classe moyenne sur le marché touristique international. Minotel n'a-t-elle pas gagné en 2001, à Montréal, une Médaille d'or des meilleurs sites Internet hôteliers du monde? En 1995 déjà, Minotel jouait les pionniers en inaugurant son site Internet avec un système de réservation instantanée pour les tours-opérateurs. Un credo immuable: se battre avec les meilleurs au niveau technologique et, grâce à des tarifs raisonnables, marquer des buts sur le terrain avec des PME hôtelières.

### Un peu d'idéalisme, beaucoup de pragmatisme

Sinon idéaliste, en tout cas mû par un idéal, Pierre Goy veut le meilleur: pour sa famille, pour son entreprise, pour son équipe, pour le type d'hôtellerie qu'il défend. En même temps, il admire Georges Brassens, le Major Davel et le Che... Seriez-vous un peu révolutionnaire, Pierre Goy? «Plutôt un amoureux, un vrai libéral indépendant qui s'assume, un ennemi de l'inégalité sociale et de l'injustice, pas contre l'ordre établi mais aimant déranger un peu...» Pierre Goy, rentier AVS depuis un peu plus d'un an, tient plus que jamais les rênes de sa chaîne. «J'ai budgétisé de pouvoir manger jusqu'à 100 ans si Dieu me prête vie jusque là», nous confie-t-il non sans s'empresser de préciser qu'après quelques franchises vendues, l'équipe aujourd'hui mise en place, parfaitement compétente, lui permettra de désertier le bureau pour lui préférer son terrain de golf favori. C'était un portrait du «grand-papa de Minotel».

### Pierre Goy en bref

■ **Date de naissance:** 1er mars 1939, à Lausanne  
**Lieu d'origine:** Le Brassus  
**Etat civil:** marié, deux filles  
**Loisirs:** jadis le foot et le hockey, aujourd'hui le golf, la gastronomie appliquée et gustative, les bizarreries de la langue française...  
**Plats préférés:** le saucisson vaudois, la raclette, les morilles et la (vraie) sauce béarnaise  
**Boissons préférées:** le Chasselas du domaine du Daley, le Taittinger rosé, le Chambertin... et le thé froid  
**Vacances et lieux préférés:** la montagne en Suisse, Paris, l'île Maurice et les stades de foot  
**Un rêve:** celui d'un monde moins injuste dans lequel la faim sera éradiquée et la monnaie unique et où les seules confrontations seront sportives. L'ONU devrait servir à ça!  
**Personnes admirées:** le Major Davel, Georges Brassens et Che Guevara. JS

## «La Confédération devrait allouer à ST non pas 40, mais bien 200 millions de francs!»

■ Pierre Goy a complété les phrases suivantes:

**L'image de l'hôtellerie suisse...** est correcte en Suisse, excellente voire dithyrambique à l'étranger. Malgré les efforts accomplis, il y aura encore des fermetures d'hôtels car les retards accumulés dans le non-entretien des établissements ne pourront pas être rattrapés.

**Un conseil aux jeunes hôteliers...** de la part d'un vieux renard, c'est que pour nourrir son homme la profession doit générer du «repeat business» et que, pour réussir, chaque hôtelier devrait faire

partie d'un groupe associatif de promotion, d'une chaîne volontaire ou intégrée. Lutter seul est inadapté!

**Minotel dans dix ans...** devrait compter 2500 hôtels sur cinq continents. La chaîne est d'ores et déjà propriétaire de son nom, de son logo, de son site Internet et de tous les serveurs (ordinateurs) nécessaires à son fonctionnement. Son réseau se développera en dehors d'Europe par la mise à disposition de franchises nationales exclusives au profit de groupes financiers-hôteliers.

**La promotion touristique de la Suisse...** dispose du budget ridiculement bas

accordé par la Confédération à Suisse Tourisme. Au lieu des fameux 40 millions de francs actuels, il devrait être de 200 millions de francs, au minimum, puisque le 5% du chiffre d'affaires du tourisme en Suisse (22 milliards de francs) représente 1,1 milliard de francs...

**L'Euro 2008 en Suisse...** c'est l'occasion d'une fête commune avec nos voisins autrichiens, la possibilité pour les Suisses de se retrouver autour d'une équipe nationale, l'opportunité pour tous les hôtels de notre pays de réussir une promotion unique! JS

Durée des séjours dans l'hôtellerie

# Les courts séjours coûtent davantage

■ Augmentation du prix de revient d'une nuitée et hausse des coûts de manutention, telles sont quelques-unes des conséquences du raccourcissement des séjours. Des pistes existent. Elles demandent cependant encore plus de professionnalisme à l'hôtelier.

Danielle Emery Mayor

Selon Pierre-Yves Déleze, responsable de la communication auprès de Verbier Tourisme, les agences immobilières proposent de plus en plus des offres de courts séjours. Mais pour un séjour de quelques jours, les clients vont volontiers à l'hôtel. Ce qui nécessite de pouvoir disposer d'une masse critique de chambres. Et là, de plus en plus de stations souffrent...

«Et, si les agences et les hôteliers acceptent de courts séjours à la dernière minute», relève Pierre-Yves Déleze, «ils ne veulent pas bloquer des chambres et des appartements longtemps à l'avance pour seulement quelques nuits, dans l'espoir de vendre des semaines complètes. Ce qui amène à devoir refuser des clients». Et de rappeler ce paradoxe qui veut que les compagnies d'aviation à bas prix incitent, elles, le client à acheter très tôt son billet pour profiter de gros rabais.

## Les atouts des nouveaux logiciels de réservation

Un Chinois, lorsqu'il vient en Suisse, reste en moyenne pendant 1,4 jour, parcourant en dix jours huit pays différents. Cette nouvelle donne du tourisme n'est pas sans conséquences pour la gestion d'un hôtel. Sven Richter occupe le poste de «front office manager» au Montreux Palace. Il a constaté que, depuis les attentats du 11 septembre, le monde des affaires a pris de nouvelles habitudes allant jusqu'à organiser des conférences dans des salles d'aéroport et en pratiquant de plus en plus la téléconférence. Le palace montréalais adapte donc sa stratégie marketing et tente d'attirer de grands meetings réunissant, en général, plus de 120 personnes. L'hôtel met égale-



■ Valais. Les séjours de plus en plus courts, en ville comme à la montagne - ici l'Hôtel Panorama à Bettmeralp - ne manquent pas de poser plusieurs problèmes aux hôteliers, notamment en ce qui concerne la gestion des réservations et l'augmentation des coûts de manutention. Photo: Swiss-Image

ment à profit les combinaisons qui s'offrent à un cinq-étoiles entre séminaires, loisirs et wellness.

Augmentation des tâches et des coûts sont les conséquences de la multiplication des séjours toujours plus brefs. «Au Montreux Palace nous venons de mettre à jour notre logiciel de réservation, ce qui nous permet une gestion plus rapide.» Il souligne que la pratique de l'«on-line booking», comme le travail en réseau avec des agences de voyages sont autant de pistes performantes. Mais l'enregistrement et le check-out doivent rester des moments privilégiés pour rencontrer le client, même si la technologie est à même d'informatiser complètement cette étape en mettant une machine à la réception... «C'est important de pou-

voir parler avec ses clients, autant pour l'accueil que pour le feed-back à la fin de son séjour», affirme Sven Richter.

## Mettre en pratique le yield management

Entre une arrivée et un départ, un important travail doit être effectué pour nettoyer la chambre à fond. Là aussi, la multiplication de courts séjours a des conséquences. «Notre bureau de gouvernantes est très organisé», affirme Sven Richter. «Nous accordons beaucoup d'importance à la formation du personnel qui est là depuis des années, et connaît donc bien les chambres, ce qui permet d'effectuer le travail plus vite. Avoir du personnel qui change peu, c'est aussi le gage d'un bon esprit

d'équipe», assure Sven Richter. Si l'on jette un œil dans le livre des comptes, «on constate que les courts séjours font que chaque nuitée coûte plus cher», souligne Joseph Bonvin, directeur de l'Hôtel Beau-Site à Crans-Montana. Le coût de l'investissement consacré à la recherche des clients augmente aussi. «Nous devons donc investir davantage pour le même nombre de clients qu'avant», ajoute-t-il. «Chacun à son échelle, dans une destination touristique, doit faire un effort pour attirer les hôtes. Et puisqu'il y a toujours plus de concurrence, parallèlement aux séjours qui raccourcissent, nous devons tous nous investir plus que par le passé.»

«Or, bien souvent, nous avons une génération de retard dans le tourisme... Certains sont encore à l'époque du

carnet du lait», déplore Joseph Bonvin qui voit trop de collègues autour de lui qui ne s'adaptent pas et qui ne comprennent pas que le yield management ne doit pas servir qu'aux compagnies aériennes à bas prix. «En pratiquant ce type de gestion dans mon hôtel, je le remplis plus efficacement et, corollaire direct, j'augmente mon chiffre d'affaires». Les offres combinées, les collaborations, tous les moyens doivent être utilisés.

«Mais souvent les hôteliers ne sont pas suffisamment formés pour comprendre ces méthodes de travail et de gestion», constate l'ancien président d'hotelleriesuisse Valais, fervent défenseur de la formation continue. Il croit en l'avenir, et investit en ce moment 3,5 millions de francs dans son hôtel.

Patrick Béro, directeur d'hotelleriesuisse Valais

# «Nous sommes dans un monde de requins»

■ Il ne faut pas seulement se considérer comme de simples loueurs de chambres mais également proposer des produits qui vont au-delà du lit et du petit-déjeuner: voilà le conseil de Patrick Béro, le directeur d'hotelleriesuisse Valais.

Danielle Emery Mayor

La branche hôtelière doit revoir ses produits, estime Patrick Béro. Le directeur d'hotelleriesuisse Valais prétend que tout est affaire de dynamisme, d'optimisme. «La problématique est celle-ci: soit on tient un raisonnement de gagnant, soit on résonne en perdant. Puisque les courts séjours augmentent, il faut se dire je vais augmenter ma clientèle, et gagner plus.»

Lorsqu'il était directeur de l'hôtel cinq étoiles Crans-Ambassador, à Crans-Montana, il se souvient avoir dû complètement revoir, avec le centre de cure intégré à l'hôtel, les forfaits pour



■ Patrick Béro, directeur d'hotelleriesuisse Valais. Photo: Danielle Emery Mayor

les soins. «Il y a vingt ans, les clients séjournaient à l'hôtel pendant deux semaines pour une cure, maintenant ils ne restent même pas la semaine entière. Il a donc fallu adapter les cures pour que les soins soient aussi efficaces

que sur un long séjour. Les cataplasmes ont été remplacés par des pommades avec des substances végétales actives.»

## S'adapter aux attentes des clients et non pas l'inverse

Aujourd'hui, il convient de s'adapter aux nouvelles attentes des clients et non pas l'inverse: «L'hôtelier doit compenser où il peut. Il doit gérer ses réservations et l'occupation de ses chambres de manière professionnelle, en s'aidant d'outils informatiques performants. Nous devons essayer de composer avec. Dire par exemple au client de venir plutôt vendredi et profiter ainsi d'un jour de plus à un prix attractif», précise Patrick Béro. «L'hôtelier doit proposer des produits qui vont au-delà de la simple chambre à coucher avec petit-déjeuner.»

En bref, Patrick Béro incite ses collègues à être plus commerciaux. «Il faut négocier avec le client, nous faisons du commerce, c'est notre gagne-pain! Lorsqu'on me dit: je n'ose pas le faire, alors je réponds qu'il faut changer de métier.» Il faut se prendre,

donc, pour des marchands de tapis, au sens de la négociation entre le vendeur et son client. «Certes, des clients risquent de ne pas apprécier, mais d'autres vous diront: Tiens, quelle bonne idée de rester un jour de plus, je

## Un cours sur la gestion des réservations

■ Un cours de formation continue (gratuit pour les titulaires d'autorisation d'exploiter en Valais) destiné aux hôteliers et restaurateurs, ainsi qu'à leurs collaborateurs, sera organisé le 5 décembre à la Haute Ecole valaisanne (HEVS) à Sierre. En une demi-journée de cours, il fera le tour des moyens qui existent afin de sécuriser les réservations et faire respecter les droits de l'hôtelier sans pour autant froisser le client. Intervenant: Patrick Béro, directeur d'hotelleriesuisse Valais. DEM

Inscriptions jusqu'au 30 novembre auprès de carole.bruttin@hevs.ch

n'y avais pas pensé. Le seul risque que l'on prend est celui de voir sa clientèle augmenter!»

Qui dit multiplication des courts séjours dit augmentation des tâches administratives. Pourtant il ne faut pas les négliger, même si on sait que le coût d'une lettre oscille entre 25 et 50 francs, il faut la rédiger, cette lettre, pour sceller le contrat de réservation entre le client et l'hôtel. C'est le conseil de Patrick Béro qui, dans le cadre de la formation continue dispensée aux hôteliers, a conçu une demi-journée de séminaire pour transmettre aux participants des pistes et des conseils pratiques. «Si l'hôte s'en va plus tôt, par exemple parce que la météo est mauvaise, si le client qui avait réservé pour un banquet de 100 personnes ne vient le jour dit qu'avec 80 convives, il faut lui rappeler qu'il ne peut pas rompre comme cela le contrat. En discutant, en négociant, on doit trouver le moyen de s'arranger avec lui et de ne pas tout perdre. Rappelons-nous que nous faisons du business dans un monde de requins. Nous ne devons pas laisser le client faire n'importe quoi et subir passivement.»

## Actions de promotion en Alsace et à Fribourg

■ **Cœur du Valais-Sion Région.** Après avoir fait découvrir ses produits du terroir et ses atouts touristiques du 11 au 13 novembre au salon du tourisme de Colmar, en Alsace, Sion Région Tourisme en a fait de même du 14 au 19 novembre au centre commercial d'Avry-Fribourg. A cette occasion, Sion Région Tourisme a notamment mis en avant des offres avec six nuits d'hôtel et un abonnement de ski pour sept jours à partir de 464 francs dans la région d'Evolène. LM



## Un nouveau président et un nouvel accord

■ **Relais & Châteaux.** Le congrès mondial des Relais & Châteaux a eu lieu la semaine passée à Genève. Il a été marqué par l'élection à la présidence de l'Andoran Jaume Tapiés qui succède ainsi au Français Régis Bulot. Ce congrès a aussi été le théâtre de la signature d'un nouvel accord de partenariat mondial avec Nespresso. A cette occasion, les chefs des Relais & Châteaux (photo) ont dégusté en avant-première le nouveau café «Bourbon amarelo» caractérisé par un parfum de miel. LM



«Cuisinier d'or» de Kadi

## Les huit cuisiniers finalistes ont été dévoilés à l'Igheo

■ Quel cuisinier succédera à Dominic Bucher sur les tables du «Cuisinier d'or» de Kadi et aura ainsi le privilège de représenter la Suisse lors du prochain Bocuse d'or? Les huit cuisiniers finalistes, dont trois Romands, ont été dévoilés lundi à Bâle, lors du salon Igheo.

Laurent Missbauer

Président du jury de sélection, Dario Ranza, le chef de la Villa Principe Leopoldo à Lugano, ne tarissait pas d'éloges lundi sur la qualité des huit cuisiniers finalistes qui ont été retenus pour participer au «Cuisinier d'or» de Kadi, le Concours national suisse de cuisine artistique.



■ Pierre-André Ayer, le président de la section suisse des Jeunes Restaurateurs d'Europe (JRE), pose avec les trois meilleurs apprentis de Suisse: de g. à dr., Jean-Yann Fuchs (3e), David Flückiger (1er) et Gaël Vuilloud (2e). Photos: Jean-Jacques Ethenoze

Concours du «Meilleur apprenti cuisinier de Suisse»

## Des apprentis talentueux

■ Organisé sous l'égide de la section suisse des Jeunes restaurateurs d'Europe (JRE), le Concours du «Meilleur apprenti cuisinier de Suisse» s'est déroulé lundi à Clarens-Montreux. C'est David Flückiger, un apprenti soleurois, qui a remporté le premier prix.

Jean-Jacques Ethenoze

Comme chaque année à pareille époque, l'Ecole professionnelle de Clarens/Montreux a vu ses cuisines prises d'assaut à l'occasion de la finale – la treizième – du Concours du «Meilleur apprenti cuisinier de Suisse» à laquelle ont participé sept candidats et une candidate. Tous avaient été sélectionnés sur dossier au mois de septembre par un jury présidé par Urs Messerli, du Restaurant Mille-Sens à Berne.

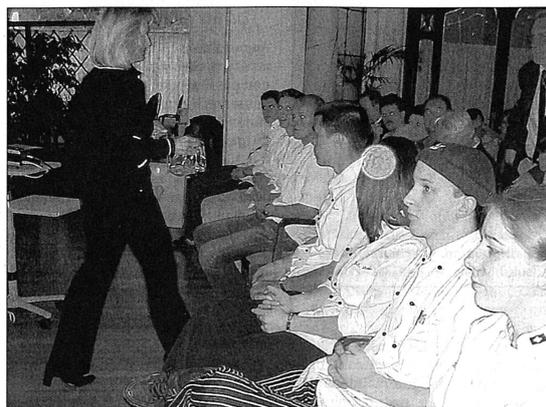
### La pression de l'enjeu et du temps à disposition

Après avoir pris possession des ingrédients souhaités, dès 7 heures, les huit apprentis ont dû réaliser un menu imposé avec une entrée, un plat principal et un dessert. Le tout en quatre heures et sous l'œil d'experts avant de soumettre leurs plats à l'appréciation de gastronomes et de membres des JRE. Non sans stress. Car, de l'aveu de tous

les participants, il s'agissait là de leur première participation à une telle épreuve. Troisième, Gaël Vuilloud, qui vient de terminer son apprentissage chez Martial Brändle à Vouvry (VS), l'exprimait ainsi: «Il y a bien des coups de feu en cuisine, mais jamais je n'ai ressenti une telle pression».

Ce que reconnaissent bien volontiers Urs Messerli et Pierre-André Ayer, le président des JRE-Suisse: «Le temps est une donnée qu'ils n'ont jamais à maîtriser complètement dans un res-

taurant mais là, ils y sont confrontés pour la première fois et tous les exercices de préparation qu'ils ont pu faire ne leur servent que très peu.» On précisera qu'il n'y a pas eu de gros ratages, hors justement quelques dépassements de temps. Au bout du compte, c'est David Flückiger, du Restaurant Zum Alten Stephan à Soleure, qui l'a emporté devant Gaël Vuilloud et Jean-Yann Fuchs, de l'Auberge de Floris à Anières (GE). Les cinq autres finalistes ont été classés ex aequo au 4e rang.



■ Lors de la remise des prix au Raffles Montreux Palace. Huit candidats, dont une candidate, ont participé au concours du «Meilleur apprenti cuisinier de Suisse».

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

■ **Première «Journée bernoise du tourisme».** Plus de 200 personnes ont débattu la semaine passée à Interlaken de la situation actuelle du tourisme dans le canton de Berne et de son avenir. Dans son analyse, la conseillère d'Etat Elisabeth Zölch-Balmer a souligné que la politique des destinations avait fait ses preuves et que, à moyen terme, le nombre de celles-ci devait être réduit. Une stratégie offensive, qui mise sur l'innovation, l'hospitalité et la mise en scène d'événements, devra par ailleurs être adoptée. Elle pourra s'appuyer sur la nouvelle loi touristique qui entrera en vigueur l'année prochaine. Page 3

■ **La viande de chasse meilleure que celle d'élevage? Les avis divergent.** Nombreux sont les restaurateurs qui proposent d'octobre à décembre des spécialités de chasse. Tout aussi nombreuses sont les discussions relatives à la qualité de la viande de ces spécialités. Pour Werner Schürch, du Restaurant Emmenhof à Berthoud (BE), aucun doute n'est permis: «La viande d'un chevreuil tiré en pleine nature est nettement plus savoureuse que celle d'un animal d'élevage, surtout s'il s'agit d'un daim.» Rolf Bischoff, à la fois chasseur et éleveur de daims, est d'un autre avis: «Dans mon restaurant, la chasse d'élevage est au moins tout aussi demandée que celle qui ne l'est pas. Il n'y a par ailleurs pas de viande plus tendre que celle d'un jeune daim d'élevage. Page 10

IMPRESSUM

hotel-tourismus revue

Fondé en 1892

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

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

Responsable des médias:  
Christian Santachi.

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 Ethenoze (JJE), Vevey; Danielle Emery Mayor (DEM), Valais; Valérie Marchand (VM), La Chaux-de-Fonds; José Seydoux (JS), Fribourg; Véronique Tanerg (VT), Genève; Pierre Thomas (PT), Lausanne; Geneviève Zuber (GZ), Valais.

Edition:  
Cheffe d'édition: Iris Strebel.  
Annonces: Marc Moser.  
Publicité: Oliver Egloff (Chef de vente).

Impression:  
Büchler Grafino AG, Druckzentrum Berne

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

Prix de vente: (TVA incluse)  
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.)  
Tél. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24,  
E-Mail: redaktion@htr.ch

Abonnements:  
Tél. 031 740 97 93, Fax 031 740 97 76,  
E-Mail: abo@htr.ch

Annonces:  
Tél. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,  
E-Mail: inserate@htr.ch

Internet: www.htr.ch



■ **Bocuse d'or.** Qui succédera à Dominic Bucher (à dr.) au concours du grand chef Paul Bocuse? Photo: Kadi

# stellen revue

## marché de l'emploi

# htr

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

hotel+tourismus revue

**www.gastrouisse-jobservice.ch**

Die Stellenbörse für Gastro-Profis auf allen Stufen in allen Bereichen

Gastro Suisse Job Service  
Blumenfeldstrasse 20  
CH-8004 Zürich  
Tel. 044 377 55 35  
Fax 044 377 55 90  
E-Mail: jobservice@gastrouisse.ch

Hotel Restaurant Catering

**randstad**  
flexible work solutions

**Wir suchen laufend Hotel- und Gastroprofis**

www.randstad.ch  
Randstad (Schweiz) AG,  
Schaffhauserstrasse 340,  
8050 Zürich, Tel. 01 317 56 56  
Aarberggasse 35,  
3001 Bern, Tel. 031 328 65 65

**New Challenge**  
Personalberatung & Vermittlung

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

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

**www.gastrojob.ch**  
Grösstes Stellenangebot – top aktuell im Internet

Beratung Selektion Vermittlung

**Gastro ob**

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

**INHALT / SOMMAIRE**

Kaderstellen	2
Deutsche Schweiz	3-6
Svizzera italiana	
International	8
Stellengesuche	8
Suisse romande	5, 8
Marché international	8
Demandes d'emploi	8

Il Candidato ideale deve avere le seguenti qualifiche (ottima conoscenza della lingua italiana, precedente esperienze lavorative nel ambito del «resort») per coprire le seguenti mansioni per la stagione 2006:

**Assistente F & B Manager**  
**Executive Sous Chef/Sous Chef**  
**Chef Paticciere**  
**Responsabile Ristorante/Bar**  
**Sommeller**

**Assistente FO Manager**  
**Guest Relation Officer (solo donne)**  
**Assistente Governante**

**Estetista**  
**Estetista manicure/pedicure**  
**Massaggiatore/-trice**

**animatore sport**  
**animatore Club bambini (solo donne)**

Offriamo: inserimento in uno dei più dinamici e rilevanti gruppi di alberghi del sud Italia, ottime possibilità remunerative.

Inviare documentazione completa (CV, fotom, diplomi, lettera di candidatura) al seguente indirizzo.

E-Mail: claud.kaiser@gardenresortcalabria.com  
Tel./Fax 0039 0968 78 92 04

I colloqui si terranno a Zurigo la settimana 51

**CRANS MONTANA®**  
Ski & Golf  
SWITZERLAND

Pour remplacer le titulaire démissionnaire,  
Crans-Montana Tourisme (CMT) met au concours le poste de

**DIRECTEUR/TRICE**

**Principales activités**

- Définir en collaboration avec le comité la stratégie de la destination et veiller à son application en coordonnant l'activité des collaborateurs de CMT.
- Assumer la responsabilité budgétaire et la gestion financière de l'ensemble des activités de CMT.
- Représenter l'ensemble des activités touristiques de Crans-Montana à l'intérieur et à l'extérieur de la destination pour toutes les questions relevant de son domaine.
- Répondre de l'engagement rationnel de toutes les ressources humaines mises en place pour réaliser les objectifs fixés.
- Endosser la responsabilité de la conduite opérationnelle des actions menées en vue d'augmenter la compétitivité et les résultats de la destination.

**Profil souhaité**

- Capacité de travailler par objectifs en fonction des performances à atteindre en faisant preuve d'esprit d'initiative et d'innovation;
- Forte personnalité fonctionnant comme un chef d'entreprise; excellente capacité d'écoute et solide expérience, si possible à l'étranger;
- Niveau de formation supérieure, universitaire ou jugée équivalente;
- Maîtrise des langues française, allemande, anglaise. Connaissances de l'italien souhaitées;
- Sens aigu des relations humaines; éthique professionnelle; aptitudes à agir dans l'urgence;
- Charisme; aisance dans les contacts; ouverture d'esprit non dépourvu de diplomatie;

**Entrée en fonction:** de suite ou à convenir mais au plus tard le 30 avril 2006

Le cahier des charges peut être consulté dès le 5.12.2005 sur notre site [www.crans-montana.ch](http://www.crans-montana.ch).

Nous vous remercions d'adresser votre offre avec dossier complet, par lettre signature, accompagné d'une photo et des prétentions salariales d'ici au 23 décembre 2005 à l'adresse suivante:

**Me Charles-André Bagnoud**  
Président CMT  
Immeuble Central B  
Rue Centrale 54  
CH-3963 Crans-Montana [www.crans-montana.ch](http://www.crans-montana.ch)

**Gsell & Partner**  
Kompetenz in Hotellerie und Restauration

Arbeiten und Wohnen zwischen Amsterdam und dem Schwarzen Meer auf einem topmodernen 4\*-Flussschiff (180 Betten, 40 Crew-Mitglieder, Restaurant, Bar, Lounge, Sundeck, Fitness) als

**Hotel Manager/in**

Für dieses moderne Abenteuer suchen wir für die von uns betreute Flotte von 10 Schiffen laufend (aber vorwiegend per ca. Februar 2006) neugierige, jüngere Hotelprofis mit natürlicher und erlernter Sozialkompetenz, frischem Auftreten, zukunftsweisendem, offenem Wesen und mit Kommunikations-talent. Sie lieben ein multikulturelles Ambiente und können sich vorstellen, zusammen mit Ihrer Hotelcrew mehrere Monate auf einem Hotelschiff zu leben.

Wir gewähren Ihnen eine sorgfältige Einführung und garantieren so, dass auch Sie vom «Schiffs-Virus» angesteckt werden ...

Hotelfachleute mit der Leidenschaft für das Aussergewöhnliche senden ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an Frau Barbara Kress.

Gsell & Partner GmbH | Pilatusstrasse 3a & 5 | 6003 Luzern  
Telefon +41 (0)41 220 2000 | Telefax +41 (0)41 220 2001  
info@gsellundpartner.ch | [www.gsellundpartner.ch](http://www.gsellundpartner.ch)

**La Margna Hotel**  
since 1907

**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, innovative 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 verantwortlich.

Interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen.

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

**Sprüngli**

Sprüngli ist ein innovatives und erfolgreiches Unternehmen mit Tradition und zählt zu den führenden Coniferien in der Schweiz.

Für unsere Bereichsleiterin Gastgewerbe suchen wir nach Vereinbarung eine

**Sachbearbeiterin Gastgewerbe 100%**

Für diese attraktive Position mitten in Zürich am Paradeplatz wenden wir uns an eine Persönlichkeit mit Berufslehre und Hotelfachschule.

Sie sind eine versierte, flexible, innovative und lösungsorientierte Dame. Ihre guten Kenntnisse der deutschen Sprache und Ihre Praxiserfahrung im Sekretariat helfen Ihnen in Ihren administrativen Aufgaben wie Gestaltung und Druck von Speise- und Getränkekarten sowie Verwaltungsaufgaben und Statistiken. Sie lieben ein gepflegtes Ambiente und sind für die Lagerbewirtschaftung von Silber, Porzellan und Glas verantwortlich. Sie arbeiten eng mit allen Gastgewerbe-Abteilungen zusammen und übernehmen bei Abwesenheit der Bereichsleiterin die Stellvertretung.

Belastbarkeit und Zuverlässigkeit sowie ein gepflegtes, sicheres Auftreten sind selbstverständlich.

Frau S. Zurbuchen freut sich auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto.

**CONFISERIE SPRÜNGLI**  
Bahnhofstrasse 21 / 8022 Zürich  
Tel. 044 224 46 46  
[www.spruengli.ch](http://www.spruengli.ch)  
E-Mail: [stefanie.zurbuchen@spruengli.ch](mailto:stefanie.zurbuchen@spruengli.ch)

**www.adecco.ch**

Making people successful in a changing world

**0848 654 321**

**Adecco**  
HOTEL & EVENT



SUITENHOTEL-RESIDENCE

JAPAN RESTAURANT **月見亭** HAVANA DECK LA FAVOIA  
 \*TSUKIMI-TEI\* CUBAN BAR RISTORANTE

Für unser renoviertes 4-Stern-Hotel PARCO PARADISO am Golf von Lugano in der italienischen Schweiz, suchen wir zur Verstärkung unseres Receptionsteams ab sofort oder nach Vereinbarung eine

### Chef de Reception (w) (Jahresstelle)

Wenn Sie eine Position mit weitem Betätigungsfeld, in einem jungen, hochmotivierten Team suchen und Aufgaben selbständig, flexibel und mit hoher Eigenverantwortung angehen, dann können wir Ihnen einen Arbeitsplatz mit Entwicklungsmöglichkeiten bieten.

Wir setzen mehrjährige, wenn möglich internationale Erfahrungen in renommierten Betrieben sowie Teamfähigkeit und eine erkennbar positive Ausstrahlung voraus. Computerkenntnisse für Fidelio & MS-Office.

Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto senden Sie bitte an: Suitenhotel Parco Paradiso, zu Händen: Herrn J. Oelmann, Via Carona 27, CH-6900 Lugano Paradiso oder per e-mail an: admin@parco-paradiso.com



SUITENHOTEL PARCO PARADISO \*\*\*\*

via Carona 27 · CH-6900 Lugano  
 Fon +41 (0)91 993 11 11 · Fax +41 (0)91 993 10 11  
 www.parco-paradiso.com · info@parco-paradiso.com

KULTUR- UND KONGRESSZENTRUM LUZERN

KKL

luzern  
168755

## leiterin service veranstaltungsgastronomie

Organisationstalent? [www.kkl-luzern.ch](http://www.kkl-luzern.ch)

KKL  
culture  
convention  
cuisine  
experience



Wir sind ein bekanntes und mehrfach ausgezeichnetes Hotel mit 22 Zimmern (72 Betten) und einem Restaurant (90 Plätze). Unser Betrieb befindet sich in der schönen Bündner Surselva, direkt bei der Talstation der Waltensburger Bergbahnen. Da wir in Zukunft konsequent auf Familien setzen, suchen wir ab Frühling 2006 ein

### Paar für die Betriebsleitung (Hotel/Restaurant)

Idealerweise sind Sie ein eingespieltes Duo mit kreativen Ideen im Familienbereich. Gemeinsam können Sie sowohl die Betriebs- wie auch die Küchenleitung abdecken.

#### Sie bringen ausserdem mit:

- Sehr gute Markt- und Marketingkenntnisse
- Initiative und Einsatzwillen
- einen Leistungsausweis in ähnlicher Position
- gutes Netzwerk im Bereich Familienhotel

#### Wir bieten:

- eine marktgerechte Entlohnung mit Erfolgsbeteiligung
- die Chance, die Neupositionierung des Hotels aktiv mitzugestalten
- eine schöne Dachwohnung direkt im Haus
- ein intaktes Umfeld in Natur und Gemeinde

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie uns bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen bis **12. Dezember 2005** per Post an Corporaziun Ucliva, c/o Corina Issler Baetschi, Museumstrasse 18E, 7260 Davos Dorf oder per Mail an [cissler@baetschi.com](mailto:cissler@baetschi.com)

Wir sind ein international tätiges 4-Sterne-Hotel im Berner Oberland mit fast 100 Zimmern und Restaurationen, Seminarräumen, Bankett- und Wellnessbereich und verstärken unser Team nach Vereinbarung mit einer

### Hausdame/Generalgouvernante m/w

Allgemeine berufsbüchliche Tätigkeiten im Beherbergungsbereich, in öffentlichen sowie allen Back-Bereichen und im Personalhaus mit 50 Wohneinheiten wie Abnahme und Kontrolle der Gästezimmer, Dienstplan- und Feriengestaltung, Einarbeitung neuer Mitarbeiter etc.

Eine abgeschlossene Ausbildung im hauswirtschaftlichen Bereich mit Erfahrung in der Hotellerie sowie mehrjährige fundierte Berufserfahrung ist Voraussetzung. Führung eines Teams von ca. 15 Mitarbeitern. Sie sollten über 25 Jahre alt sein und nachweisbare Führungserfahrung und Organisationsfähigkeiten mitbringen.

Dienstleistungsbereitschaft, ein gepflegtes Erscheinungsbild und gute Umgangsformen sind für Sie selbstverständlich. Fremdsprachenkenntnisse sind ein Muss, da es sich um eine internationale Equipe handelt.

Ist dies der Rahmen, den Sie als zukünftiges Umfeld gesucht haben?

Wir freuen uns über Ihre kompletten Unterlagen unter  
 Chiffre 168752 an [hotel + tourismus revue](mailto:hotel+tourismusrevue),  
 Postfach, 3001 Bern.



SUITENHOTEL-RESIDENCE

JAPAN RESTAURANT **月見亭** HAVANA DECK LA FAVOIA  
 \*TSUKIMI-TEI\* CUBAN BAR RISTORANTE

Das Suitenhotel Parco Paradiso zählt zu den führenden 4-Stern-Hotels des Tessins. Als jüngstes Hotel Luganos bietet es seinen Gästen eine grosszügige und moderne Infrastruktur sowie ein einladendes, südliches Ambiente, welches sowohl den Leisur- wie auch den Businessmarkt anspricht.

Zur Steigerung der Präsenz im Geschäftsreisenden- und Konferenzsegment, suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung eine

### Sales-Managerin für die Deutschschweiz

Basis und Büro in Luzern

Wenn Sie bereits fundierte Erfahrungen im Erschliessen neuer Kunden und Märkte gesammelt haben, über eine gewinnende Persönlichkeit und eine positive Ausstrahlung verfügen und selbstständiges Arbeiten lieben, können wir Ihnen die Mitarbeit in einem progressiven und jungen Unternehmen bieten.

Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Bild senden Sie bitte an: SUITENHOTEL PARCO PARADISO, z.Hd: Herrn J. Oelmann, Via Carona 27, CH-6900 Lugano-Paradiso oder per e-mail an: admin@parco-paradiso.com



SUITENHOTEL PARCO PARADISO \*\*\*\*

via Carona 27 · CH-6900 Lugano  
 Fon +41 (0)91 993 11 11 · Fax +41 (0)91 993 10 11  
 www.parco-paradiso.com · info@parco-paradiso.com



Swiss Hospitality  
since 1835

Unser Küchenchef will sich nach über 26 Jahren verändern und in Zukunft etwas kürzer treten. Wir packen diese Gelegenheit und geben einem jungen (Nachwuchs-)

### Küchenchef

die einmalige Chance, seine eigenen innovativen Ideen für eine Neupositionierung unserer À-la-carte-Küche einzubringen. Wir stellen uns eine trendige, leichte und gesunde Küche vor, sei diese lokal, international oder mediterran – alles ist noch vollkommen offen. Kompromisslose Qualität und hohe Konstanz der Küchenleistung und eine attraktive Präsentation der Gerichte haben für uns grosses Gewicht.

Ein klares Pflichtenheft beschreibt die Kompetenzen und Pflichten. Unsere kleine Brigade umfasst sechs Personen, davon zwei lernende Köche und zwei Office- und Küchenhilfen. Unser Restaurant Orson's (Design Pia Schmid) besteht aus 50 Sitzplätzen (im Sommer bis 80 im Garten), einer Bar/Lounge mit 20 Plätzen mit vorgelagerter Terrasse mit 30 Plätzen. Wir können Bankette bis maximal 80 Personen annehmen. Derzeit bieten wir am Sonntag nur ein Brunchbuffet an.

Als jüngere Chefpersönlichkeit setzen Sie Ihre Energie gerne dafür ein, unsere Küche nachhaltig weiterzuentwickeln. Es macht Ihnen auch Spass, selbst Hand anzulegen. Sie sind spontan, offen, belastbar, bringen kreative Ideen ein und sind ein guter Motivator. Sie pflegen einen fairen Führungsstil und verfügen über ein gesundes Durchsetzungsvermögen. Als Küchenchef gehören Sie zur Geschäftsleitung.

Interessiert? Haben Sie Ambitionen? Möchten Sie sich vielleicht sogar eine Auszeichnung erkochen? Habe ich Ihre Leidenschaft geweckt? Dann freue ich mich auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen (Eintritt nach Übereinkunft, ca. Winter/Frühjahr 2006) mit Gehaltsvorstellungen entweder per Post oder E-Mail: [blu@claridge.ch](mailto:blu@claridge.ch).

Beat R. Blumer, Höteler  
**CLARIDGE HOTEL TIEFENAU ZÜRICH \*\*\*\***  
 A superior Swiss Quality Boutique & Business Hotel  
 Orson's – Restaurant, Lounge & Bar

Steinwiesstrasse 8-10  
 CH-8032 Zürich  
 Tel. 044 267 87 87  
 Fax 044 251 24 76  
[blu@claridge.ch](mailto:blu@claridge.ch)



168753

## HOTEL RESTAURANT RÜTTIHUBELBAD



Für die Leitung unseres Hotel/Restaurants suchen wir eine(n)

### Betriebsleiter(in) Gastronomie

Was erwartet Sie? Eine herausfordernde Führungsaufgabe in einem interessanten und vielfältigen Umfeld. Das Hotel/Restaurant ist eingebettet in die Stiftung Rütthubelbad, welche zusätzlich ein Kultur- und Bildungszentrum sowie ein Alterswohn- und Pflegeheim, ein Behindertenheim und das Sensorium – ein Erfahrungsfeld der Sinne - umfasst. Das Rütthubelbad befindet sich in einer ländlichen Umgebung zwischen Worb und Walkringen und ist trotzdem nur 20 Minuten von der Stadt Bern entfernt. Die Stiftung Rütthubelbad orientiert sich an dem von Rudolf Steiner begründeten Gedankengut der Anthroposophie. Im Gastronomiebereich sind ein Restaurant, eine Cafeteria mit Verkaufsläden sowie ein Hotel mit 34 Zimmern und 10 Konferenzräumen zusammengefasst.

Was erwarten wir? Eine fachlich sehr gut ausgewiesene Gastgeber-Persönlichkeit mit Erfahrung im Seminarbereich, welche aus Überzeugung ein Konzept mit naturnaher, biologischer Ernährung weiterführt und dieses auch erfolgreich vermarktet. Nebst der Qualitätsverantwortung und der Gästebetreuung setzen Sie erfolbringende Akzente im Marketing und in der Führung Ihrer Mitarbeiter. Als Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung der Stiftung Rütthubelbad können Sie vernetzt denken und verfügen über eine hohe Sozialkompetenz für eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit den anderen Bereichen. Sie sind in der Lage, im Gesamtinteresse der Stiftung Rütthubelbad zu denken und zu handeln.

Interessiert? Dann senden Sie bitte Ihre Bewerbung an die Stiftung Rütthubelbad, Geschäftsleitung, 3512 Walkringen. Telefon 031 700 81 81 / [www.ruetthubelbad.ch](http://www.ruetthubelbad.ch)



168754



Wollten Sie schon immer Gastgeber in einem weltberühmten Gastronomiebetrieb sein? Dann suchen wir Sie auf den 1. Mai 2006 als

### GeschäftsführerIn

unseres Drehrestaurants Piz Gloria auf dem Schilthorn.

Freundlichkeit und Qualität steht bei Ihnen an erster Stelle. Sie sind kreativ, erarbeiten neue Ideen und wissen diese auch umzusetzen. Zudem sind Sie ein ausgezeichneter Motivator Ihres Teams und spüren die Bedürfnisse Ihrer Gäste, welche Sie mit Ihrer Mehrsprachigkeit optimal betreuen.

Wenn Sie jetzt noch ein Freund der Berner Oberländer Bergwelt und auch in hektischen Situation noch sich selbst sind, freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an:

**SCHILTHORNBahn AG**  
 Peter Feuz  
 Delegierter des Verwaltungsrates  
 Höheweg 2, 3800 Interlaken  
 Tel. 033 82 60 007  
[www.schilthorn.ch](http://www.schilthorn.ch)

168772

**PARCON ST. GALLEN  
PERSONAL TREUHAND AG**  
Bankgasse 1  
CH-9001 St. Gallen  
Telefon +41 (0)71 220 20 40  
Telefax +41 (0)71 220 20 45  
parcon@parcon.ch  
www.parcon.ch

**Nichts auf der Welt ist so mächtig, wie eine Idee, deren Zeit gekommen ist.**

Unser Klient ist ein äusserst wachstums- und ertragsstarkes international tätiges Unternehmen mit weltweit 800 Mitarbeitenden. Grundlage des Erfolges ist die Konzentration auf High-Tech-Lösungen speziell zugeschnitten auf eine professionelle Zielgruppe.

Im Rahmen der weltweiten Wachstumsstrategie suchen wir einen international erfahrenen Vertriebsprofi als

## Key Account-Manager/in.

### Ihre Aufgabenschwerpunkte:

Im Rahmen der Akquisition und Betreuung von Grosskunden vertreten Sie die Anwendungstechnik, klären die Kundenanforderungen, definieren und testen – auch vor Ort – kundenspezifische Lösungen und begeistern Entscheider und zukünftige Anwender mit Ihren Lösungskonzepten – fachlich überzeugend und sicher im Auftritt.

**Ihr Profil:** Idealerweise haben Sie einen Background als Ökophologe oder Lebensmitteltechniker, bringen mehrjährige Erfahrung aus der Ernährungsberatung oder als Küchenchef mit. Ihre Verhandlungen führen Sie in **fließendem Englisch**. Eine hohe Flexibilität, Begeisterungsfähigkeit und sowie eine Reisebereitschaft im Rahmen von ca. 70% wird vorausgesetzt. Eine spannende Herausforderung für eine jüngere, dynamische und flexible Persönlichkeit.

Freuen Sie sich auf anspruchsvolle Begegnungen mit einer internationalen Kundschaft. Unsere Beraterin, **Frau Maya Mosberger**, freut sich auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto und ein erstes, vertrauliches Gespräch.

**P A R  
C O N**

Gastronomie / Hotellerie

Personalberatung  
Personalkonzepte  
Personalausbildung

168757

## BISTRO & BRASSERIE AAREGARTEN

Wir suchen nach Vereinbarung eine/n freundliche/n und kompetente/n

### Küchenchef/in

In unserem Haus begrüssen wir Seminargäste und Hochzeitsgesellschaften und helfen mit, unvergessliche Feste steigen zu lassen. Unsere Gäste im Garten an der Aare und im Restaurant überraschen wir mit einem kreativen, marktfrischen Angebot.

Unternehmerisches, gastorientiertes Handeln setzen wir voraus und als Ausbilder fördern Sie unsere Lehrlinge.

Ihre Bewerbungsunterlagen senden Sie z. H. Roland Furrer. Wir freuen uns, Ihnen unseren Betrieb zu zeigen!

168785

Das Restaurant im **AMIS**

Oberer Winkel 2 - 4500 Solothurn  
Tel. 032 626 24 34 - Fax 032 626 24 30  
mail@aaregarten.ch

### Seeking a qualified part-time **SERVICE TEACHER/ LECTURER** (Hotel School)

**Must be fluent in English and with best references.**

Please apply electronically:  
Philipp Terry c/o  
Business & Hotel  
Management School Luzern  
Baselstrasse 57  
6003 Luzern  
terry@benedict.ch

168756

### EINE INNOVATIVE PERSON MIT BESTEN REFERENZEN!

**Sucht:** Gediegenes, sauberes Restaurant mit Saal mind. 170 Personen, plus 2-3 kleine Räume inklusiv Parkplätze. Hotelzimmer je nach Gegend wäre Ideal.

**Ziel:** Eine langfristige Zusammenarbeit zum Aufbau eines einmaligen gesellschaftlichen Treffpunktes in attraktiver Umgebung.

**Standort:** Region «Röstigraben» deutsche CH, mit PW gut erreichbar, nahe Autobahn-Anschluss und genügend Parkplätze.

**Küche:** Sehr wichtig ist ein/a interessierte/r aufgestellte/r offene/r Restaurateur/in, oder eine Person mit Wirtpatent, und guten Kochkenntnissen

**Unser Mandant:** Mit Kontakten zu Politik- und Wirtschaft will seine Beziehungen und die erprobte Vision für Events-Meetings professionell umsetzen, indem Member und ein öffentliches Publikum an Referaten mehrmals monatlich teilnehmen und beim Gedankenaustausch von neuen Kontakten profitieren können.

**Oder:** Ihrem Manager fehlt es einfach an Innovation, Ihre Infrastruktur ist nicht ausgelastet? Dann melden Sie sich ebenfalls.

**Zögern,** Sie nicht, senden Sie Ihre klaren Unterlagen, und evtl. Ihre zusätzlichen Ideen in deutscher Sprache an:

Deuber Eddy SA, Fiduciaire z. Hd. Herrn E. Deuber (REF. HTR), Route de Boudry 16, CH-2016 Cortaillod/NE (e.deuber@fid-deuber.ch) Für VIP oder dringende Anfragen 079 636 36 36

168784

## GRAND HOTEL DES BAINS YVERDON-LES-BAINS

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](http://www.grandhotelyverdon.ch)

168873

## hostel rotschuo

ch-6442 gersau  
fon 041 828 12 77  
www.hostelrotschuo.ch

Die Jugendherberge Rotschuo in Gersau sucht für ihr Haus direkt am Vierwaldstättersee auf Anfang April 2006 oder nach Vereinbarung eine/n

### Betriebsleiter/in

Wenn Sie:

- Freude haben am Umgang mit Jugendlichen und Junggebliebenen, tatkräftig zupacken können und auch in hektischen Momenten die Nerven nicht verlieren.
- Nicht nur etwas von Betriebsleitung verstehen, sondern auch ganz praktisch Hand anlegen können, z.B. in Küche, Hauswirtschaft, technischem Unterhalt oder Liegenschaftspflege.
- Belastbar und flexibel sind und mit dem saisonbedingten Wechsel zwischen ruhigen und sehr arbeitsintensiven Zeiten umgehen können.
- Sich neben Deutsch auch auf Englisch und Französisch verständigen können.
- Evtl. Erfahrung in einem vergleichbaren Betrieb haben.

Dann bieten wir Ihnen Wohnung und Arbeitsplatz an absoluter Traumlage und kreative Entfaltungsmöglichkeiten. Mitarbeitende werden Ihnen in diversen Bereichen zur Hand gehen. Dazu besteht die Möglichkeit für Ihre/n Partner/in im Betrieb mitzuarbeiten.

Senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen bitte an den Stiftungspräsidenten: Thomas Neidhart, Brühl 10, 6430 Schwyz oder per E-Mail an: [bewerb@mikes.ch](mailto:bewerb@mikes.ch)

168751



Das \*\*\*\*Hotel befindet sich am historischen Hauptplatz von Schwyz. Unser saisonales Angebot von regionalen Lieferanten ist sehr bekannt und beliebt. Das renovierte Haus verfügt über 27 Zimmer, 2 Restaurants, Terrasse und 3 Bankettsäle.

Zur Ergänzung unseres Mitarbeiterteams suchen wir eine/einen

### Chef de partie tournant/e

Senden Sie uns bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen oder rufen Sie uns an, damit wir Ihnen über das Hotel, unser Team und Ihre zukünftige Aufgabe Informationen geben können. Eintritt 7. Januar 2006.

Wir freuen uns auf den ersten Kontakt.

Urs und Ruth Ming-Odermatt  
**HOTEL WYSSÉS RÖSSLI**  
am Hauptplatz, 6430 Schwyz

Tel. 041 811 19 22  
E-Mail [info@roessli-schwyz.ch](mailto:info@roessli-schwyz.ch)  
Homepage [www.roessli-schwyz.ch](http://www.roessli-schwyz.ch)

168787



### Director of Sales & Marketing (m/w)

Wir suchen für ein bedeutendes 4\*-Seminar- und Kongresshotel in der Deutschschweiz einen Top-Kaderfrau/mann als Gesamtverantwortliche/n der Bereiche Sales und Marketing. In dieser Position sind Sie Mitglied der Geschäftsleitung und betreuen eine Verkaufsabteilung von ca. 6 Personen.

Wir sprechen für diese Kaderstelle Bewerber/innen an, welche sich über einen entsprechenden Karriereaufbau innerhalb der Hotellerie (gerne in internationalen Hotels mit grosser Bankett/Kongressabteilung) ausweisen können und nachweisbar die letzten Jahre in der Sales und Marketingposition in der Hotellerie tätig sind.

Für eine erste diskrete Kontaktaufnahme verlangen Sie bitte Frau Yvonne Hirsbrunner, oder senden Sie uns Ihr komplettes Bewerberdossier an die Beauftragte:

### HoReGa Select AG Kaderberatung

Yvonne Hirsbrunner  
Stänzlergasse 7 4051 Basel  
[info@horega.ch](mailto:info@horega.ch) / [www.horega.ch](http://www.horega.ch)

168742



Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir ab Wintersaison qualifizierte und einsatzfreudige Fachkräfte.

**Réception:** – Empfangssekretärin (Jahresstelle)  
Hotelerfahrung, sprachgewandt (D, E, I, F)  
und initiativ  
Flair im Umgang mit Gästen, unternehmerisches Denken

– Night-Auditor  
mit guten Sprachkenntnissen, Hotel- und EDV-Erfahrung

**Hotelrestaurant** – Servicefachangestellte/Chef de rang m/w (D, E, I)  
Service-Tournee 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](http://www.lamargna.ch) E-Mail: [info@lamargna.ch](mailto:info@lamargna.ch)

168701

Ristorante nel Centro di Zurigo cerca  
**Giovane Cuoco Italiano**  
con Esperienza per lavoro al 80 - 100 %  
NEUMARKT Neumarkt 5 8001 Zürich 01 252 79 39

## ENGELBERG

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

Zum baldmöglichsten Eintritt oder nach Vereinbarung suchen wir:

### SALES REPRESENTATIVE MICE (w/m)

zwischen 25 und 30 Jahre

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

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

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

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

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

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

168830

**RAMADA.**

**hirslanden**  
AndreasKlinik

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

Für die AndreasKlinik Cham Zug suchen wir nach Vereinbarung einen

### DEMI CHEF DE PARTIE (W/M)

Unser Küchenchef wünscht sich zur Erweiterung seines jungen und motivierten Teams einen Gleichgesinnten, der gerne und kreativ auf dem Garde-manger und in der Patisserie arbeitet.

Wir erwarten eine fundierte Ausbildung in der Hotellerie, Kreativität, Verantwortungsbewusstsein und vor allem Freude an der Arbeit.

Wenn Sie sich angesprochen fühlen und weiter am Erfolg der AndreasKlinik mitarbeiten wollen, dann freuen wir uns, Sie kennen zu lernen.

Für zusätzliche Informationen steht Ihnen Herr Wolfram Beduhn, Leiter Hotellerie, T 041 784 07 90 gerne zur Verfügung.

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an:

**AndreasKlinik Cham Zug** Frau Miriam Ammann  
Leiterin Personal Rigistrasse 1 6330 Cham  
T 041 784 09 10 F 041 784 09 19  
miriam.ammann@andreas klinik.ch  
www.hirslanden.ch

168769

## MONTANA

ART DECO HOTEL LUZERN



ADLIGENWILERSTRASSE 22  
6002 LUZERN/SCHWEIZ  
TELEFON +41 (0)41 419 00 00  
WWW.HOTEL-MONTANA.CH

## 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 Leiterin 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

168694



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.cheminée@spectraweb.ch  
Internet: www.hotelcheminee.ch

168672

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 mich an.

Tel. 041 811 2049  
Hotel + Restaurant Passhöhe  
8843 Ibergereg  
Fam. Rübli-Reichmuth  
www.bergereg.ch

168696

## Saas Fee

### ★★★-Hotel Derby

Für die kommende Wintersaison suchen wir für unseren Familienbetrieb

- **Servicefachangestellte**
- **Mitarbeiterin**

für Küche: Lingerie u. Self-Service  
Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen oder Ihren Anruf.

Iris Supersaxo & Marlene Hug  
CH-3906 Saas Fee  
Telefon 0041 27 957 23 45  
Fax 0041 27 957 12 46  
E-Mail: hotel.derby@saas-fee.ch

168776

## Gasthof zur Alten 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



Eine neue Herausforderung?

Un nouveau défi?

www.sih.ch

168748



Grand Hotel Bellevue

Luxuriöses 5-Stern-Hotel, 57 Zimmer und Suiten, À-la-carte-Restaurant «Coelho» (14 Gault/Millau), Gourmet-Restaurant «PRADO» (16 Gault/Millau), Hotelbar mit Pianist, Jazz-Bar mit Live-Musik, Degustations-Weinkeller mit Carnotzet, Privatkino und seinem 2500 m<sup>2</sup> grossem Wellnessbereich mit Hallenbad, Beauty-Center und Coiffeur.

Unser junges, internationales Team braucht Verstärkung. Für die kommende Wintersaison oder nach Vereinbarung in Jahresstelle suchen wir noch folgende motivierte und sprachgewandte Mitarbeiter:

### Barman/Barmaid m/w (Chef de rang)

### Chef de rang m/w (Roomservice 100%)

### Hilfskoch (Frühstück/MA Kantine)

### Masseur

Ilse Wichman, Mitglied der Geschäftsleitung, freut sich über Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen (mit Foto)

Grand Hotel Bellevue\*\*\*\*  
CH-3780 Gstaad • Tel. +41 (0)33 748 00 00 • Fax +41 (0)33 748 00 01  
hr@bellevue-gstaad.ch www.bellevue-gstaad.ch

168781

### Regelmässige Arbeitszeiten gefragt?

Unsere Mandantin ist ein mittelgrosses, international tätiges Produktions- und Handelsunternehmen mit Sitz unweit von Zug, dessen sympathische Waren voll im Trend liegen. Für sie suchen wir je eine

**Auftragsachbearbeiterin und Sekretärin** die einerseits vielfältige, qualifizierte Administrationsaufgaben meistern möchte und andererseits das freundliche Bindeglied zwischen den Kunden und Ihrer Firma sein will und ihren Chef tatkräftig unterstützt.

Engagierte junge Damen mit kaufmännischer Ausbildung und/oder Matura (BMS, Hotelfachschule), Schweizer-Deutsch als Muttersprache und guten Englisch- und Französisch-Kenntnissen. Freude an einer gepflegten Ausdrucksweise und gutem persönlichen Niveau bitten wir, sich unter dem Vermerk I.13.05 zu bewerben. Bitte senden Sie Ihre Unterlagen elektronisch an Monika.Schindler@s-c.ch oder rufen Sie mich an.



**SC AG, Technikumstrasse 79,  
8400 Winterthur  
Telefon: 079 578 99 93**

168766



Wir suchen für die kommende Saison, Februar bis Ende Oktober 2006 in lebhaften und rustikalen Saisonbetrieb folgende, gelernte Fachkräfte (w/m):

### Saucier als Küchenverantwortlicher

und  
**Chef de Service, 50%**  
zur Unterstützung der Betriebsinhaberin.

Wir könnten uns auch ein Paar für diese Aufgaben vorstellen; Zimmer oder Wohnung steht zur Verfügung.

Bewerbung sowie komplette Zeugnisunterlagen der letzten 3 Jahre sind mit Foto zu senden an:

Hotel Kaiserstuhl, z. Hd. Frau Anita Etienne  
6078 Bürglen OW

HOTEL KAISERSTUHL  
BRÜNIGSTRASSE 232 · CH-6078 KAISERSTUHL OW  
FON 041 678 11 89 · FAX 041 678 17 16

168774

Mitglied der  
Zürcher Fachhochschule

**[H<sup>S</sup>W]**  
HOCHSCHULE WÄDENSWIL

Die Hochschule Wädenswil ist ein Kompetenzzentrum für Life Sciences und Facility Management an aussergewöhnlicher Lage über dem Zürichsee. In den Studienrichtungen Biotechnologie, Lebensmitteltechnologie, Umweltingenieurwesen und Facility Management bilden wir über 700 Studierende aus. Die Abteilung Facility Management der Hochschule Wädenswil ist in der Schweiz die einzige Anbieterin des Bachelorstudienganges Facility Management.

Im Bereich Hospitality Management suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

### Assistent/in Food Services Management (80–100%)

#### Ihr Aufgabengebiet

- Bearbeitung von anspruchsvollen Forschungs- und Dienstleistungsprojekten
- Analyse in den Bereichen Food Services und Gemeinschaftsgastronomie
- Unterstützung und Zusammenarbeit mit dem verantwortlichen Dozenten

#### Ihr Profil

Sie verfügen über mehrjährige Berufserfahrung im Bereich Food Services und Gastronomie, haben die Hotelfachschule besucht oder Facility Management studiert. Sie sind interessiert, gastronomische Konzepte zu definieren, Daten zu erheben und Vergleiche im Bereich der Gemeinschaftsgastronomie herzustellen sowie Vorschläge für neue Konzepte zu erarbeiten. Schriftliche Arbeiten erledigen Sie stilsicher und mit dem Auge fürs Detail. Sie arbeiten unabhängig, zielorientiert und speditiv.

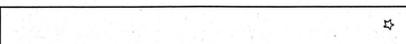
#### Unser Angebot

Wir bieten Ihnen eine abwechslungsreiche und herausfordernde Aufgabe und die Gelegenheit, sich mit den neusten Trends in der Gastronomie auseinander zu setzen. Sie arbeiten direkt mit dem verantwortlichen Dozenten und können sich Ihre Arbeit flexibel einteilen. Als Fachhochschule bieten wir Ihnen zeitgemässe Anstellungsbedingungen und gute Sozialleistungen. Fachliche Auskunft erteilt Ihnen gerne Michael Kauer, Dozent Marketing und Service Management, 044 789 98 14 oder per E-Mail m.kauer@hsw.ch

#### Ihre nächsten Schritte

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an:  
Hochschule Wädenswil, Mirjam Schäfer, Personalabteilung, Postfach 335, CH-8820 Wädenswil

168748



Am Ufer des Zürichsees, angrenzend ans Naturschutzgebiet, liegt wunderschön unser Schiff. Mit zwei traumhaften Terrassen, Speiserestaurant, Stübli, Saal, Aufenthaltsraum mit Weinkeller, Seerosenbar und 30 individuellen Zimmern. In dieser unvergleichlichen Atmosphäre leben wir Gastfreundschaft für unsere Gäste aus Nah und Fern.

### Betriebsassistentin und Hotelleiterin

Sie lieben Ihren Beruf und die Menschen. Phantasievoll und fachkundig helfen Sie mit, unser Haus zu pflegen und weiterzuentwickeln. Mit Liebenswürdigkeit und echter Leistung begeistern Sie Gäste und MitarbeiterInnen.

Sie sind zwischen 24 und 42 Jahre jung, humorvoll und herzlich. Mit Freude und Professionalität sind Sie verantwortlich für das Hotel, die tägliche Administration und für den Frühstücks- und Nachmittagservice.

Eine anspruchsvolle, vielfältige und abwechslungsreiche Aufgabe, ein junges Team, Wertschätzung, kundige Unterstützung und Weiterbildung erwarten Sie.

Wir freuen uns darauf, Sie kennen zu lernen!

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

168788

**...fantastische "Aussichten"!**

An fantastischer Aussichtslage über dem Lago Maggiore, inmitten mediterraner Parkanlage. Betrieb mit 52 Hotelzimmer und Appartements. 2 Schwimmbäder, Tessiner Grotto und Panoramarestaurant. Diverse Sportanlagen. Für die kommende Saison 2006, ab März oder nach Vereinbarung, suchen wir:

**Masseurin...**

- ...die über eine abgeschlossene Ausbildung mit EMR-Anerkennung verfügt.
- ...die gerne selbständig arbeitet und weiss, wie sie Ihr Produkt verkauft.
- ...die mithilft, das neue Massageangebot für die Saison 2006 zu gestalten.
- ...die Freude am Sport hat und bereit ist, das morgendliche Fitnessprogramm zu leiten.

**Servicemitarbeiter/in...**

- ...die/der jeden Tag Freude am Beruf hat und sich gerne in einem Team integriert.
- ...die/der ihre/seine Italienischkenntnisse verbessern möchte.
- ...die/der gerne auf Menschen zugeht.

Interesse? [www.campagnola.ch](http://www.campagnola.ch). Gerne erwarten wir Ihre Bewerbungsunterlagen: La Campagnola, Hotel-Ristorante-Grotto, Direktion, 6575 S. Nazzaro-Vairano 168771



Das Best Western Hotel Flora in Luzern liegt an bester Citylage und verfügt über 161 Zimmer. Der F & B-Bereich beinhaltet unser «La Restaurant», die «Bläich Bar», den Club «ADAGIO» sowie Seminar- und Bankettmöglichkeiten für bis zu 150 Personen.

Für unsere lebhaft Küche suchen wir ab sofort eine kreative Persönlichkeit als

**Chef de partie (w/m)**

Sie verfügen über eine Kochausbildung, sind zwischen 20 und 30 Jahre jung und bringen Freude am Beruf mit. Ausserdem sind Teamwork, aber auch selbständiges Arbeiten für Sie selbstverständlich.

Interessiert, eine neue Herausforderung in einem attraktiven und kreativen Arbeitsumfeld anzunehmen?

Katja Biner, Leiterin Human Resources, freut sich über Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Best Western Hotel Flora  
Seidenhofstrasse 5  
6002 Luzern  
Tel +41 (0)41 227 67 77  
Fax +41 (0)41 227 66 77  
[katja.biner@flora-hotel.ch](mailto:katja.biner@flora-hotel.ch)  
[www.flora-hotel.ch](http://www.flora-hotel.ch)



168764



Wir sind der grösste Ferien- und Freizeitpark im Herzen der Zentralschweiz, mit einzigartiger Verbindung von 4-Sterne-Hotellerie, Ferienwohnungen, Wellness- & Spa-Abteilung, Sport- und Erlebnispark sowie modernem Seminar- & Bankett-Bereich.

Für unsere diversen F&B-Outlets (4 Restaurants, 2 Bars und Banketträume) suchen wir Sie als erfahrene/n und frontorientierte/n, ca. 30- bis 45-jährige/n

**Restaurationsleiter/in**

Sie führen zwei direkt unterstellte Chef de Service mit einem Team von 25 Mitarbeitern. Gemeinsam mit dem Küchenchef positionieren Sie die F&B-Outlets mit Ihren frischen Ideen stets neu, nehmen Trends auf und entwickeln tatkräftig Angebote. Sie erkennen Schwachpunkte und finden Lösungen zu deren Behebung. Sie zeichnen sich durch ausgeprägte Fach- und natürliche Führungskompetenz aus. Ihr ausgesprochenes Flair fürs Organisieren und Koordinieren wird ergänzt durch Ihre beherrzte Art selbst mit anzupacken, wo immer es nötig ist. Sie sind ein Allrounder mit Hang zum Perfekten.

Ausserdem suchen wir nach Vereinbarung eine/n ca. 20- bis 30-jährige/n

**Service-/Barmitarbeiter/in**

Wir stellen uns eine flexible, verkaufsorientierte Persönlichkeit mit einer gastronomischen Ausbildung vor.

Suchen Sie die nicht alltägliche Herausforderung? Gerne informieren wir Sie in einem Gespräch über die vielen Möglichkeiten in unserem Haus.

Haben wir Ihr Interesse geweckt, dann senden Sie Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an Frau Beatrice Bucher, Personalabteilung, Tel. +41 (0)41 825 50 20, [beatrice.bucher@shp.ch](mailto:beatrice.bucher@shp.ch)



168775

**SWISS HOLIDAY PARK**  
Immer ein Erlebnis

Swiss Holiday Park AG · CH-6443 Morschach · Telefon +41 41 825 50 50  
[info@shp.ch](mailto:info@shp.ch) · [www.swissholidaypark.ch](http://www.swissholidaypark.ch)



**Aufbruchstimmung**

**F&B Manager**

Grosses anspruchsvolles Gastronomieunternehmen mit versch. Outlets in der Zentralschweiz. Für die Position in welcher Sie die gastronomische Leitung des gesamten F&B übernehmen, suchen wir einen Bewerber mit Erfahrung als F&B Manager in der Hotellerie (grosse internationale Hotels) oder grossen Gastronomieunternehmen. Sie übernehmen sowohl Verantwortung für Angebotsgestaltung, wie auch Budget und Kosten, führen ein Team von fast 50 Mitarbeitern und sind als Gastgeber und Organisator gefordert. Top-Position für Bewerber mit einem entsprechenden Leistungsausweis.

**Restaurantleiter/in**

> Exklusives Gourment-Restaurant Stadt Bern Erfahrung in der Spitzengastronomie sowie sehr gute Weinkenntnisse Bedingung.  
> Grosser und sehr renommierter Hotelbetrieb am Bielersee. In dieser Position sind Sie als Direktionsassistent/in auch die Stellvertretung der Direktion, stark im Frontbereich als Gastgeber und organisatorisch im Bereich Bankett- (Verkauf und Organisation). Brigade 25 Mitarbeiter/innen.

**Direktionsassistentin**

Berner Oberland. In dieser Vertrauensposition sind Sie als persönliche Assistentin des Direktors die «gute Seele» in der Chefetage. Wir sprechen für diese Stelle eine gepflegte jüngere Bewerberin an, mit kaufm. Ausbildung oder Hotelfachschule, sehr guten Kenntnissen der Luxushotellerie in verschiedenen Abteilungen und vor allem auch Auslandsfahrung in franz. und englischen Sprachgebieten.

In dieser Position erledigen Sie sowohl administrative Aufgaben der Direktion, Terminplanung, Empfang von VIP's als auch evtl. Aufgaben im Bereich Sales & Marketingabteilung. Wir setzen ein gepflegtes Auftreten sowie hervorragende Sprachkenntnisse in D/F/E voraus.

**Reservationsleiterin**

**Seminar- und Kongresskordinatorin**  
Zürich. In einem sehr renommierten Seminar- und Kongresshotel sind zwei sehr interessante Kaderpositionen zu besetzen. Wir sprechen Bewerberinnen an, die über eine fundierte Aus- und Weiterbildung im Bereich Hotellerie/Tourismus verfügen und Berufserfahrung in der jeweiligen Abteilung vorweisen können.

**Junior Sales-Manager/in**

Zürich. Für ein Marketingunternehmen, das weltweit Erstklass-Hotels vertritt, suchen wir eine verkaufsstarke und kommunikative Persönlichkeit. Erste Sales- Erfahrung, gute Fremdsprachenkenntnisse und die Bereitschaft zu gelegentlicher Reisetätigkeit setzen wir voraus.

**Gouvernante**

4\*-Hotel am Neuenburgersee. Wir suchen eine jüngere Bewerberin mit Hofausbildung und einiger Berufserfahrung, welche sich in dieser Position einarbeitet im Hinblick auf eine mögliche Nachfolgeregelung der 1. Hausdame. Sprachen D/F.

...viele weitere Stellen bei uns unter: [www.horega.ch](http://www.horega.ch)

**HoReGa Select AG Kaderberatung**

Stänzlergasse 7, 4051 Basel  
[info@horega.ch](mailto:info@horega.ch) / [www.horega.ch](http://www.horega.ch)

168743



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



**Restaurant Pfannenstiel**

Unser wunderschönes Ausflugsrestaurant liegt auf der Passhöhe zwischen Zürichsee und Greifensee. Als Ganzjahresbetrieb verfügen wir über eine Buurebeiz, das Stübli und einer traumhaften Terrasse mit 150 Plätzen. Bei uns finden Sie einen tollen Teamgeist. Wir halten das Wohl unserer Gäste im Zentrum aller Bemühungen.

Per 1. Januar 2006 – oder nach Vereinbarung – suchen wir

**Assistent/in des Geschäftsführers**

**Ihr Aufgabengebiet**

- Stellvertretung/rechte Hand des Geschäftsführers
- Führung unserer Servicebrigade mit Humor und Charme
- persönliche Betreuung unserer Gäste
- zeitweise Führung einer eigenen Station, inkl. Inkasso
- administrative Arbeiten (Arbeitspläne/Bankett-Bestätigungen usw.)

**Ihr Persönlichkeitsprofil / Ihr Leistungsausweis**

- positive Lebenseinstellung
- sehr gute Umgangsformen
- ausgeprägter Teamgeist
- perfektes Deutsch – vorzüglich Dialekt
- Pflicht- und Verantwortungsbewusstsein
- kostenbewusstes Denken und Handeln
- Flexibilität bezüglich Arbeitszeit (Wochenenden/Abende)
- praktische EDV-Erfahrung (Word/Excel)

Unsere hohen Anforderungen an Sie honorieren wir überdurchschnittlich. Ihre Bewerbung (mit aktuellem Foto) schicken Sie bitte an:

Restaurant Vorderer Pfannenstiel Tel. 044 923 55 44  
Herr Daniel Cassani Fax 044 923 59 44  
Herrenweg info@restaurant-pfannenstiel.ch  
8706 Meilen www.restaurant-pfannenstiel.ch 168765

**Mehr brauchen Sie nicht.**

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

Inserieren und Abonnieren:  
Tel.: 031 370 42 42, Fax: 031 370 42 23  
[inserate@htr.ch](mailto:inserate@htr.ch), [www.htr.ch](http://www.htr.ch)



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

**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 + Fidelio)**

**Serveurs**

Veillez s. v. pl. adresser votre offre par écrit 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

**hoteljob**

**Votre spécialiste du placement**

hoteljob  
Rue des Terreaux 10  
Case postale: 7507  
1002 Lausanne  
Téléphone 021 320 28 76  
Fax 021 320 02 64  
[marie-claire.rossi@hotelieresuisse.ch](mailto:marie-claire.rossi@hotelieresuisse.ch)  
[www.hotelieresuisse.ch](http://www.hotelieresuisse.ch)



167732

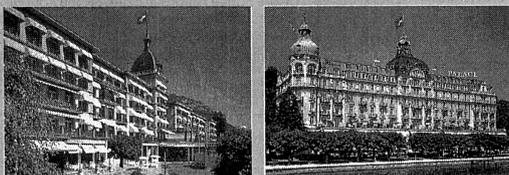


Stellenangebote

SwissDeluxeHotels.com  
Committed to quality and individuality

Marché de l'emploi

DER GASTFREUNDSCHAFT GEWIDMET



FÜR UNSERE FÜHRENDEN LUXUSHOTELS IN INTERLAKEN, LUZERN UND ZÜRICH SUCHEN  
WIR EINE INITIATIVE, ERFAHRENE VERKAUFSPERSÖNLICHKEIT ALS

## DIRECTOR OF SALES

(ANFANG JAHR ODER NACH VEREINBARUNG)

SIE SIND VERANTWÖRTLICH FÜR MEHRERE GEOGRAPHISCHE MÄRKTE UND BAUEN  
UNSERE MARKTPPOSITION KONTINUIERLICH AUS. DABEI PFLEGEN SIE ENGE KONTAKTE ZU  
UNSEREN BESTEHENDEN INTERNATIONALEN ACCOUNTS UND AKQUIRIEREN MIT DER  
NÖTIGEN HARTNÄCKIGKEIT NEUE PARTNERSCHAFTEN. IHR HEUTIGES BEZIEHUNGSNETZ,  
IHRE GEWINNENDE AUSSTRAHLUNG UND IHRE BELASTBARKEIT UNTERSTÜTZEN SIE DABEI.

SIE SIND EIN ZIELORIENTIERTER PROFI MIT MARKETING- UND/ODER SALES-ERFAHRUNG  
IN DER HOTELLERIE UND HABEN EIN FLAIR FÜR DEN LUXUSBEREICH. DEUTSCH IST IHRE  
MUTTERSPRACHE, SIE KOMMUNIZIEREN VERHANDLUNGSSICHER IN ENGLISCH (WORT  
UND SCHRIFT) UND VERFÜGEN ÜBER FRANZÖSISCH-KENNTNISSE. EINE AUS- UND  
WEITERBILDUNG IN MARKETING UND/ODER VERKAUF RUNDET IHR PROFIL AB.

FRAU ANJA LANDERT, LEITERIN HUMAN RESOURCES,  
FREUT SICH ÜBER IHRE SCHRIFTLICHE BEWERBUNG.

168777



PALACE  
LUZERN  
\*\*\*\*\*

Member of  
The Leading Hotels  
of the World

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

W  
I  
D  
D  
E  
R  
H  
O  
T  
E  
L

das widder hotel – das luxushotel mit den  
erlebbaren spannenden gegensätzen. moderne  
architektur in 9 historischen altstadthäusern. 49  
individuell gestaltete zimmer im herzen der  
zürcher city. widder bar & widder restaurant –  
beliebte treffpunkte lokaler und internationaler  
gäste. wir suchen nach vereinbarung ausgewie-  
sene und dynamische mitarbeiter/innen als

### chefs de partie

die qualitätsbewusst, initiativ, engagiert und  
selbständig

und

### commis de cuisine

die kreativ und zielstrebig sind.

suchen sie einen arbeitsplatz in einem jungen  
team, der ihrer persönlichen weiterentwicklung  
flügel verleiht? dann warten wir gespannt auf  
ihre ausführliche bewerbung mit foto. ihre fra-  
gen beantwortet ihnen frau tatjana amstutz,  
leiterin human resources auch gerne telefonisch.

widder hotel, rennweg 7, 8001 zürich

tel. 01 224 25 26, fax 01 224 24 24

[administration@widderhotel.ch](mailto:administration@widderhotel.ch) /

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

The Leading  
Small Hotels  
of the World



design hotels

168777

# 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

### Küche/cuisine

1	2	3	4	5	6	7	8
0680	Jungkoch	20	CH	sofort	D/E/F	Baden/Zürzach	
0681	Koch	37	CH	sofort	D/E/F/I	ZG/AG/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/F	ZG
0692	Koch	42	DE	sofort	D	Nord-CH	
0693	Hilfskoch/w	37	MA	B-EG	Jan.	D/F	Zürich
0698	Sous-chef	51	DE	B-EG	sofort	D/E/F	Hotel/Spital
0699	Küchenchef	37	IT	C	Dez.	D/E/F/I	BE/TI/VD
0700	Hilfskoch	46	TR	C	sofort	D/E	
0705	Sous-chef/w	23	CH	Dez.	D/F	SOBE-Mittelland	
0706	Küchenchef	43	DE	C	Dez.	D/E/F	Spiez/Thun/Interlaken
0707	Sous-chef	36	CH	Dez.	D/E/F	BE-Ober/L/VS/IGR	
0708	Hilfskoch 50%	43	CH	Dez.	D	GR/Gem.gastr.	
0709	Alleinkoch	47	CH	n.Ver.	D/E/F	Ost-CH	
0711	Kellner/Chef de service	45	CH	sofort	D/E	ZH/AG/ZG/TG/L.gasth.	
0713	Geschäftsführer/Gérant	45	CH	sofort	D	Nord-CH/Gem.gastr.	
0715	Diätkoch/w	21	CH	Dez.	D/I	ZH/SH/TG	
0725	Küch./chef/Alleinkoch	39	DE	C	Feb.	BE-Mittell./B'see	

### Service/service

1	2	3	4	5	6	7	8
0679	Chef d.s./Betr.assistentin	47	CH	n.Ver.	D/E/F	Zürich	
0685	Bardame	45	PL	C	Jan.	D/E/I	
0686	Kellner/Koch	54	AT	L-EG	Jan.	D/E/F	
0687	Service/w	34	GB	B-EG	Jan.	E/I	Deutsch-CH
0690	Service/w	36	HR	C	Jan.	D	SO/BE
0702	Sefa	46	CH	Dez.	D/E/F	ZH/SG	
0704	Kellner/Barman	43	FR	L-EG	sofort	D/F	
0714	Service/Barman	57	CH	Dez.	D/E	Deutsch-CH	
0716	Kellner	26	AT	B-EG	Dez.	D/E	Thun/Bern/Interl.
0717	Bardame	38	CZ	C	sofort	D/E/I	
0718	Buffetdame	43	CH	Jan.	D	BE-Ober/L/VS/Betrieb	
0720	Kellner/Barman	33	DE	L-EG	Dez.	D	VS/ZH/L/UB/BE-Oberl.
0721	Restaurantleiter	50	CH	Dez.	D/E/F/I	BE	
0723	Sefa/Bardame	42	FR	B	Dez.	D/E/F/I	GENS/BE/B/SBL
0724	Service/w	46	DE	C	Feb.	D/E/F	FR/BE

### Administration/administration

1	2	3	4	5	6	7	8
0691	Night Auditor	43	UG	C	sofort	E/F/I	VD/GE
0696	Betriebsassistentin	29	CH	sofort	D/E/F/I	BE	
0701	Anfangsreceptionistin	21	CH	Dez.	D/E/F	BE-Oberl./B4*-Hotel	
0703	Réc./Betr.assistentin	41	CH	Jan.	D/F/I		

0710	Direktionsassistentin 80%	40	CH	Dez.	D/E/F	Interlaken
0712	Réceptionistin	27	CH	Dez.	D/E/F	ZH

### Hauswirtschaft/ménage

1	2	3	4	5	6	7	8
0682	Etagengouvernante	51	CH	sofort	D/E/F/I	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/F	Bern/Thun/Emmental	
0719	Masseur	55	CH	n.Ver.	D/E/F/I	ZH/Wellnessbetrieb	
0722	Haushilf/w	50	CH	Dez.	D/E	BE/SO	

- 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)

168758

## Stellenbewerbung / Candidature

### SUCHEN SIE ÉINE STELLE?

Wenn Sie Erfahrung in der Hotellerie/Gastronomie haben, dann füllen Sie am besten gleich den unten stehenden Bewerbungstalon aus. Ihre Angaben erscheinen während 2 Wochen auf dieser Seite in der hotel+tourismus revue. Das Inserat ist für Sie kostenlos.

### CHERCHEZ-VOUS UN EMPLOI?

Si vous êtes qualifié 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

## CHEZ NOUS, LE SOURIRE DES UNS FAIT LE BONHEUR DES AUTRES



Novotel est une enseigne Accor contemporaine et innovante. Référence de l'hôtellerie milieu de gamme, elle est composée de 370 hôtels d'affaires et de loisirs dans plus de 61 pays.

Venez rejoindre l'équipe de vente du Novotel Genève Centre, 206 chambres en cours de rénovations, 30 studios résidentiels, 4 étoiles au centre ville de Genève

en tant que

### Sales Representative

Vous avez en charge la prospection et le suivi des PME et des agences de voyages de votre région. Votre mission consiste à fidéliser la clientèle existante et à gagner de nouvelles parts de marché. Vous réalisez les objectifs de vente fixés dans votre région sous la supervision du Accor Key Account Manager et de la direction de l'hôtel. Vous connaissez les caractéristiques du secteur des prestations de services et conseillez vos clients en conséquence.

L'usage du français et de l'anglais vous aident à communiquer au sein du réseau commercial international d'Accor. Vous bénéficiez d'une expérience commerciale d'au minimum deux ans, acquise dans le secteur hôtelier ou du tourisme. Vous êtes en mesure d'acquiescer un style de travail autonome très rapidement.

Nous vous offrons un poste de travail varié et plein d'avenir dans l'un des plus grands groupes hôteliers au monde. Rémunération avec intéressement.

Merci d'envoyer votre candidature au Novotel Genève Centre, à l'attention de la direction, rue de Zurich 19, 1201 Genève ou par courrier électronique H3133-GM@accor.com



L'AVENIR VOUS SOURIT

## HÔTEL DES TROIS COURONNES

Hôtel \*\*\*\* de luxe  
membre «Leading Hotels  
of the World»  
Nous recherchons pour entrée  
à convenir:

**CHEF DE RÉCEPTION  
RÉCEPTIONNISTE  
RESPONSABLE  
DES RÉSERVATIONS  
ASSISTANTE GOUVERNANTE  
GÉNÉRALE  
COST CONTRÔLE**

Au bénéfice d'un diplôme de l'École hôtelière ou d'une expérience réussie dans un poste similaire d'une période d'au moins 5 ans, une bonne présentation, le sens du service personnalisé et le souci de donner le meilleur de vous-même dans l'exercice de votre métier. Bilingue français/anglais obligatoire, l'allemand serait un atout supplémentaire pour les postes de chef de réception, réceptionniste responsable réservations.

Vos candidatures complètes (lettre de motivation, CV, photo, certificats), doivent être adressées à l'attention de notre responsable des Ressources Humaines, Madame Malya Renaud Crisci.

Rue d'Italie 49, CH-1800 Vevey  
Tél. +41 21 923 32 00  
Fax +41 21 923 33 99

168786

Wir suchen für **KREUZFAHRTSCHIFF** im Indischen Ozean sprachgewandte (D/E/F), seetaugliche, sympathische, jüngere Damen als

### Bord-Sekretärin

Eintritt: sofort

sowie

### Rezeptionistin

Eintritt: 12. Jan. 06

Verträge 6 Monate mit Option.

Bewerbungen mit Lebenslauf, Pass- und Ganz-Foto erbeten an:

EFAR CONSULTING AG  
Hr. A. F. Reichert  
Baslerstr. 275, 4123 Allschwil

168741

## htr STELLENVERMITTLUNGEN

Fach- und Kaderstellen-leuten  
Professionnels et cadres – emplois et personnel  
Professionali et quadri – posti e impiegati

[WWW.GASTRONET.CH](http://WWW.GASTRONET.CH)

044 225 80 90

GASTRONOMIE - HOTELLERIE

167027

[www.jobs-hotel.ch](http://www.jobs-hotel.ch)

TOP Stellenangebote

Tel. 081 382 21 57

## htr STELLENGESUCH

Sie, mit Erfahrung in der Deutschschweiz, sucht per sofort oder nach Vereinbarung eine Stelle als

### Réceptionniste

Zögern Sie nicht! Ich freue mich auf Ihren Anruf.

Tel. +43 699 125 65 411

168778

# Mehr brauchen Sie nicht.

Die **htr stellen revue** bietet jede Woche den grössten Stellenmarkt der Branche. Hier finden Sie die besten Fachkräfte.



Inserieren:  
Tel.: 031 370 42 42, Fax: 031 370 42 43  
[inserate@htr.ch](mailto:inserate@htr.ch)



Die führende Fachzeitung für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.  
Mit dem grössten Stellenmarkt der Branche. [www.htr.ch](http://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: Ines Stöbel

Anzeigenverkauf / Vente des annonces: Oliver Egloff (Anzeigenleiter), Marc Moser  
E-Mail: [inserate@htr.ch](mailto:inserate@htr.ch)

### Anzeigentarif (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. 48/2005	Nr. 49/2005	Nr. 50/2005	Nr. 51/2005
– Erscheint	1. 12. 2005	8. 12. 2005	15. 12. 2005	22. 12. 2005
– Anzeigenschluss	28. 11. 2005	5. 12. 2005	12. 12. 2005	19. 12. 2005
– Wiederholungen	28. 11. 2005	5. 12. 2005	12. 12. 2005	19. 12. 2005

Herstellung / Production: Büchler Grafino AG / Druckzentrum Bern, 3001 Bern

WEMF-beglaubigt 2004/05 / contrôlés REMP 2004/05, verkaufte Auflage/tirage vendu: 12 332, Gratisauflage/tirage gratuit: 1 342 (Druckauflage/tirage imprimé: 18 000)

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwertet werden. Ausgeschlossen ist insbesondere auch eine Einspeisung auf Online-Dienste, unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht. Der Verleger und die Inserenten untersagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Jeder Verstoß gegen dieses Verbot wird vom Verlag rechtlich verfolgt.