

Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 113 (2005)
Heft: 7

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: 16.08.2025

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

hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE UND TOURISMUS

Avec cahier français



AKTUELL

2

Sâmi Salm | Der Grindelwaldner Tourismusdirektor spricht über seine Pläne mit dem Gletscherdorf.



AKTUELL

5

Trend-Gutachten | Neben den Wellness-Spezialisten profitieren in Deutschland die auf Tagung und Kongress orientierten Hotels.



FOKUS

13/14

Kaffeeanbau | Der Kaffee aus fairem Handel legt vor allem in der Schweizer Gastronomie kräftig zu.



BLICKPUNKT

Handeln statt immer nur jammern

Christine Künzler

Die Hoteliers aus der Destination Gstaad Saanenland haben einen Entscheid gefällt: sie wollen mit Yield-Management die Zwischen- und Nebensaison besser auslasten. Damit zeigen sie, dass sie handeln, statt über leere Betten zu klagen. 70 Prozent der Hoteliers einer Destination kooperieren und ermöglichen so eine gemeinsame Last-Minute-online-Plattform. Mit diesem Yield-Rabatt-Projekt sind sie im Bereich Hotellerie Pioniere in der Schweiz. Jede Münze hat ihre Vor- und Rückseite. Die Schattenseite des Projekts Yield-Management ist eine mögliche Verärgerung der Stammgäste. Auch können Kritiker damit argumentieren, dass Schnäppchenjäger nicht nach Gstaad passen. Doch: 25 Prozent Rabatt – das ist zur Zeit die höchste Stufe – sind nicht alle Welt. Wer im Gstaader «Palace» übernachten will, bezahlt im besten Fall noch zwischen 457 und 1455 Franken für das Doppelzimmer. Also auch der Schnäppchenpreis passt nicht zu jedermanns Geldbeutel. Und auch die Betriebskostenrechnung dürfte so noch aufgehen: Wer Packages anbietet – das tun die meisten Hoteliers – gewährt eine ähnlich hohe Preismässigung.

Vorteile kontra Nachteile: Die Vorteile des Gstaader Yield-Management-Projekts überwiegen schon deshalb, weil die Hoteliers solidarisch aktiv geworden sind. Sage da noch einer, in der touristischen Branche gäbe es zu wenig Kooperationen. Zudem ist das Yield-Management eine Chance, neue Gäste zu generieren. Gäste, die, wenn sie sich im Hotel wohlfühlen, vermutlich auch zum Normalpreis wieder dort buchen werden.

Siehe auch Seite 7

Gstaader Hotellerie

Gemeinsames Yield-Management

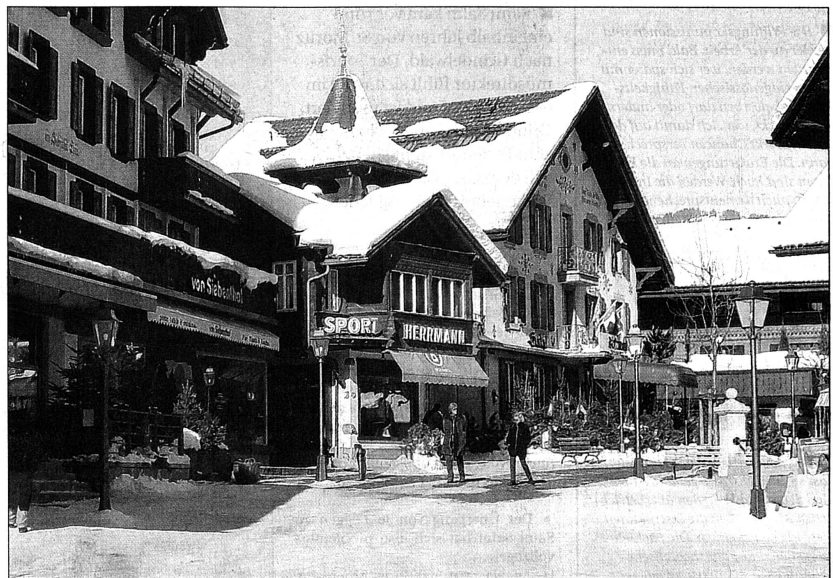
Rund drei Viertel der Hoteliers aus der Destination Gstaad-Saanenland wollen mittels Yield-Management ihre Häuser besser auslasten.

Christine Künzler

Wenn in der Zwischensaison viele Betten in den Gstaader Hotels leer sind, profitiert der Gast: Er kann bei Gstaad-Saanenland Tourismus online ein Hotel buchen, das ihm bis zu 25% Rabatt gewährt. Wer den SMS-Dienst von Gstaad-Saanenland Tourismus abonniert, wird informiert, wann er wo ein 25%-Schnäppchen machen kann.

Yield-Management soll den Hoteliers ermöglichen, die Betten zu füllen. Das Last-Minute-Angebot ist seit Mitte Dezember 2004 auf Internet und hat – ohne jegliche Werbung – 80 zusätzliche Buchungen von Neukunden generiert. «Eine gute Sache», findet Michael Vogt, Front-Office-Manager vom Grand Hotel Bellevue in Gstaad, das ebenfalls Yield-Rabatte gewährt. Probleme, die tieferen Preise gegenüber den Stammgästen zu rechtfertigen, sieht er keine: «Der Stammgast bucht ein Jahr zum Voraus und hat sein Wunschzimmer.»

Siehe Seite 7



Gstaader Hoteliers setzen auf Yield-Management. Der Gast kann bis zu 25 Prozent günstiger übernachten, wenn die Hotels schlecht ausgelastet sind. Bei Full House gibt es keine oder nur eine geringe Ermässigung. Foto: zvg

Promotionen

Auch den Frühling vermarkten

Das Ferienland Schweiz nutzt alle Jahreszeiten – bis auf den Frühling – als touristisches Produkt. Aber auch dieser wird zunehmend promotet, wenngleich er seine Grenzen hat. Für Schweiz Tourismus beispielsweise sei der Frühling zwar ein Thema, doch wird keine eigentliche Frühling-Kampagne durchgeführt. Thunersee-Tourismus bezeichnet den Frühling touristisch durchaus als wichtigen Faktor. Deshalb würden gezielt Events durchgeführt. DST/GIW

Siehe Seite 12

Schulhotels: Das Obligatorium fällt

Ab 2008 entscheiden die Kantone, wo die angehenden Hotelfachkräfte zur Schule gehen. Das wird am Schulhotel «Regina» von hotelleriesuisse nicht spurlos vorbei gehen.

Bis anhin war der Fall klar: Alle Lehrlinge, die sich in der Schweiz zu Hotelfachassistenten (Hofa) ausbilden liessen, besuchten für den theoretischen Unterricht zweimal im Jahr einen fünfwöchigen Kurs in einem Schulhotel von hotelleriesuisse. Dieses Schulhotel-Obligatorium ist aber in der Bildungsverordnung der neuen Berufslehre «Hotelfachfrau/-

fachmann» ab 2005 nicht mehr verankert. Immerhin gelang es dem Branchenverband, eine Übergangsfrist von drei Jahren auszuhandeln, damit sich insbesondere der einzige ganzjährige Betrieb im Schulhotel «Regina» in Interlaken auf die neue Situation einstellen kann. Der Kanton Zürich wartet allerdings nicht so lange. Er will seinen Betrieben voraussichtlich schon ab diesem Sommer freistellen, ob sie ihre Lehrlinge einmal pro Woche in die Berufsschule schicken oder zweimal pro Jahr für fünf Wochen ins Schulhotel.

7L Siehe Seite 3

Schweizer Warenkorb

Gastgewerbe verliert weiter

Der Schweizer Haushalt gibt von seinem Budget immer weniger in Restaurants und Hotels aus. Grösster Konkurrent ist die Gesundheitspflege, für welche Schweizer und Schweizerinnen immer tiefer in die Tasche greifen. Gleichzeitig steigen die Preise im Gastgewerbe überdurchschnittlich, was den Konsum eher noch weiter dämpft. Ausnahme ist hier die Hotellerie: Im letzten Jahr zeigte die Tendenz beim Landesindex der Preise erstmals nach unten.

CSG Siehe Seite 11



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

HOTEL INFORMATIK
seit über 18 Jahren

protel

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

Polster-Möbel-Klinik
Zähringerstrasse 24, 8001 Zürich
Telefon 079 403 39 93

«De Stör-Polsterer chunnt»

A.C.H.T.U.N.G.!
Sessel • Sofas • Bänke • Stühle • Kissen
Neu beziehen und aufpolstern vom Spezialisten

- Gratisberatung und Offerten ganze Schweiz
- Express-Ausführung in Ihrem Betrieb
- Garantie bis 10 Jahre
- Günstiger als jede Konkurrenzofferte (mind. 10%)
- 30-jährige Gastronomie-Erfahrung
- 1000 zufriedene Gastro-Unternehmer
- Rufen Sie uns unverzüglich an: 079 403 39 93

EINFACH PERSÖNLICH.

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

MIRUS SOFTWARE

MIRUS Mitarbeiter-Management

sind die neuen Quellensteuerarten schon integriert!

Profitieren auch Sie vom Know-how des Marktleaders!

MIRUS Software

Well Ihre Zeit zu kostbar für administrativen Kleinkram ist.

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

htr AUS DEM INHALT

Pizol-Bahnen 4	Yield-Management 7	Warenkorb 11	Kaffee & Schokolade 14
Die Bergbahngesellschaften von Wangs und Bad Ragaz können sich nicht auf ein gemeinsames Projekt für den Zubringer auf den Pizol einigen. Nun droht die Streichung der Investitionshilfe des Bundes.	Rund 70 Prozent der Gstaader Hoteliers setzen auf Yield-Management. Damit erhoffen sie sich, die Zwischensaison besser auslasten zu können. 25 Prozent ist bis jetzt die höchste Rabattstufe.	Herr und Frau Schweizer geben von Jahr zu Jahr weniger von ihrem Haushaltsbudget für Leistungen des Gastgewerbes aus. Dafür immer mehr für ärztliche Leistungen und Medikamente.	Die Mariage von Kaffee und Schokolade hat Tradition. Doch nicht jede Schokolade passt zu jedem Kaffee. Wies geht, lernt man in Sensorik-Kursen, zum Beispiel bei der Max Felchlin AG in Schwyz.
Deutsche Hotellerie 5	Sevilla 9	Marketing 12	Frankreich 17
«Wer gewinnen will, muss investieren» – so lautet das Fazit eines Trend-Gutachtens für die deutsche Hotellerie. Das Gutachten gibt Handlungsempfehlungen für Investitionen.	Dass man im Zeichen sinkender Zimmerlastungen erfolgreich auch unkonventionelle Wege beschreiten kann, beweist das 4-Sterne-Hotel Las Casas de la Juderia in Sevilla.	Im Ferienland Schweiz werden alle Jahreszeiten als touristisches Produkt genutzt. Alle, bis auf den Frühling. Aber auch er wird zunehmend promotet, wenn gleich er seine Grenzen hat.	Diverse Faktoren wie sinkende Übernachtungszahlen oder überalterte Unterkunftsstrukturen bedrohen den Tourismusstandort Frankreich. Eine Studie von Pro-tourismus schlägt nun Alarm.

htr CAHIER FRANCAIS

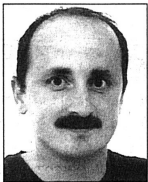
«Swiss Golf» CF 1	Didier de Courten CF 4
Die im Dezember unterzeichnete Partnerschaft zwischen ST und der Gesellschaft VZP ist im Februar aktiv geworden. Unter der Bezeichnung «Swiss Golf» soll der Golf Tourismus Auftrieb erhalten.	Didier de Courten, gemäss Guide Michelin der beste Koch des Wallis, wird nun auch Hotelier. Mit der Übernahme des «Terminus» in Sierre realisiert de Courten ein Restaurant-Hotel-Konzept.
Mirador Kempinski CF 3	Tourismus-Messen CF 5
Ende 2004 hat der bayerische Küchenchef Peter Knogl die Leitung der Küchen des «Mirador Kempinski» auf dem Mont-Pèlerin übernommen. Nun wurde die neue Karte präsentiert.	Die Saison der grossen internationalen Tourismus-Fachmessen ist voll im Gange. Für die Branchen-Profis setzt der Besuch eine gute Vorbereitung und eine aktive Präsenz vor Ort voraus.

STANDPUNKT

Von Theorie und Praxis

Philippe Volery*

Die Prüfungskommissionen sind wieder an der Arbeit. Bald muss entschieden werden, wer sich später mit einem eidgenössischen Fähigkeitsausweis bewerben darf oder anders ausgedrückt, wer sich damit auf dem Arbeitsmarkt Chancen versprechen kann. Die Erwartungen an die Kandidaten sind hoch. Werden die Inhalte jedoch auch dementsprechend durch die Lehrbetriebe vermittelt?



Von den Betrieben wird verlangt, dass sie die Lehrlinge gemäss einem Modell ausbilden. In den überbetrieblichen Kursen leben die Instrukturen diese ideale Praxis vor. Die Fachlehrer versuchen dabei das theoretische Grundwissen so praxisnah wie möglich zu vermitteln. Die Vorgaben stammen von den Verbänden, in der Praxis werden diese jedoch nur teilweise umgesetzt. Man stelle sich vor, der Lehrling erhält im Betrieb eine Instruktion und merkt, dass diese Instruktion nicht mit den theoretischen Ausführungen übereinstimmt. Es wird in der Theorie von den jungen Berufsleuten sehr viel verlangt – vieles was in der Praxis nie oder nur sehr selten angewandt wird. Beispiele: Veraltete Menüberechnungen und Kochmethoden, veraltete Vorstellungen, was gesundes Essen ist, sind gang und gäbe. Man könnte sich nun fragen, ob die Lehrabschlussprüfung sich an die Praxis oder an die Theorie anpassen sollte.

Wenn ich mir die Sorgen und Meinungen der Lehrlinge, der Lehrmeister, der unterschiedlichen Kommissionsmitglieder oder der Lehrabschlussprüfungs-Experten anhöre, so wird mir klar, dass diese sich auf einer schwierigen Gratwanderung befinden. Viele Betriebe wissen, was zum Grundwissen gehört. Sie sind jedoch aus unterschiedlichen Gründen nicht in der Lage, dieses Wissen umzusetzen.

Es bleibt zu hoffen, dass sich die Experten bewusst sind über die Situationen in den Lehrbetrieben und die zukünftigen Berufsleute mit Weitsicht beurteilen. Kandidaten der Lehrabschlussprüfung können nur das aufzeigen, was sie bei unseren Berufskollegen gelernt und erfahren haben. Deshalb wünsche ich mir, dass Theoretiker und Praktiker näher zusammenfinden, um ein klares Berufsbild zu vermitteln.

*Präsident der Schweizerischen Gastronomie-fachlehrer-Vereinigung

Sämi Salm

«Zur rechten Zeit am rechten Ort»

Sämi Salm kam vor rund einhalb Jahren von St. Moritz nach Grindelwald. Der Tourismusdirektor fühlt sich wohl im Gletscherdorf und ist motiviert, Grindelwald vom Ausflugs- zum Ferienort zu pushen. Er will dem Gast vermehrt wieder Bergerlebnisse ermöglichen.

Christine Künzler

► Knapp 20 Monate Tourismusdirektor in Grindelwald: Was hat sich in dieser Zeit verändert?

Allzu viel hat sich nicht verändert: Ich übernahm einen Betrieb, der funktionierte. Ich habe ein paar Abläufe umgestellt, um die Kommunikation zu verbessern. Das wird von meinen Mitarbeitenden positiv aufgenommen, wie die Jahresgespräche zeigten. Auch von aussen ist Grindelwald Tourismus nicht in Frage gestellt.

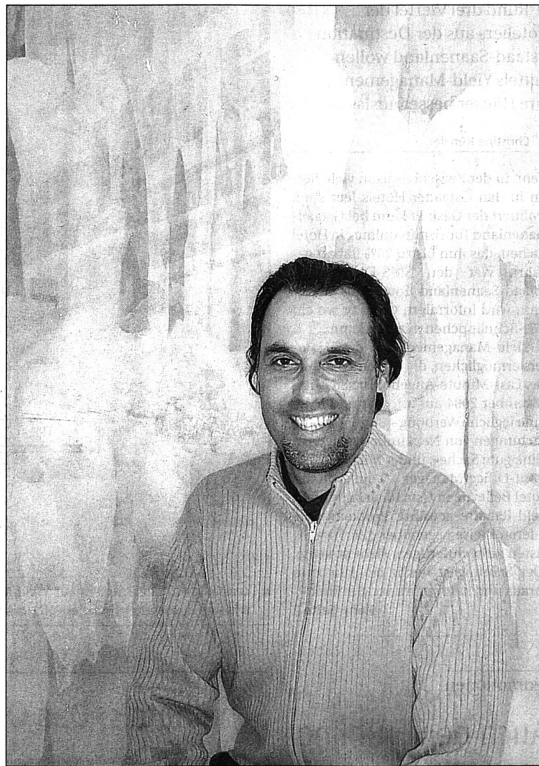
► Der Übergang von Jo Luggen zu Sämi Salm hat sich also problemlos vollzogen...

Ja, es war ein nahtloser Übergang. Schon bevor ich nach Grindelwald kam, gab es Wechsel im Vorstand. Nun engagieren sich dort jüngere Leute, die die gleiche Sprache sprechen wie ich. Dieser Generationenwechsel hat auch in der Hotellerie und bei den Bergbahnen stattgefunden. Die meisten Leistungsträger sind jetzt um die 40 Jahre alt. Mein Stellenwechsel erfolgte für mich also zur rechten Zeit und an den rechten Ort.

«WIR WOLLEN WIEDER DEN FERIENGAST UND NICHT DEN AUSFLUGSGAST ANSPRECHEN.»

► Mit Ihrem neuen Auftritt wollen Sie weg vom etwas verstaubten Image von Grindelwald. Glauben Sie, dass das neue Logo ausreicht, das Image zu verändern?

Nein, ein neues Logo reicht sicher nicht, um ein Image zu verändern. Wir haben zusammen mit unserem frecher gewordenen Logo, auf dem der Eiger abgebildet ist, auch unsere Events neu konzipiert. Das Winter-Opening beispielsweise ist ganz neu. Noch nie haben sich so viele Leistungsträger an einem solchen Event beteiligt. Für den Sommer lancieren wir das Eigerlive-Berg-Festival. Wir wollen Events kreieren, die nach Grindelwald passen – nicht zu viele, aber Anlässe, die der Gast während der ganzen Saison immer wieder erleben kann. Ein Beispiel: Der Grindelwaldner Bergmalerverein erteilt einen Malkurs in der Woche vor dem Eigerlive-Berg-Festival. Am Festival werden die Gemälde der Kurs-



► Sämi Salm. Der Grindelwaldner Tourismusdirektor setzt auf die Berge. Er will die Gäste an den Berg bringen und zum längeren Verweilen animieren. Foto: zwg

teilnehmer präsentiert. Im Sommer lancieren wir damit vielleicht einen Themenweg und im Herbst wird möglicherweise erneut eine Malwoche durchgeführt.

► Welches Gästesegment wollen Sie nach Grindelwald holen?

Wir wollen wieder vermehrt den Feriengast, der vier oder fünf Tage bleibt, ansprechen und nicht den Ausflugs-gast. Unsere Zielgruppe sind aktive Menschen zwischen 35- und 65-jährig. Solche, die gerne in der Natur sind und sich sportlich betätigen, die abends aber auch geniessen können. Das Angebot in Grindelwald ist zu gross, um sich auf ein spezifisches Segment auszurichten.

► Was macht Grindelwald, um diese Gäste anzulocken?

Im Gegensatz zum Südtirol beispielsweise fehlen in Grindelwald Hotels mit einem Garten und einem Swimming-pool vor dem Haus. Also müssen wir den Gästen ausserhalb der Hotels etwas bieten: Im Gelände, am Berg. Wir wollen die Gäste an den Berg holen – sie sollen den Berg erleben können. Die Bergbahnen haben jetzt neu eine

Person für die Kreation solcher Angebote eingesetzt. Grindelwald hat viele kleine Hotels. Dort ist es schwierig, grosse Änderungen in der Infrastruktur vorzunehmen. Doch soweit möglich werden die Wellness- und Beauty-Abteilungen ausgebaut. Auch im Bereich Gastronomie wird viel unternommen. Wir hätten natürlich gerne ein weiteres 5-Sterne-Hotel. Doch die familiären, kleinen 3-Sterne-Hotels sind eine Stärke Grindelwalds. Sie wirken sich auf das Ferienerlebnis des Gasts positiv aus.

«WIR WOLLEN EVENTS KREIEREN, DIE NACH GRINDELWALD PASSEN.»

► Grindelwald fehlt ein trendiges Hotel...

Ja, das stimmt. Wir haben kein Hotel, das wirklich herausragt und unter den ersten fünf im Hotelrating platziert ist. Wir haben bis jetzt leider auch noch keinen Mäzen gefunden, der ein Hotel übernimmt...

► Die Ortsumfahrung und der Umbau Bahnhof sind in Grindelwald Dauerbrenner...

Die Dorfstrasse muss beruhigt werden, denn die Leute wollen flanieren können. Daran arbeiten wir. Das erste Konzept entstand vor 30 Jahren – gemacht worden ist bis jetzt nichts. Der jetzige Gemeindepräsident setzt sich nun ausführlich mit der Verkehrsfrage auseinander. Die Umsetzung des neuen Parkhaus-Konzepts erfolgt sicher noch in seiner Amtszeit – davon bin ich überzeugt.

«ICH WÜSSTE NICHT, IN WELCHEN BEREICHEN UNS EINE REGIONALE DACHORGANISATION UNTERSTÜTZEN KÖNNTE.»

► Wie lange dauert die noch? Sicher noch drei Jahre.

► Welche Projekte stehen an?

Das grösste Projekt ist das Parkhaus. Dann soll Grindelwald einen 9-Loch-Golfplatz bekommen. Das Aussenschwimmbad wird neu gebaut und die Bahnen investieren laufend. Ein weiteres Projekt ist das «Cocolino» – darüber darf ich nicht mehr verraten. Nur so viel: Es ist ein Projekt mit dem Gastro-nomen Chrütter-Oski und dem Zeichner Oskar Weiss. Geplant ist ein Cocolino-Village, das unter anderem aus einer in der Schweiz einzigartigen Baumhütte bestehen wird.

► Im Bündnerland, wo Sie vorher tätig waren, gibt es eine touristische Dachorganisation. Im Berner Oberland nicht mehr. Fehlt sie Ihnen? Nein. Und zwar deshalb, weil die Marketingkooperation Jungfrau für mich stimmt. Sie umfasst starke Marken. Ich wüsste nicht, in welchen Bereichen uns eine regionale Dachorganisation unterstützen könnte.

► Mit der Alpenregion wollte Grindelwald nicht kooperieren. Warum?

Es macht im Moment keinen Sinn. Wir wollen erst unsere eigene Stärke finden und sie marketingmässig umsetzen.

Zur Person

► Sämi Salm hat in Muri bei Bern eine KV-Lehre absolviert und sich später an der Uni St. Gallen im Internationalen Destinationsmanagement-Kurs weitergebildet. Er hat unter anderem als Reiseleiter, Skilehrer und Sachbearbeiter bei Bern Tourismus gearbeitet. Von 1994 bis Sommer 2003 war er Leiter Promotionen und Verkauf beim Kurverein St. Moritz. Ab 3. Juli 2003 amtierte er als Direktor von Grindelwald Tourismus. CK

Swiss fliegt 2004 Verlust ein

■ **Basel.** Die Fluggesellschaft Swiss hat 2004 einen Nettoverlust von 140 Mio. Franken eingeflogen. Ende Dezember betrugen ihre flüssigen Mittel noch 481 Mio. Franken, wie das Unternehmen gestern mitteilte. Der Umsatz belief sich laut den vorläufigen und ungeprüften Zahlen auf 3,642 Mrd. Franken. 2003 waren 4,127 Mrd. Franken umgesetzt worden. Das Betriebsergebnis vor Steuern und Zinsen (Ebit) erreichte 2004 ein Minus von 122 Mio. Franken, nachdem 2003 nach Re-

strukturierungskosten noch ein Minus von 703 Mio. Franken resultiert hatte. Den vollständigen Konzernabschluss will die Swiss am 11. März vorstellen. Doch bereits sind die nächsten Abbauschritte der Swiss bekannt geworden. Die Fluggesellschaft schliesst ihre drei Call Center in Zürich, Genf und Lugano sowie das Ticket Office am Bahnhof Bern. Die Swiss erhofft sich davon jährliche Einsparungen von rund 6 Mio. Franken. Betroffen sind über 140 Angestellte. *TL/sda*

hotels4friends

■ **Buchungsportal.** Deutschland hat die erste Hotel-online-Plattform für Homosexuelle. Über www.hotels4friends.com lassen sich nicht nur Hotels buchen sondern auch Informationen über Events und Locations für Homosexuelle abrufen. Zurzeit sind 350 deutsche Hotels auf dem Portal. Bereits seien Anfragen von österreichischen Hotels eingetroffen, heisst es in einer Pressemeldung. «hotels4friends» soll zum europaweiten Hotelportal ausgebaut werden. *CK*

Gastrosuisse übernimmt Hotel Belvoir nicht

■ **Verhandlungsabbruch.** Der Branchenverband Gastrosuisse will nicht mehr ins 4-Sterne-Hotel Belvoir in Rüschlikon investieren. Er gab am Montag bekannt, dass die Verhandlungen mit der Gemeinde Rüschlikon über eine allfällige Übernahme des Seminarhotels eingestellt wurden. Offenbar haben lärmempfindliche Anwohner zu diesem Entscheid geführt. Der Verband begründet seinen Rückzug jedenfalls damit, dass seit Mitte Januar Einwände zum Gestaltungsplan

eingegangen seien. Dieser ist bei baulichen Veränderungen nötig, weil das Hotel Belvoir in einer Wohnzone liegt. Gastrosuisse wollte das Restaurant und die Säle neu gestalten, einen Anbau mit zusätzlichen Seminarräumen errichten und die Terrasse mit Seesicht vergrössern. Das «Belvoir» sollte ein Referenzbetrieb für die Hotelfachschule Belvoirpark in Zürich werden. Doch ohne eine Steigerung der betrieblichen Aktivitäten, rentiere das «Belvoir» nicht, so Gastro-

suisse. Nun sucht der Verband nach einem anderen Hotelprojekt, das er für die Aus- und Weiterbildung von Hotelfachangestellten nutzen kann. Enttäuschung herrscht derweil in Rüschlikon. Hanspeter Draeyer, Gemeinderat und Vizepräsident der Belvoir AG, vermutet gemäss NZZ, dass sich Gastrosuisse wegen eines «zu engen» Businessplans zurückgezogen habe. Wie es nun mit dem Hotel Belvoir weitergeht, ist unklar. Vorerst bleibt der Betrieb bis am 30. Juni offen. *TL*

Schulhotels von hotelleriesuisse

Drei Jahre Zeit für Neuausrichtung

■ **Das Schulhotel-Obligatorium fällt weg:** Ab 2008 entscheiden die Kantone, ob sie die angehenden Hotelfachkräfte in Schulhotels oder in Berufsbildungszentren schicken. Zürich schert wohl früher aus. Eine Herausforderung – insbesondere fürs Schulhotel Regina.

Theres Lagler

Gehen in den sechs Schulhotels von hotelleriesuisse bald weniger Lehrlinge ein und aus? Diese Frage stellt sich, weil das Schulhotel-Obligatorium nicht mehr in der Bildungsverordnung der neuen Berufslehre zum Hotelfachmann und zur Hotelfachfrau (siehe Box) verankert ist. Um die Folgen für die Schulhotels – insbesondere für den einzigen ganzjährigen Betrieb im Schulhotel Regina in Interlaken – abzumildern, hat sich der Branchenverband bei der Schweizerischen Berufsbildungsämter-Konferenz (SBBK) und beim Bundesamt für Berufsbildung und Technologie (BBT) für eine Übergangsfrist von sechs Jahren eingesetzt.

Kompromiss: Übergangsfrist von drei statt sechs Jahren

Nun liegt das Resultat der Verhandlungen vor. Die SBBK gibt folgende Empfehlungen an die Kantone ab:

1. Es wird eine Übergangsfrist von drei Jahren definiert (2005–2007).
 2. Die Übergangsfrist gilt für diejenigen Kantone, die bisher Lernende ins Schulhotel Regina geschickt haben.
 3. Ab 2008 entscheiden die Kantone, welche Schulungsvariante (Berufsschule/interkantonaler Fachkurs im Schulhotel) sie aufgrund der Bedürfnisse ihrer Betriebe umsetzen wollen.
- «Das gibt uns immerhin drei Jahre Zeit, um Alternativszenarien für das Schulhotel Regina zu prüfen», konstatiert Christian Santschi, Geschäftsbereichsleiter Beruf und Bildung bei hotelleriesuisse. Zwei Varianten stehen dabei im Vordergrund: Eine andere zeitliche Stafflung der bestehenden fünfjährigen Fachkurse, um die Auslastung im Schulhotel besser zu verteilen, sowie neue Angebote in der Aus- und Weiterbildung. «Die Kantone möchten, dass wir verstärkt überbetriebliche Kurse für Lehrlinge anbieten», so Christian Santschi. Zuerst müsse aber abgeklärt werden, ob sich das wirtschaftlich lohne. «Eines ist klar: Diese Kurse müssen einen Deckungsbeitrag an die Fixkosten des Schulhotels Regina beisteuern», betont er.

Investitionen im Schulhotel beim Entscheid berücksichtigt

Die getätigten Investitionen ins Schulhotel Regina waren es denn auch, die die Berufsbildungsämter-Konferenz zu einer Übergangsfrist bewegen haben. Das «Regina» wurde eigens für die in-



■ **Ausbildungssituation in einem Schulhotel.** Derzeit ist unklar, wie viele Hotelbetriebe in Zukunft ihre Lehrlinge lieber zweimal pro Jahr in einen fünfwöchigen Kurs ins Schulhotel schicken als einmal pro Woche in die kantonale Berufsschule. Foto: vzw

terkantonalen Fachkurse gekauft und seit 1980 laufend an die Anforderungen der beruflichen Entwicklung und Lehrabschlussprüfung angepasst. Insgesamt beliefen sich die Investitions- und Unterhaltskosten auf rund 10 Millionen Franken, die vom Branchenverband, den Kantonen und dem Bund getragen wurden. Könnte nun das Schulhotel aufgrund sinkender Lehrlingszahlen innerhalb von kurzer Zeit nicht mehr weitergeführt werden, müssten wegen der Zweckbestimmung der Bundesbeiträge theoretisch Gelder zurückerstattet werden. Gemäss Christian

Santschi geht es dabei noch um eine Summe von 400 000 Franken.

Zürich schert voraussichtlich bereits ab Sommer aus

Zürich kümmert das wenig. Der Kanton fordert eine Ausnahmeregelung und macht geltend, dass er bisher Gastronomiefachassistenten (Gafa) ausgebildet hat. Da diese Ausbildung ab Sommer nicht mehr existiert, gehen die Bildungsverantwortlichen davon aus, dass sich die Auszubildenden auf die zwei neuen Berufslehren verteilen und

dadurch die Schülerzahlen in der kantonalen Berufsschule zurückgehen. «Deshalb kann man davon ausgehen, dass Zürich schon ab dem kommenden Schuljahr den Lehrbetrieben die Wahlfreiheit lässt, ob sie ihre Lehrlinge ins Schulhotel oder in die kantonalen Berufsbildungsangebote schicken wollen», erläutert Marcus Schmid von der Abteilung Lehraufsicht des Kantons Zürich. Bisher seien rund 30 Lehrverträge für Hotelfachfrauen und -männer eingegangen. Ein Drittel der Lehrbetriebe habe sich für den Schulstandort Zürich ausgesprochen, so Schmid.

Die neuen Berufslehren im Gastgewerbe: Start erfolgt im Sommer 2005

■ Bei der Berufsbildung im Gastgewerbe stehen grosse Änderungen an: Ab Sommer können Schulabgänger die zweijährigen Berufslehren zur Servicefachangestellten (Sefa) und zur Hotelfachassistentin (Hofa) nicht mehr in Angriff nehmen. Gleiches gilt für die dreijährige Ausbildung zur Gastronomiefachassistentin (Gafa), die erst 1998 ins Berufsverzeichnis aufgenommen wurde. Die drei Ausbildungsgänge werden durch die zwei folgenden Berufslehren abgelöst:

– **Restaurationsfachfrau/-mann:** Die Lehre dauert neu drei Jahre (verbesserte Sefa-Lehre). Die praktische Ausbildung erfolgt in einem Restaurant, Hotel oder Betrieb mit System- und Gemeinschaftsgastronomie und wird durch überbetriebliche Kurse ergänzt. Für die theore-

tische Ausbildung besuchen Auszubildende in Jahresbetrieben einen Tag pro Woche die Berufsschule ihrer Region. Auszubildende in Saisonbetrieben können den Schulunterricht nach wie vor in einem Schulhotel absolvieren. Die Lehre wird mit dem eidgenössischen Fähigkeitszeugnis «Gelernte Restaurationsfachfrau / Gelernter Restaurationsfachmann» abgeschlossen.

– **Hotelfachfrau/-mann:** Auch hier dauert die neue Berufsausbildung drei Jahre (verbesserte Hofa-Lehre). Die praktische Ausbildung erfolgt in einem Hotelbetrieb und wird durch überbetriebliche Kurse ergänzt. Für die theoretische Ausbildung besuchen die Auszubildenden in den nächsten drei Jahren den Unterricht in der Regel nach wie vor in einem Schulhotel (siehe

Haupttext). Es werden pro Lehrjahr zwei fünfwöchige Schulhotelkurse durchgeführt. Nach Ablauf der Übergangsfrist liegt es dann in der Kompetenz der Kantone zu entscheiden, ob der theoretische Teil weiterhin im Schulhotel oder in den kantonalen Berufsbildungszentren erfolgt. Die Lehre wird mit dem eidgenössischen Fähigkeitszeugnis «Gelernte Hotelfachfrau / Gelernter Hotelfachmann» abgeschlossen.

– **Attestausbildungen:** Als Ergänzung zu den beiden Berufslehren gibt es neu drei so genannte Grundbildungen mit eidgenössischem Attest zum Restaurations-, Hotellerie- und Küchenangestellten, die zwei Jahre dauern. Sie ersetzen die bisherigen Anlehren. *TL*

Informationen: www.berufe-gastgewerbe.ch.

KURZ UND BÜNDIG

Pro Schengen

■ Die SVP ist nicht geschlossen gegen das Schengen-Abkommen mit der Europäischen Union (EU). Nach der SVP Graubünden haben sich am Dienstagabend auch die SVP-Delegierten des Tourisuskantons Bern mit 178 zu 95 Stimmen hinter das Schengen-Abkommen gestellt, das eine koordinierte Visa-Politik mit der EU bringt. *TL*

Anzeige

KLAFS
Die Wellnessspezialisten

Design, Qualität, Kompetenz und Service vom Marktleader.



Ranung Sauna / Sanarium



Dampfbad Whirlpool



Thermen Eisgrotten

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

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

Hauptplatz
KLAFS
Klafs Saunabau AG

Oberneuhofstrasse 11, CH-6342 Baar
Telefon 041 760 22 42, Telefax 041 760 25 35
baar@klafs.ch, www.klafs.ch

Weitere Geschäftsstellen in:
Bern, Brig VS, Chur GR, Glarus VD, Dietikon ZH.

Für Projekt «Acla da Fontauna»

■ **Disentis.** Das 50 Millionen Franken teure Sanierungsprojekt für das seit 2001 leer stehende Hotel «Acla da Fontauna» in Disentis ist bei der örtlichen Stimmbürgerschaft nicht umstritten. Die für die Realisierung des Vorhabens notwendige Teilrevision des Zonenplans wurde laut der «Südostschweiz» mit 862 zu 86 Stimmen gutgeheissen, ein Beitrag der Gemeinde von einer Million Franken mit 840 zu 107 Stimmen. Gemäss Gemeindepräsident Aldo Tuor hätten die Investoren versprochen,

dass sie das Projekt umsetzen würden, wenn die Gemeinde zustimme. Wen genau die deutsche Firma Medusa als Geldgeber für Disentis in petto hat, sei nach wie vor nicht öffentlich bekannt, so die «Südostschweiz». Die Disentiser Million werde nur ausbezahlt, wenn die Sanierung auch umgesetzt werde. Der Kanton hat bereits einen Wirtschaftsförderungsbeitrag von 500 000 Franken zugesichert. Nun fehlen noch 2,5 Mio. Franken von der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit. DST

7000 Cards

■ **GraubündenCard.** Nach rund 1,5 Jahren Marktpresenz ziehen die Verantwortlichen des Pilotprojekts GraubündenCard eine positive Zwischenbilanz. Knapp 7000 Cards seien zurzeit im Umlauf. Genutzt werde der Datenträger primär als elektronischer Schlüssel zu Bergbahnen in ganz Graubünden. Die GraubündenCard diene nicht nur Gästen, sondern beispielsweise allen Bündner Skilehrern als Träger des graubündnerweiten Saison-Abonnements SnowPass. DST

Neue TUI-Gruppe für Österreich

■ **Kapazitätsabsicherung.** Unter der Bezeichnung Network Touristik Management baut die TUI Holding an einer neuen Hotelbetriebsgesellschaft in Österreich abzusichern, nennt der Leiter des TUI-Incoming Österreich, Reinhard Stifter, die Hauptstossrichtung. Immer wieder würden dem Branchenriesen österreichische Hotels offeriert. Bevorzugt wenn der Betrieb mit TUI-Ver-

staltungsverträgen ausgestattet und in wirtschaftliche Schwierigkeiten geraten ist. Für die TUI-eigenen Marken wie Magic Life, Robinson Club oder Dorfhofen kommen diese Häuser in der Regel nicht in Frage, da sie die geforderte Gröszenordnung von mehr als 200 Betten nicht erreichen. «Deshalb haben wir in Übereinstimmung mit der Konzernzentrale beschlossen, für chancenreiche Häuser, die in unser Portfolio passen, eine eigene Gesellschaft zu gründen», erklärt Stifter. FF

Mehr Reisen

■ **Ferienmesse St. Gallen.** Die Veranstalter der am Sonntag zu Ende gegangenen Ferienmesse in St. Gallen stellten ein steigendes Interesse am Reisen fest. Rund 35 000 Personen, mehr als 2004, hatten die Messe besucht. Die Zahl der Aussteller war kleiner als im Vorjahr. Beliebteste Ferienzeile seien Badestrände und Städte, wie eine nach Angaben der Veranstalter repräsentative Umfrage unter den Besuchern zeigte. Auffallend sei auch der starke Trend zu Aktivferien. DST/Ida

KURZ UND BÜNDIG

Tour-Operator meidet Locarnese

■ «Thompson», einer der grössten britischen Reiseveranstalter, hat zehn 3- bis 4-SterneHotels im Locarnese von seiner Liste gestrichen. Begründet wurde dieser Entscheidung laut der «Tessiner Zeitung» mit der Tatsache, dass die Brandschutzmassnahmen nicht dem strengen englischen Sicherheitsstandard entsprächen. Neben diesen zehn Locarnese Hotels seien auch andere Häuser in der Schweiz durch das Sieb gefallen. DST

Davos näher bei Klosters

■ Die beiden Tourismusorganisationen von Davos und Klosters rücken laut der «Südostschweiz» etwas enger zusammen. Vertraglich sei vereinbart worden, künftig gemeinsam finanzierte Marketingaktionen durchzuführen. Von den Kosten übernimmt Davos Tourismus 70 Prozent, für den Rest kommt Klosters Tourismus auf. Der entsprechende Vertrag wurde vorerst bis April 2008 abgeschlossen. DST

Aktienkapital erhöht

■ Die Feriendorf Urnäsch AG hat ihr Aktienkapital von 100 000 Franken auf 6,9 Mio. Franken erhöht. Für das 19 Mio. Franken teure Reka-Projekt sind laut St. Galler Tagblatt 11 Mio. Franken an eigenen Mitteln beisammen. Weitere 3,5 Mio. Franken lägen in Form von Spenden und A-fonds-perdu-Beiträgen bereit. Mitte 2005 soll die Baueingabe erfolgen. Mit den Bauarbeiten soll im Herbst begonnen werden. DST

Podium: Luzerner Tourismus

■ Am Montag, 21. Februar veranstaltete die FDP Kanton Luzern im Hotel Continental-Park ein öffentliches Podiumsgespräch zum Luzerner Tourismus. Teilnehmer sind Urs Kamber, Tourismusdirektor Luzern, Franz Steinegger, STV-Präsident, Ruth Pedrazzetti-Weibel, Luzerner Hotelière, und Ursula Sury, Präsidentin der Kommission Wirtschaftsfragen Stadt Luzern. DST

75 Jahre Steigenberger

■ Steigenberger wird in diesem Jahr 75 Jahre alt. Am 1. April 1930 legte Albert Steigenberger mit dem Kauf des «Europäischen Hofes» in Baden-Baden den Grundstein für die Steigenberger-Hotelgesellschaft. 2005 betreibt das Unternehmen 77 Hotels in Deutschland, Österreich, der Schweiz, den Niederlanden und Ägypten. DST

Pizol-Bahnen

Ultimatum läuft bis Mitte März

■ Die Bergbahngesellschaften von Wangs und Bad Ragaz können sich nicht auf ein gemeinsames Projekt für den dringend notwendigen Zubringer auf den Pizol einigen. Falls man sich bis Mitte März nicht einig ist, wird die Investitions-hilfe des Bundes gestrichen.

Robert Wildi

Die Situation ist delikat, und die Zeit läuft allmählich davon. Das Ziel ist den Verantwortlichen der Luftseilbahn Wangs Pizol AG und der Sportbahnen Bad Ragaz AG gemeinsam: Mit der Realisierung einer neuen Zubringer-Anlage auf den Pizol soll die gesamte touristische Region aufgewertet und modernisiert werden.

Der Hausberg Pizol ist zurzeit sowohl von Wangser wie auch von Bad-Ragazer Seite per Seilbahn zugänglich. Zuerst sind die beiden Skigebiete durch einen Lift verbunden. Betriebswirtschaftlich macht es Sinn, den Pizol künftig nur noch mit einem Hauptzubringer zu erschliessen. Der Neubau ist bitter notwendig, da die Anlagen in Wangs und Bad Ragaz beide überaltert sind. In Bad Ragaz läuft die Betriebsbewilligung im kommenden Jahr definitiv aus.

Zur Verliererin könnte die ganze Region werden

Das grosse Problem ist, dass sich die beiden Unternehmen nicht einigen können, wo die neue Anlage zu stehen kommen soll. Beide Betriebe, die von der gemeinsamen Marketingorganisation Pizol Bahnen AG vermarktet werden, machen sich für ihre jeweilige Seite stark. Zur Verliererin des Streits könnte die ganze Region werden.

«Wenn sich die beiden Bergbahnbetriebe nicht bis Mitte März auf ein gemeinsames Projekt einigen können, werden die vom Bund für den Neubau einst zugesicherten Investitionshilfen über rund 5 Millionen Franken für andere Projekte in der Region freigegeben», sagt Remo Dagati, Leiter Standortmanagement beim Amt für Wirtschaft des Kantons St. Gallen. Die Behörde meint es damit ernst. Bereits im Sommer 2003 formulierte sie klare Bedingungen bezüglich Eigenwirtschaftlichkeit und Überlebensfähigkeit des künftigen Projekts, an welche die Finanzhilfen geknüpft seien. «Wir appellierten schon damals an die Fusions- respektive Kooperationsbereitschaft der beiden Betriebe in Wangs und Bad Ragaz», so Remo Dagati.

Geschehen ist diesbezüglich gar nichts. Statt aufeinander zuzugehen und die Kräfte zu bündeln, wählten beide Betriebe den Alleingang und versuchen, jeweils das eigene Projekt durchzudrücken. Das von der Wangser Bahn propagierte Projekt «Tiefletztz»



■ **Verdient moderne Erschliessung.** Von den Talstationen in Wangs und Bad Ragaz gelangt man auf eine Höhe von über 2200 Metern ins Wintersportgebiet Pizol. Hier eröffnen sich den Schneesportlern 50 km präparierte Pisten. Foto: Swiss-Image

kostet rund 19 Millionen Franken, die Bad-Ragazer Variante ist mit knapp 14 Millionen Franken preiswerter. Auch der Betrieb der neuen Anlage könnte in Bad Ragaz günstiger sichergestellt werden. Jährlichen Betriebskosten von 1,7 Millionen Franken würden 2,8 Millionen Franken auf Wangser Seite gegenüberstehen.

Einvernehmliche Lösung ist nicht in Sicht

Schliesslich spricht auch ein Gutachten bezüglich des Verhältnisses von Pisten- und Transportkapazität eher für einen Neubau in Bad Ragaz. Das dortige Skigebiet kann pro Tag 4800 Personen aufnehmen, derweil die veraltete Bahn

an Spitzentagen nur 1800 Personen transportieren kann. In Wangs sieht das Verhältnis mit einer Pistenkapazität von 3900 Personen und Förderleistung von 3600 Personen deutlich besser aus. Das Problem für Bad Ragaz: Das Projekt erfüllt die Auflagen des Kantons nicht vollständig, und es fehlt noch Privatkapital zur Realisierung. Beim Wangser Projekt sind hingegen noch Durchlebensrechte ausstehend.

Obwohl die Frist für eine Einigung demnächst verstreicht, sind beide Verwaltungsräte nach wie vor von ihrer Seite als richtigem Standort überzeugt. «Wir haben mehr Pistenkapazitäten und tiefere Betriebskosten», liess sich unlängst Thomas Bollhalder, VR der Sportbahnen Bad Ragaz, in der «Süd-

ostschweiz» zitieren. «Wir haben mehr Pistenkilometer, Beschneigungsanlagen und eine Talabfahrt», konterte sein Wangser Kontrahent Leo Wyss an gleicher Stelle.

Die Zeichen stehen also eher schlecht, dass man sich in den kommenden Wochen näher kommen könnte. Das glaubt auch Guido Germann, der Gemeindepräsident von Bad Ragaz. Zurzeit seien die Fronten ziemlich verhärter, hat er festgestellt. Die Investitionshilfen des Bundes und der Neubau seien aber unbedingt notwendig, sonst gehe die Sportbahnen Bad Ragaz AG in den Konkurs. «Obschon ich als Vermittler von der Wangser Seite natürlich nicht akzeptiert werde, versuche ich die beiden Parteien verzweifelt an einen Tisch zu bringen.»

Heidiland-Direktor: «Konkurrenzfähige Lösung gefragt»

■ Nicht gerade mit Begeisterung wird der Streit zwischen den beiden Bergbahngesellschaften von der touristischen Dachorganisation Ferienregion Heidiland zur Kenntnis genommen. Dennoch halten sich die Verantwortlichen mit einer inhaltlichen Beurteilung der Situation zurück. «Wir haben einen klaren Marketing-Auftrag für die ganze Region und können uns nicht in solche politischen Auseinandersetzungen einmischen», sagt Direktor Marco Wyss. Auch wenn sich zwei für den lokalen Tourismus bedeutende Unternehmen eine derartige Debatte liefern, könne dies nicht die Angelegenheit der Ferien-

region Heidiland sein. – Nichtsdestotrotz will Wyss mit unterstützenden Handlungen alles dafür tun, dass die Ferienregion um die Pizol wirtschaftlich einer gesunden Zukunft entgegensteuert und für Touristen den höchstmöglichen Attraktivitätsgrad behält. Dass bei den vorhandenen Anlagen ein dringender Erneuerungsbedarf besteht, ist auch für ihn klar. «Eine einvernehmliche und konkurrenzfähige Lösung ist nun gefragt und liegt ganz allein in der Verantwortung der beiden Betriebe.» Auch für Wyss und die ganze Ferienregion Heidiland gilt diesbezüglich das Prinzip der Hoffnung. ROW

«Wir wollen letztes Fünkchen Hoffnung am Leben erhalten»

Den Part des offiziellen Vermittlers übernimmt derweil Jakob Göldi, Verwaltungsrats-Präsident der Dachgesellschaft Pizolbahnen AG. Er möchte sich zurzeit nicht zum Stand der Verhandlungen äussern, und er erwartet dies ab sofort auch von den Vertretern der beiden Bahngesellschaften. «Es gilt jetzt wirklich ernst, und wir wollen das letzte Fünkchen Hoffnung am Leben erhalten», mahnt Göldi. Es bleibt abzuwarten, ob die Herren Verwaltungsräte in letzter Minute ihren persönlichen Stolz zum Wohl einer ganzen Region und vieler Arbeitsplätze zurückstellen können.

Basler Positiv-Trend dauert an

■ **Logiernächte Januar 2005.** Die im 2004 in der Basler Hotellerie zu beobachtende positive Entwicklung dauert an. Im Januar 2005 wurden in den Basler Hotelbetrieben 56014 Übernachtungen gebucht – 8500 oder 18,0% mehr als im Vorjahr. Die Gästezimmer waren durchschnittlich zu 53,6% belegt – 22,1% höher als im Vorjahr. Das Ergebnis resultiert aus Zunahmen bei den Inlandgästen um 31,9% auf 22530 Logiernächte und bei den Ausländern um 10,2% auf 33484.

Der Anteil der Auslandsgäste blieb mit 59,8% der Übernachtungen immer noch recht hoch (Vorjahr 64,0%). Der Marktanteil der Inlandgäste hat sich in den letzten Monaten ständig erhöht und im Januar 2005 erstmals seit Anfang der 70er-Jahre die 40% überschritten. Besonders angestiegen sind die Logiernächtezahlen von Gästen aus Europa – vor allem aus Deutschland (37,1% über dem Januarmittel der letzten 25 Jahre) und Grossbritannien (Januarmittel um 70,1% übertroffen). KJV

«Cash»: Arosa vs. die Kanaren

■ **Preisvergleich.** Wer einen Tag unter dem unbewölkten, sonnigen «Himmel über den traumhaften Gipfeln rund um Arosa» auf frisch verschneiten Pisten bringt, «hat null Bock auf einen Strand auf den Kanarischen Inseln», räumt die Wochenzeitung «Cash» ein. Aber ihr Preisvergleich in der Ausgabe vom 10. Februar 2005 fällt für «Sangria statt Schümli-Pflümli» (Titel) aus. «Cash» habe ausgerechnet, was eine Familie mit zwei Kindern im Alter von acht und zehn Jahren

ausgibt, wenn sie eine Woche Ferien im Bündner Ferienort verbringt: Die Rechnung mit Anreise, 3-Sterne-Hotel, Sportaktivitäten, Verpflegung, Souvenirs und Diverses ergibt hier ein Total von 6335 Franken, für Gran Canaria 5325 Franken. – Die Hälfte der Gäste im Arosener Beispielhotel hat keine eigenen Ski mehr. Eine Familie müsse für die 6-tägige Miete von vier Paar Ski und Schuhen mindestens 460 Franken kalkulieren – was nicht in der «Cash»-Rechnung enthalten sei. KJV

Boom-Schaden in Kölns Hotels

■ **Sogar Messegeschäft leidet.** Als «unverkennbar ursächlich» für die sinkende durchschnittliche Übernachtungszahl der Hotels in der Stadt Köln benannten die Gastronomen an ihrer Versammlung den «Hotelbau-Boom in Köln und seine Folgen». Allein zwischen den Jahren 2000 und 2002 entstanden 6200 neue Hotelbetten. Für Stadt und Region habe das zur Folge, dass besonders Messegäste nicht mehr in der gewohnten Art und Weise ihre Übernachtungskosten akzeptier-

ten. Es geschehe selbst in der Stadt Köln zu Messezeiten der «Verkauf über den Preis»; darüber hinaus sei das Messegeschäft insgesamt schwieriger geworden. Schliesslich müsse gerade die Region um das Oberzentrum Köln mit eigenen Mitteln, Angeboten und Massnahmen sowie einem eigenen unverwechselbarem Auftritt am Markt platziert werden. Dies geschehe, so wurde laut «Kölischer Rundschau» festgestellt, «längerfristig bereits nicht mehr». KJV

Trendgutachten Deutsche Hotellerie

Gutachten empfiehlt Investitionen

■ «Wer gewinnen will, muss investieren» – so lautet das Fazit eines umfangreichen Trendgutachtens über die deutsche Hotellerie. Das Gutachten gibt Handlungsempfehlungen für Investitionen in Hotelimmobilien und nennt die wichtigsten Trends in der Reisebranche.

Karl Josef Verding

Das «Trendgutachten Hospitality» der Treugast Unternehmensberatung stellt fest: In der deutschen Hotellerie sei die Trendwende geschafft. Wellness und Städtetourismus boomen. Grosse Chancen bietet der Tagungs- und Kongressmarkt.

Die Gäste seien indessen dauerhaft preissensibel geworden und tendierten immer stärker zum Individualismus. Um die Ansprüche der Kunden zu befriedigen, stünden in vielen Häusern dringende Investitionen an.

Trendwende gilt nicht für alle Segmente der Hotellerie

Nach drei Jahren der Stagnation konnte die deutsche Branche im ersten Halbjahr 2004 zum ersten Mal wieder eine Umsatzsteigerung von 1,5 Prozent verzeichnen. Der gesamtwirtschaftliche Aufschwung werde in erster Linie vom übrigen deutschen Export getragen, doch auch die Hotellerie könne vom wachsenden Welthandel profitieren, da er Firmen nach Deutschland locke. Vor allem Ausländerübernachtungen tragen zum Aufschwung bei. Doch die Steigerung betrifft nicht alle Segmente der Hotellerie gleich.

Ganz vorn in der Prognose: Tagungs- und Kongresshotels

Neben den Wellness-Spezialisten profitieren am meisten die auf das Tagungs-

Ergebnisse Investment-Rating 2004/2005 der deutschen Hotellerie

Strategische Gruppe	Investment-Rating 2004/2005
Allround-/Basisanbieter	C
Individuelle Luxusanbieter	BBB
Spezialisten	A
Darunter profilierte Wellnesshotels	AA
Tagungs- und Kongresshotels	AA
Traditionelle Kurhotels	B
Profilierter Privathotels	A
Sonstige Spezialisten	BBB
Kooperationshotellerie	B
Kettenhotellerie 1 Stern bis 3 Sterne	AA
Kettenhotellerie 4 Sterne bis 5 Sterne	A

AAA	Gesicherter ROCE* auf hohem Niveau
AA	Blue chips
A	Überdurchschnittliche Investitionssicherheit
BBB	Investition nur nach intensiver Projektprüfung
BB	Investitionssicherheit nur bedingt gewährleistet
B	Investitionssicherheit nur im Einzelfall
CCC	Investition mit hohem Risiko belastet
CC	Dogs
C	Investition ist nicht zu empfehlen
	Investition absolut unsicher

* ROCE = Return On Capital Employed

■ **Hotellerie-Segmente als «Strategische Gruppen» im Rating.** Die voraussichtliche wirtschaftliche Entwicklung einer Strategischen Gruppe basiert auf einer Vielzahl von den Erfolg beeinflussenden Faktoren. Für das Treugast-Rating wurden 35 dieser erfolgsrelevanten Faktoren identifiziert und gewichtet. Quelle: Treugast

und Kongressgeschäft spezialisierten Hotels. Ihnen werden Umsatzerwartungen oberhalb des Branchendurchschnitts prognostiziert. Vor allem die EU-Osterweiterung berge noch Kunden-Potenzial.

Die Tagungs- und Kongresshotels stehen in der Prognose ganz vorn: Deutschland werde zum Tagungs- und Kongresszentrum des ganzen Kontinents. Diese Hotels werden in den kommenden Jahren die grossen Gewinner sein, wird in dem deutschen Gutachten vorausgesagt.

Rating teilt Hotelbetriebe in «Strategische Gruppen» ein

Auch die profilierten Privathotels sind auf dem aufsteigenden Weg: Sie können mit persönlicher Ansprache auf den Individualismus der Kunden antworten und profitieren auch von dem Trend zum Kurzurlaub in Deutschland. Sie stehen kurz vor dem Sprung zum In-

vestment-Rating «AA» für weit überdurchschnittliche Investitionssicherheit. Um Kategorisierungen und Vergleiche zu ermöglichen, teilt nämlich die Treugast-Unternehmensberatung in ihrem Rating die Hotelbetriebe in «Strategische Gruppen» ein. Die Bewertung dieser Gruppen lehnt sich an das System amerikanischer Rating-Agenturen an. Das Trendgutachten gibt in dieser Weise konkrete Handlungsempfehlungen für Investitionen.

Anspruchsvolle Klientel verlangt Investitionen

Die Allround- und Basisanbieter leiden unter Investitionsstau. Sie können am Aufschwung nicht teilhaben und spüren die für sie deutlich erschwerten Marktbedingungen.

Die individuellen Luxusanbieter profitieren zwar von der steigenden Auslandsnachfrage, doch auch sie müssen sich den Forderungen einer

sehr anspruchsvollen Klientel nach Investitionen stellen.

Nach wie vor herrscht ein enormer Preisdruck

Nach wie vor ist der Preisdruck in der deutschen Hotellerie enorm. Er wächst durch den Wettbewerb und steigende Kapazitäten an wichtigen Orten weiter

an. Auch wenn die Auslastung in vielen Fällen gesteigert werden konnte, ging sie oft zu Lasten der erzielbaren Nett Zimmerrate. Allerdings sei Hoffnung angesagt. Die Preisrückgänge des Jahres 2004 seien gegenüber dem Jahr 2003 abflachend. Für 2005 könnten insbesondere im Budgetsegment wieder höhere Preise erzielt werden, wird prognostiziert.

Kooperationen: «hervorragend» bis «profillos»

■ Die Kettenhotellerie bis drei Sterne profitiert von der weiter steigenden Preissensibilität der Kunden – doch der Trend geht hin zu höherwertigen Economy-Hotels. Auch für die Kettenhotellerie mit vier bis fünf Sternen sei die Situation nicht leichter geworden: Das Segment leide unter hohen Investitionsanforderungen und massivem Wettbewerbsdruck. In der Kooperationshotellerie der Marketing-Verbindungen sei kaum noch ein gemeinsames Rating sinnvoll, räumt das Trendgutachten Hospitality der Treugast Unternehmensberatung ein. Zu weit habe sich die Schere geöffnet zwischen Kooperationen, die hervorragend «performen», international vernetzten Kooperationen und «No-Profile»-Kooperationen. KJV

«Erlebnis-Konsumenten» haben grösseres Budget

■ Neben dem Städtetourismus hält der Trend zu gesamtethischen Ferien- und Wellnessdestinationen auch im 2005 weiter an, wird im Trendgutachten prognostiziert. Doch in allen Bereichen werde der Kunde anspruchsvoller und wolle mehr Leistung für sein Geld. Was früher noch ein «nice to have» war – zum Beispiel in den Bereichen Sicherheit, Wellness-Ausstattung, Personal- und Servicequalität oder Multimedia – ist oft zu einem «must have» geworden. Zwar sinke das Reisebudget bei einem Grossteil der Reisenden, vor allem bei Familien mit Kindern, doch der Anteil der Erlebnis-Konsumenten, die sich weiterhin ein schönes Leben leisten können, steige ebenfalls. KJV

Neue Wellnessgeneration bedrängt die Kurhotels

■ Bei den Wellnesshotels stehen vor allem die Anbieter der neuen Generation der Grossanlagen und des umfassenden Angebots ganz vorn und schwimmen auf der nachhaltigen Wellness-Welle im grossen Markt Deutschland. Was die Grossanlagen betrifft, so geht es um Wellness-Resorts wie das «Fleesensee Spa» mit 6000 Quadratmetern im deutschen Bundesland Mecklenburg-Vorpommern (mit dem Marken-Claim «Ganz nah, weit weg»), Scharmützelsee im Bundesland Brandenburg (Bad Saarow, Storkow und Wendisch-Rietz), und weitere. Traditionelle Kurhotels verlieren dadurch an Boden und büssen ein Gegensatz zu den Wellness-Anbietern ein. KJV



■ **Wellness ist weiterhin ein Erfolgsfaktor in deutschen Hotels** – so wie hier in einer Anlage der Flair-Hotelgruppe, die mit den Swiss Budget Hotels kooperiert. Foto: zvg

Die nostalgische Bahn auf der letzten Fahrt

■ Ein Stück Seilbahngeschichte. Vor 55 Jahren als modernes touristisches Transportmittel vom schweizerischen Seilbahnpionier Ingenieur Gerhard Müller gebaut, hat die Sesselbahn Sattel-Mostelberg (Sattel-Hochstuckli) nun bald ausgedient. Müller hatte im Baujahr 1950 eben ein eigenes Kupplungssystem für Umlaufbahnen entwickelt, das aber erst auf dem Papier bestand und den Beweis zur Tauglichkeit in der Praxis noch erbringen musste. Damit setzten die Initianten mit ei-



nem gewissen Wagnis auf ein innovatives System. Die Sesselbahn Sattel-Mostelberg gehört zu den ältesten Sesselbahnen weltweit. Am 6. März 2005 fährt die Bahn zum letzten Mal. Bereits am 21. Februar 2005 erfolgt der Spatenstich für die Nachfolgebahn. Wie damals schon vor 55 Jahren, wird auch die Nachfolgerin der alten Sesselbahn als weltweit erste Umlauf-Gondelbahn mit drehbaren Gondeln wiederum mit einer technischen Neuerung aufwarten. CK

HIV-Tests

■ Dominikanische Republik. Berufen sich Frauen in der Dominikanischen Republik um eine Stelle im Tourismus, werden sie routinemässig und meist unfreiwillig auf HIV getestet. Dies schreibt der Arbeitskreis Tourismus und Entwicklung unter Berufung auf die Organisation Human Rights Watch. Falle das Ergebnis positiv aus, würden die Frauen nicht angestellt. Komme in einem Hotel bloss das Gerücht auf, eine Angestellte sei HIV-positiv, werde sie ohne Einwilligung getestet. DST

Doku-Soap

■ Doku-Soap in der Hotelfachschule. Das Schweizer Fernsehen DRS produziert seit Anfang Februar dieses Jahres in Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Hotelfachschule Luzern (SHL) die dokumentarische Serie «Hotelfachschule». Sie zeigt laut Pressemitteilung «spannende Geschichten aus einer der Kaderschmieden für künftige Hotelmanager». Die siebenteilige Serie von Fernsehen DRS 1 startet am Sonntag, 22. Mai 2005, um 20.00 Uhr auf SF1. CK

ZITAT DER WOCHE

«Ein neues Logo reicht sicher nicht aus, um ein Image zu verändern.»

Sämi Salm,
Tourismsdirektor
von Grindelwald,
im Interview auf Seite 2

BUSINESS-PEOPLE

■ Urs Wohler (39) heisst der neue Tourismus-Direktor der Engadin/Scool Tourismus AG in Scuol. Er tritt Mitte



Juli 2005 die Nachfolge von Martin Nydegger an, welcher im Frühsommer zu Schweiz Tourismus wechselt. Urs Wohler war seit 1. Januar 1996 für Graubünden Ferien (GRF) tätig. Seit Mitte 1998 leitet er die damals neu geschaffene Abteilung Marketing-Services. In dieser Funktion nahm er auch Einsitz in die GRF-Geschäftsleitung. DST

■ Evelyn Lafone heisst ab 1. März 2005 die neue Direktorin Grossbritannien & Irland von Schweiz Tourismus. Die 38-jährige schweizerisch-britische Doppelbürgerin tritt die Nachfolge von Urs Eberhard an, der die Märkte Grossbritannien und Irland in seiner Funktion als Vizedirektor von ST zurzeit interimistisch leitet. Martin Nydegger (33), designierter Marketingprojektleiter Markt Schweiz bei ST, wird per 1. Juni die Funktion des neuen Direktors Niederlande übernehmen. Er tritt damit die Nachfolge von Thomas Erne an, der ST per Ende Mai verlässt, um sich beruflich neu zu orientieren. DST

■ Olivier Federspiel, Direktor von Graubünden Ferien, übergibt nach einer knapp 4-jährigen Präsidentschaft das Zepter der RDK (Konferenz der regionalen Tourismusdirektoren der



Schweiz) an Markus Lergier (Bild), Direktor von Bern Tourismus. Die RDK besteht aus 14 regionalen Tourismusregionen und verfolgt das Ziel, gesamtterritoriale Anliegen der Branche mit Schweiz Tourismus und dem Schweizer Tourismus-Verband abzustimmen sowie Projekte von nationalem Interesse mit den beiden Dachorganisation voranzutreiben. CK

■ Inge und Eugen E. Huser verlassen vor Vertragsablauf das Hotel Apin Nova in Schönried/Gstaad, welches sie vor zwei Jahren gepachtet haben. Das Hotel, welches in eine Stockwerkeigentümergemeinschaft integriert ist, wurde mangels Investitionen in den vergangenen Jahren ab 2005 in ein 3-Sterne-Haus zurückgestuft. DST

Get-Together

Tourismus-Branche in bester Bier-Laune

■ Im Rahmen der Einweihung ihres neuen Sudhauses am Sitz in Interlaken, lud die Rugenbräu AG zu einem festlichen Bierkulinarium. Gereicht wurde ein Fünftgänger mit den passenden Bieren. Das Erlebnis liess sich die Berner Oberländer Gastgewerbe- und Tourismus-Branche nicht entgehen. Sie kamen zahlreich – Rugenbräu zählte über 100 Gäste –, die angeregt an den langen Tischen fachsimpelten und fast alle bis zum Kaffee blieben. Gespiessen wurde nur wenige Meter von der Brauerei entfernt im Waldhotel Unspunnen. Betreffend Bierkulinarium: Im Schwerpunkt «Bier» der hr 12/2005 verraten wir, wie man mit Bier richtig kocht. GSG



■ Freude am neuen Sudhaus. Hoteller Hans Robert Weiss und Bruno Hofweber, Verwaltungsrat Rugenbräu (v.l.).



■ Kollegial. Hans Schild, Geschäftsführer St.-Beatus-Höhlen, Urs Kessler, stv. Direktor Jungfraubahnen (v.l.).



■ Nebeneinander. Daniel Zihlmann, Männlichenbahn, René Klopfer, Präsident Hotelierverein Interlaken (v.l.).



■ Gastgeber. Margot und René Schneider, Inhaber des Waldhotels Unspunnen, bewirteten mit Charme.



■ Fröhliche Runde. Urs Grossenbacher, Berner Kantonalbank, Erich Balmer, Balmer's Herberge, Matten. (v.l.).



■ Im Gespräch. Cross-Boarderin und «Twister»-Botschafterin Tanja Frieden und Berner Rechtsanwalt Urs Leu.



■ Prominent. Durfte beim Interlaken Get Together nicht fehlen: Emanuel Berger, Hotel Victoria-Jungfrau.

McDonald's

Schadenersatz für die Gegner

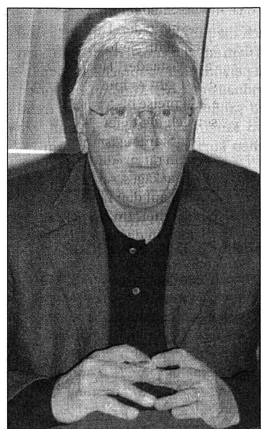
■ Grossbritannien muss zwei Gegnern von McDonald's Schadenersatz in fünfstelliger Höhe zahlen. Dies entschied der Europäische Gerichtshof für Menschenrechte.

London habe den Umweltschützern in einem jahrelangen Verleumdungsverfahren das Recht auf einen angemessenen Prozess vorenthalten und zudem ihr Recht auf freie Meinungsäusserung verletzt. Die unter dem Spitznamen «McLibel» (McVerleumdung) bekannt gewordene Affäre wurde durch die Broschüre «What's Wrong with McDonald's?» ausgelöst, die Helen Steel und David Morris 1989 und 1990 verteilt hatten. Die Mitglieder einer kleinen Londoner Umweltgruppe hielten dem Fast-Food-Konzern darin unter anderem vor, er kläre nicht über den möglichen Zusammenhang zwischen fettigem Essen und Herz-Kreislauf-Erkrankungen sowie Krebs auf.

Während McDonald's mehrere Anwälte einschaltete, erhielten Steel und Morris keinen Rechtsbeistand und wurden 1997 zu Schadenersatz in fünfstelliger Höhe verurteilt. Die Europäer stellten nun eine «Ungleichheit der Waffen» zwischen den Parteien fest. Helen Steel soll 20 000 Euro erhalten, Morris 15 000 Euro. Zudem soll der britische Staat Prozesskosten in Höhe von 47 311,17 Euro tragen. CKSda

GOTTFRIED F. KÜNZI HEUTE

«Ein neues Kapitel angesagt»



«Chance BeO». Zudem kommen immer einige Zusatzaufträge, wo man meine Erfahrung brauchen kann. Was ich tue, ist für mich sehr spannend. Mir gefällt, dass ich machen kann, was ich will und vor allem, dass ich es tun kann, wann ich will.

Mit Bezug auf die nationale Ebene stelle ich nach wie vor fest, dass es kaum ge-

lingt, die starken Partnerverbände auf eine Linie zu bringen. Alle fordern, «mit einer Stimme» zu sprechen – wenn es aber um die Wurst geht, kommen die alten Egoismen zum Tragen. Dass es jemandem in den Sinn kommt, nebst der offiziellen Hotelklassifikation von hoteliersuisse eine eigene aufzuziehen, zeugt eher von Autismus als von Weitsicht. Ich verfolge die Arbeit beim Schweizer Tourismus-Verband so gut ich kann. Offenbar hat sich punkto Finanzen seit meinem Weggang nicht sehr viel verändert. Jene, die am lautesten nach starkem Lobbying schreien, wollen den STV systematisch klein halten, um derweil ihre eigenen Gärten pflegen zu können. In meiner Freizeit treibe ich Sport, spiele etwas Golf, reise und lese eine Menge. Mein gesellschaftliches Leben pflege ich vor allem in Adelboden. Meine Frau und ich haben hier immer etwas zu bewegen, zum Beispiel den Aufbau einer Modeboutique. Von den touristischen Aktivitäten in Bern habe ich mich bewusst gelöst. Ich brauche nichts mehr zu werden. Jetzt ist ein neues Kapitel angesagt.»

Aufgezeichnet von Christine Künzler

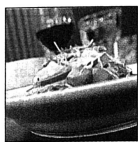
Gottfried F. Künzi war von 1973 bis 1988 Chefredaktor der hotel-tourismus revue und wechselte dann als Direktor zum Schweizer Tourismus-Verband. Er hat im Herbst 2002 mit 60 Jahren einen neuen Weg eingeschlagen.



HOTELLERIE

9

Sevilla | Das 4-Sterne-Hotel Las Casas de la Juderia zeigt, dass auch unkonventionelle Ideen zum Erfolg führen können.



GASTRONOMIE

11

Preisindex | Der Schweizer Konsument gibt immer weniger von seinem Haushaltsbudget in Restaurants und Hotels aus.



TOURISMUS

12

Frühlingsangebote | Die Schweiz promotet zusehends auch den Frühling, wenngleich diese Jahreszeit seine Grenzen hat.



Human Powered Mobility

Beispiel einer touristischen Kooperation

Die IG Human Powered Mobility (HPM) arbeitet neu mit PostAuto Tourismus zusammen. Entstanden ist ein 40-seitiger Katalog zum Wander- und Veloland Schweiz. Das Projekt IG HPM ist bei Schweiz Tourismus für die Auszeichnung «Best Practice» eingereicht worden.

Christine Künzler

Der neue Katalog mit buchbaren Angeboten zum «Wander- und Veloland Schweiz» ist in einer Auflage von 21500 Exemplaren erschienen – in deutsch und französisch. Vertrieben wird er über die Post, das Mailinghouse von Schweiz Tourismus, über die Mitglieder der IG HPM und an Messen. Denn Messeauftritte gehören ebenso zum Programm der IG HPM. Finanziert worden ist der Katalog je zur Hälfte von der Post und der IG HPM.

19 touristische Organisationen und Unternehmen gehören der IG HPM-Tourismus an. «Das hat es noch nie gegeben, dass so viele Partner bei einem Projekt mitmachen», sagt Hanspeter Matzenauer, Leiter Marketing bei Ostschweiz Tourismus. Jedes Mitglied entrichtet – je nach Grösse – einen abgestuften Jahresbeitrag. So ergeben sich für dieses Jahr Einnahmen von 120000 Franken. Dazu kommen 80000 Franken aus verschiedenen Aktivitäten. Die Geschäftsstelle der im Sommer letzten Jahrs gegründeten IG HPM liegt bei Swiss Trails von Ruedi Jaisli.

Ein gemeinsames Angebotsmarketing

Ziel der IG HPM ist ein gemeinsames Angebots-Marketing für die buchbaren Angebote auf den nationalen Wander-, Velo- und Skatingrouten. Die nationalen Angebote können zudem mit regionalen ergänzt werden. Jaisli, der für das Operating zuständig ist, bietet für dieses Jahr 23 Pauschalangebote auf allen nationalen Velorouten mit Unterkunft in Hotels und Jugendherbergen. Als Test ist vorerst auf der Rhein-Route auch «Schlafen im Stroh» in das Programm aufgenommen worden. Die HPM-Angebote werden nicht nur in der Schweiz vertrieben, wo Eurotrek und Baumeler ihr Velo- und Wanderland-Angebot ausgebaut haben. Sondern sie sind auch von Reiseveranstaltern in Deutschland, Österreich, Grossbritannien und USA in die Kataloge aufgenommen worden.

Destination Gstaad

Gäste holen mit Yield-Rabatten

Rund 70 Prozent der Hoteliers aus Gstaad Saanenland gehen neue Wege: Sie setzen auf Yield-Management. Damit erhoffen sie sich, die Zwischensaison besser auslasten zu können. 25 Prozent ist bis jetzt die höchste Rabattstufe, welche die Gstaader Hotels gewähren.

Christine Künzler

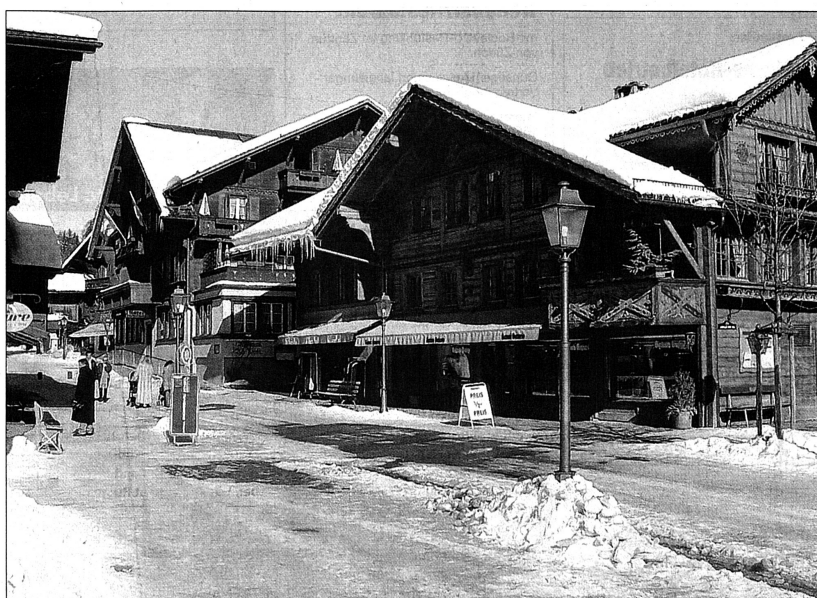
Bei Airlines wird Yield-Management schon lange praktiziert: Sie versuchen mittels diesem Instrument ihre Flugzeuge auszulasten (vgl. Box). In der Destination Gstaad wollen nun die Hoteliers mittels Yield-Management die Betten füllen. Die Abwicklung läuft über Gstaad Saanenland Tourismus, was den Hotelier 5 Prozent Kommission kostet. «Wir haben die Yield-Rabatte mit dem regionalen Hotelier-Verein beschlossen», hält Tourismusdirektor Roger Seifritz fest. Die höchste Rabattstufe beträgt bis jetzt 25 Prozent.

Buchbar sind solche verbilligten Nächte bis zu 14 Tage im Voraus und nur online über www.gstaad.ch. Das ganze Rabattsystem wird über ein Deskline-Modul abgewickelt. Die Hoteliers tragen ihre freien Zimmer ein. Das System errechnet dann anhand der gesamten Zimmeranzahl und der freien Zimmer den Auslastungsgrad. Daraus resultiert der Yield-Rabatt. Sind die Zimmer gut belegt gibt es keine Vergünstigung. Bei vielen freien Zimmern ist der Rabatt höher. Die Höhe des Rabatts ist für den Gast ersichtlich.

Mit Yield-Management Preisdumping umgehen

Thomas Allemann, Leiter Wirtschaftspolitischer Dienst bei hotelleriesuisse, findet die Idee dieser «horizontalen Kooperation» gut. «Der Gast will einfach ein Hotelzimmer in Gstaad und nicht ein bestimmtes Hotel.» Im Instrument Yield-Management sieht er zu dem «eine Möglichkeit, Preisdumping, wie das in verschiedenen Schweizer Städten im Moment der Fall ist», zu verhindern. Bedingung jedoch sei, dass möglichst alle Gstaader Hotels mitmachen. «Sonst gibt es immer wieder welche, die Billigpreise bieten».

Wie lassen sich die tieferen Preisen gegenüber den Stammgästen rechtfertigen? Allemann rät zu «differenzierten Produkten». Packages, sagt er, seien besser als Rabatte auf den reinen Zimmerpreisen. Ein Kriterium für Rabatte sieht er indes auch in der kurzfristigen



■ **Yield-Rabatte.** Wann der Gast wie viel Rabatt bekommt, rechnet der Computer anhand des Belegungsgrads aus. Vorerst sind 25 Prozent auf Übernachtung und Frühstück die höchste Ermässigung. Foto: zvg

Buchungsmöglichkeit der Hotelzimmer – genau so wie in einer langen Vorausbuchungsfrist.

Fast alle grossen Hotels machen mit

70 Prozent der Hoteliers aus der Destination Gstaad Saanenland – 25 Betriebe mit total rund 900 Betten – gewähren

die Yield-Rabatte. «Die grossen sind mit dabei», so Seifritz. Einige kleinere bekundeten Mühe mit dem Handling und beteiligten sich deshalb nicht. Andere Hoteliers wiederum befürchteten, die Rabatte könnten sich negativ auf die Stammgäste auswirken. Zu ihnen gehört Thomas Frei vom «Bernerhof». Er gewährt keine Yield-Rabatte «aus Ehrlichkeit gegenüber unseren Stamm-

gästen», wie er sagt. «Drei Viertel unserer Gäste sind wiederkehrende Gäste.» Er sehe nicht ein, weshalb er einem «Schnäppchenjäger bis zu 25% Rabatt – plus 5% Kommission an den Vermittler – geben» soll. «Wir finden, unsere Preise sind ehrlich kalkuliert und wir bieten für den zu bezahlenden Übernachtungspreis die entsprechende Leistung und Qualität», so Frei. Er rät seinen Gstaader Kollegen, «welche bis 30 Prozent Rabatt geben können, ihre Preiskalkulation zu überdenken».

Mit Yield-Management die Nachfrage anpassen

■ Das Yield-Management ist ein Instrument zur simultanen und dynamischen Preis- und Kapazitätssteuerung. Ursprünglich wurde es von American Airlines im Zuge der Deregulierung des Luftfahrtsektors entwickelt. Inzwischen sind entsprechende Systeme bei jeder grösseren Airline zu finden. Ausserhalb des Luftfahrtsektors wird Yield-Management vor allem bei Hotels, im Transportgewerbe und von Autovermietungen eingesetzt. Ziel des Yield-Managements ist es, kurzfristig nicht variable und speicherbare Kapazitäten durch eine gezielte Preis-

stellung an eine schwankende Nachfrage anzupassen. Verfügt zum Beispiel ein Theater über 100 Plätze und erwartet nur 80 «normale» Besucher, können die restlichen 20 Plätze vergünstigt an Studenten abgegeben werden. Ist das für Studenten verfügbare Kontingent aufgebraucht, werden weitere Plätze nur noch zum Normaltarif verkauft. Durch das Anpassen der Kontingente kann auf Nachfrageschwankungen reagiert werden. Gutes Yield-Management schafft eine gleichmässige Auslastung auch bei stark schwankender Nachfrage. (Quelle: de.wikipedia.org)

Auch die Bergbahnen bekunden Interesse

Mitte Dezember letzten Jahres sind die Yield-Rabatte auf der Internet-Site lanciert worden. Offiziell sollen die «Last Minute»-Angebote im März der Öffentlichkeit kommuniziert werden. Für Seifritz birgt das Yield-Management ein «hohes Potenzial». Die Gstaader Bergbahnen hätten ebenfalls ihr Interesse bekundet. «Doch ist es im Moment technisch nicht möglich, sie mit einzubeziehen. Im nächsten Winter werden wir gemeinsam entscheiden, ob sie mit dabei sein werden.»

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

happy4YOU

Investitionsengpass?
Mit lease&sleep
flexibel bleiben.

happy systems™

I wett i heit es happy-Bett.

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

**Nachdiplomstudium
Hotelmanagement HF**

www.hotelleriesuisse.ch
Tel. Weiterbildung: 031 370 43 01

hotellerie suisse

hotelfachschule thun
sozial, position & system

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

«Kuschelig-weihe
Frottierwäsche
für Ihre Gäste»

Leinenweberei Bern AG

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

HESSERUNTERNEHMENSBERATUNG
FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION**Wir verkaufen - vermieten
oder suchen Ihren neuen Betrieb ...****Haben Sie einen interessanten Betrieb
zu verkaufen - zu vermieten?****Suchen Sie einen Betrieb zu mieten -
in Miet/Kauf - oder zu kaufen?****Wir sind auch die Spezialisten
für Probleme mit der Bank, Umfinanzierungen,
Sanierungen, Reorganisationsen,
Kostenrestrukturierungen und Marketing**Poststr. 2, PF 413, 8808 Pfäffikon SZ
055/410'15'57 - 079/422'37'24
Fax 055/410'41'06Zu vermieten ab 1. Juli 05 am Thuner-
see**Restaurant Kreuz
in Oberhofen**Gaststube 40 Plätze, Stübli 30 Plätze,
Terrasse 50 Plätze, grosse Wirtswohnung.
Der Betrieb liegt im Zentrum des
Dorfes, nahe Busstation, Post, Schloss
und Schiffände.Gerne erwarten wir Ihre Zusage an:
Fam. A. Künzli, Staatsstr. 4,
CH-3653 Oberhofen-Thunersee

165458/431108

Zu verkaufen

Trendbar/Restaurantmit Boulevard-Bestuhlung im Zentrum
von Zürich.Günstiger Mietzins und langjähriger
Vertrag möglich.Interessenten melden sich unter Chiffre
165461, hotel + tourismus revue, Post-
fach, 3001 Bern.

165461/431112

SIMONETT & PARTNERBeratung für Distribution, Gastronomie
und Standortmanagement

Zu verkaufen

in Arosa an zentralster Lage schönes

**2- bis 3-Sterne-Hotel
mit Restaurant**- 21 Zimmer, 38 Betten
- 4-Zimmer-Wohnung
- Restaurant mit Bar 72 Sitzplätze
- Saal 30 Sitzplätze.

Genügend Parkplätze neben Hotel.

Kaufpreis CHF 2,6 Mio.

Interessenten melden sich bei:
Simonett & Partner Badenerstrasse 816,
8048 Zürich, Tel. 01 432 30 82,
Fax 01 432 30 74
E-Mail: info@simonettpartner.ch
Internet: www.simonettpartner.ch

165416/428353

A louer

hôtel garni****

Centre d'une grande ville de Suisse romande.

Entièrement rénové.

45 unités inclus 4 suites.

Salle de conférences – Bar d'hôtel.

Appartement de direction.

Après réouverture C.A. hébergement CHF 750 000.–

annuel. Loyer CHF 180 000.– soit 24%.

Reprise partielle du mobilier CHF 500 000.– Fonds

propres CHF 300 000.– (crédit pour solde).

Affaire idéale pour couple ou indépendant. Discretion

assurée.

Faire offre sous chiffre 165417, hotel + tourismus revue,

case postale, 3001 Bern.

165417/431106

Zu verkaufen

3-Sterne-Hotelbetrieb

mit 28 Zimmern

im Zentrum von Genf.

Interessenten bitte unter Chiffre
165459, hotel + tourismus revue,
Postfach, 3001 Bern.

165459/431111

Mehr brauchen Sie nicht.

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

Hier finden Sie die besten Fachkräfte. Inserieren und Abonnieren: Tel.: 031 370 42 42, Fax: 031 370 42 23
inserte@htr.ch, www.htr.ch**htr** Die führende Fachzeitung für Hotellerie,
Gastronomie und Tourismus.
Mit dem grössten Stellenmarkt der Branche.**htr** AUS- UND WEITERBILDUNG**GASTROSUISSE
WEITERBILDUNG****DER RÉCEPTIONSKURS**
Erste Bausteine für den Start am "Front-Office".**Ziel** Dieses Intensivseminar bietet Ihnen eine praxisorientierte Weiterbildung, die Ihnen
den Start an der Réception erleichtert. Sie werden optimal auf Ihren geplanten Einsatz
an der Hotelréception vorbereitet. Im Anschluss des Seminars erhalten Sie ein Attest.**Dauer** 10 Tage, 09.00 Uhr bis 17.00 Uhr**Daten** Montag, 23. Mai bis Freitag, 3. Juni 2005
Montag, 10. Oktober bis Freitag, 21. Oktober 2005.**Preis** Fr. 2'650.- inkl. 10 Tage Seminar, Seminarunterlagen, Attest, Mittagessen
und Pausenverpflegung.Weitere Informationen unter www.gastrosuisse.ch
Tel. 044/377 55 30 - Fax 044/377 55 92 - E-mail: weiterbildung@gastrosuisse.ch**Info-Abend:
Weiterbildung
Tourismus &
Freizeit****Bern: Montag 21.2.**

Allegro Grand Casino Kursaal

Basel: Dienstag, 22.2.

Messesturm

Zürich: Mittwoch, 23.2.

Hotel Schweizerhof

St. Gallen: Montag, 28.2.

Hotel Walhalla

Chur: Dienstag, 1.3.

Hotel ABC

Samedan: Mittwoch, 2.3.

Academia Engiadina

jeweils zwischen 18.30**und 20.30 Uhr****Tourismusfachfrau/-mann HF**
3-jähriger Studiengang**NDK Sport- und Eventmanagement**
1-jähriger berufsbegleitender Nachdi-
plomkurs mit HF-Abschluss**Bachelor of Business Administrations**
In Tourism Management 14-monatig,
berufsbegleitender internationaler
Lehrgang**Tourismusassistent/-in mit eidg. Fach-
ausweis** 15-monatige berufsbegleitende
Grundausbildung im Tourismus**Weiterbildung im Tourismus-
Management mit eidg. Fachausweis**
1-jähriger berufsbegleitender Lehrgang**Marketingplaner/-in mit eidg. Fach-
ausweis** 1-jähriger berufsbegleitender
Lehrgang**PR-Fachfrau/-mann mit eidg. Fach-
ausweis** 1-jähriger berufsbegleitender
Lehrgang**Product-Management** 1-jähriger berufs-
begleitender Lehrgang mit SAWI/HFT
Graubünden Diplom**Weitere Informationen**Academia Engiadina
Weiterbildungszentrum
Quadratscha 18, 7503 Samedan
Telefon 081 851 06 30/04
wbz@academia-engiadina.ch
www.academia-engiadina.ch**ACADEMIA ENGIADINA****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

153472/900239

**SOUTHBORNE SCHOOL OF
ENGLISH
BOURNEMOUTH ENGLAND****Lernen & Arbeiten
für Hotel- & Gastroprofis**

Tel. 031 950 28 27

www.best-of-english.ch

Sprachaufenthalte

21-jährige Erfahrung - Beratung kostenlos

A+R Frischknecht Tel. 044 926 39 58

www.sprachausbildung.ch

**Zu verkaufen: elektronische
Stempeluhren**

ab Fr. 598.-

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

Jaeggli UhrenanlagenLys: 032 384 50 51 www.jaeggli-co.ch
Zürich: 01 202 34 61 info@jaeggli-co.ch**Zu verkaufen**
(wegen Outsourcing)1 Mänge Miele HM 210-33
1 Extraktor Waschmaschine Dubix, 25 kg
Fabrik-revidiert. (380 V / 18 kWh)

Günstige Konditionen.

Apparhotel DALA

Geschwister Loretan, Kurparkstrasse 15
CH-3954 Leukerbad / VS - (1401 m. ü. M.)
Tel. 027 472 23 00, Fax 027 472 23 01
info@dala.ch - www.dala.ch

165300/20273

Der neue Job wartet.Die besten Arbeitgeber inserieren in der htr stellen revue.
Denn hier gibt's jede Woche den grössten Stellenmarkt der Branche.Inserieren und Abonnieren:
Tel.: 031 370 42 42, Fax: 031 370 42 23
inserte@htr.ch, www.htr.ch**htr**Die führende Fachzeitung für Hotellerie,
Gastronomie und Tourismus.
Mit dem grössten Stellenmarkt der Branche.

www.institutminerva.ch

EDUQUA

Minerva
Ein Institut der Kallistos Bildungsgruppe Schweiz

Sattes Plus

■ **Rational AG.** Die Firma erwartet auf Basis erster Analysen für 2004 ein Umsatzwachstum von 22 Prozent auf 65,2 Mio. Euro (2003: 53,4 Mio. Euro) sowie einen Anstieg der Umsatzerlöse um 19 Prozent auf 221,8 Mio. Euro ('03: 186,6 Mio. Euro). Die Rational AG erwartet weiter ein EBIT von 53,6 Mio. Euro ('03: 42,3 Mio. Euro). Der Vorstandsvorsitzende Günter Blaschke führt dies auf die "aussergewöhnlich hohe Akzeptanz des SelfCooking-Centers" von Rational zurück. GSG

Gegen Rauch

■ **Bayerns Wirte schliessen Pakt.** Der Bayerische Hotel- und Gaststättenverband BHG hat sich mit dem Umweltministerium des Freistaates geeinigt, dass bis Ende 2006 mindestens die Hälfte aller bayerischen Gaststätten und Hotels Nichtraucherfreundlichkeit werden, bis 2010 sollen es 90 Prozent sein. Nichtraucherfreundlichkeit bedeutet zum Beispiel, dass mindestens 40 Prozent der Tische für Nichtraucher reserviert sind. So will der BHG einem Rauchverbot per Gesetz vorbeugen. GSG

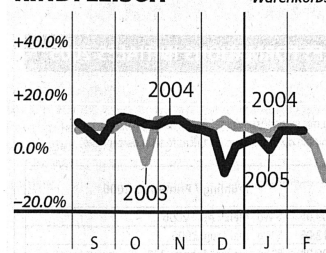
«Wein '05»

■ **Zweite Weinmesse in Zürich.** Zum zweiten Mal findet die Messe «Wein» in Zürich statt. Nach dem Start im letzten Jahr mit 48 Wein-Ausstellern, waren für die Messe «Wein '05» bereits fünf Monate vor dem Start der Messe alle 60 Ausstellerplätze ausgebucht. Die Messe findet vom 7. bis 13. April 2005 in der Halle 7 der Messe Zürich in Zürich-Oerlikon statt. Neu ergänzt am Eingang der Halle ein inszenierter Marktbereich mit Zigarren, Kaffee etc. den Wein (www.wein05.ch). GSG

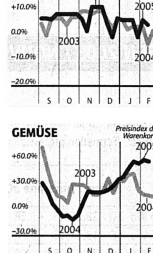
PRODINDEX 14. 2. BIS 19. 2. 2005

Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega

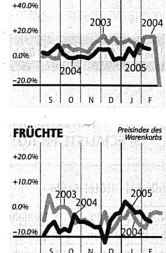
RINDFLEISCH



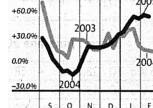
KALBFLEISCH



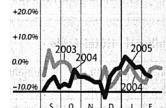
SCHWEINFLEISCH



GEMÜSE



FRÜCHTE



Red Bull

Gastro-Kette als Referenz geplant

■ **Red-Bull-Gründer Dietrich Mateschitz** wälzt grosse Pläne: Noch dieses Jahr soll unter dem Namen «Carpe Diem» der Startschuss für eine internationale Franchise-Kette mit veredeltem Fingerfood fallen. Erste Standorte sollen in der Salzburger «Getreidegasse» oder im ehemaligen «Havanna-Club» in Zürich eröffnet werden. Eröffnungstermin ist «wahrscheinlich Sommer bis Herbst». Starkoch Jörg Wörther entwickelte für Mateschitz das Konzept. Mehr als zwei Jahre hat Wörther an den Rezepturen getüftelt: Österreichische und internationale Spezialitäten werden in «knusprigen Tüten» serviert. Diese Tüten sind gleichzeitig Beilage. Teller und Besteck hätten also ausgedient.

Die Standorte Salzburg und Zürich sollen aber nur der Anfang sein. Im nächsten Schritt ist dann eine Multiplikation via Franchising geplant. Die Grössenordnung soll aber überschaubar bleiben. Unter dem Namen Carpe Diem vertreibt die Red-Bull-Tochterfirma Stock Vital seit Jahren die Getränke Kombucha, Ginkgo und Kefir. Die Fingerfood-Lokale sollen eine Referenz zu den Getränken darstellen. Während Red Bull angeblich Flügel verleiht, solle Carpe Diem Geist und Kreativität beflügeln. GSG/sda

Spanien

Sevilla – ein Stadtteil als Hotel

■ **Dass man im Zeichen sinkender Zimmerauslastungen erfolgreich auch unkonventionelle Wege beschreiten kann, beweist das 4-Sterne-Hotel Las Casas de la Juderia in Sevilla.** Insider behaupten, dass es sich dabei um eine wahre Goldgrube handelt.

Elisabeth Lang

Aus dem ehemaligen total heruntergekommenen Stadtviertel am Plaza Santa Maria Blanca, in der Altstadt von Sevilla, wo im Mittelalter die Indios, die Christoph Kolumbus von seiner ersten Amerikareise mitbrachte, pompöse Paläste und Klöster für den spanischen Hochadel bauten, war im Laufe der Jahrhunderte die Misere eingekerkert, und die Bewohner zogen fort.

Da wo vor gut 20 Jahren keine mehr wohnen wollte, kaufte der spanische Aristokrat Ignacio Medina Fernández de Cordoba, Duque de Segorbe, die teilweise stark heruntergekommenen Häuser auf, restaurierte sie mit viel Geschmack und edlen Materialien und verkaufte sie wieder. Bald darauf entstand die Idee eines Hotels und Don Ignacio musste dafür sogar ein früher ihm gehörendes Haus wieder zurückkaufen, um daraus ein wunderbares Ensemble historischer Bauten im maurischen Stil in Form eines Hotels entstehen zu lassen. Langsam wurde ein historisches Stadtviertel zum Hotel umfunktioniert.

Hotelgäste anstelle von Nonnen

Mit seinen traumhaften Innenhöfen, plätschernden Brunnen, umrankt von üppigen Blumen, Palmen und Orangen- und Zitronenbäumen und unter Verwendung originalgetreuer, alter andalusischer Fliesen, ist auf 14000 Quadratmeter Grund ein Bijouhotel entstanden. Aus dem alten Kloster, Casa de Convento de Santa Clara und Casa de Convento de Madre De Dios, ist ein neuer Hoteltrakt entstanden, die alte Bausubstanz ist erhalten geblieben. Das Kloster mitten in der Altstadt von Sevilla wurde zuletzt nur noch von fünf Nonnen bewirtschaftet. Die Nonnen wurden ausquartiert und erhielten ein neues, aber etwas kleineres Kloster. Jetzt kann man im Klostergebäude (mit eigenem Beichtstuhl) nächtigen und im Kreuzgang inmitten in einer üppigen Blumenpracht frühstücken.

Ständig kauft der Duque de Segorbe (dessen Familie einst die Könige von Andalusien gestellt hatte) neue Häuser hinzu. Das ist nicht immer ganz einfach, weil häufig die Besitzverhältnisse nicht geklärt sind. Dabei kommt es durchaus vor, dass noch eine alte Dame in dem Haus wohnt und sich weigert auszuziehen, erklärt der Duque de Segorbe. Dann bekommt die alte Dame halt einen eigenen Eingang und rund-



■ «Las Casas de la Juderia». Aus dem alten Kloster, Casa de Convento de Santa Clara und Casa de Convento de Madre De Dios, ist ein neuer Hoteltrakt entstanden. Im Bild das Lesezimmer mit Blick in den Innenhof. Fotos: Elisabeth Lang

herum wird fleissig restauriert und gebaut. Aber auch Mietverträge mit einer Laufzeit bis zu 25 Jahren werden abgeschlossen und in der Zwischenzeit wird schon mal mit dem Umbau begonnen.

Die alten, wunderschön hergerichteten Häuser und hochherarchischen Palacios aus dem 15. und 16. Jahrhundert sind durch unterirdische Gänge miteinander verbunden. Original-Holzdecken aus dem 16. Jahrhundert und Innenhöfe wurden liebevoll restauriert. Und auf dem Dach entsteht derzeit eine traumhaft schöne Pool-Landschaft mit Blick über Sevilla. Wo einst der Goldschmied sein Atelier hatte, entstand eine Suite mit eigenem Fitnessraum.

Pro Woche wird ein neues Zimmer fertig

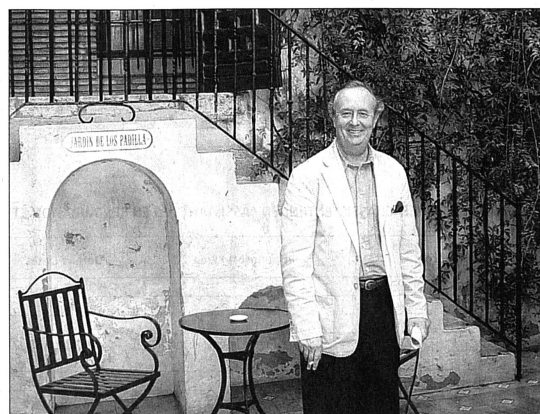
Gerade wird an einem unterirdischen SPA gebaut, das durch das Untergeschoss von mehreren Häusern – den Casas – führt und dessen Gänge mit kleinen Läden und Boutiquen bestückt sind. Die «Casas» sind alphabetisch aufgeteilt, und die Gäste bekommen einen Plan, der sie durch das Labyrinth der engen Gassen, den prachtvollen kleinen Gärten und den schmucken Patios vorbeiführt auf das Zimmer führt. Jede Woche wird ein neues Zimmer fertig, erklärt der Duque de Segorbe, der sämtliche Umbauten nach historischen Vorlagen und mit modernen Techniken ausgestattet, höchstpersönlich überwacht.

Über das Investitionsvolumen spricht man in diesen Kreisen nicht. Während es die grossen spanischen

Hotelgesellschaften (wie Occidental, Tryp etc.) mit ihren Hotelblöcken in Sevilla schwer haben, eine gute Auslastung zu erreichen und die Durchschnittswerte bei 60 Prozent liegen, erfreut sich das Hotel Las Casas de la Juderia einer ganzjährigen Zimmerauslastung von 90 Prozent. Und das alles ohne Werbung, ohne Hotelgesellschaft im Rücken und ohne grosse Reiseveranstalter und den üblichen Messepräsenzen im Ausland, erklärt der Hotelbetreiber in spe. – Ein grosser Anteil der Gäste seien Walk-ins, sie machen

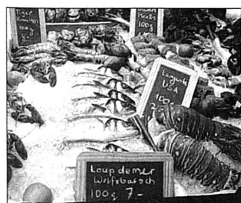
über einen Viertel der Belegungsrate aus. Die Zimmerpreise entsprechen dem eines 3-Sterne-Hotels und unterliegen damit einer günstigen steuerlichen Bewertung. Allerdings bietet das Haus einen 4-Sterne-plus-Service mit Durchschnittsraten von 156 Euro für ein Doppelzimmer in der Hauptsaison und 128 Euro in der Nebensaison. Er habe lieber volle Zimmer als teure Preise, erklärt Don Ignacio, der nun auch in Italien ein Luxushotel (bei Padua) baut.

www.casaspalacios.com



■ **Duque de Segorbe.** Der spanische Aristokrat Ignacio Medina Fernández de Cordoba überwacht sämtliche Umbauten höchstpersönlich.

KULINARIUM



■ **24. Januar bis 20. März 2005**
«American Oyster & Seafood-Bar». Köstliches Angebot von Meerespezialitäten wie Austern, Muscheln, Krebsen, Crevetten, Langostinos, Hummer und ganze Fische. Restaurant, Allegretto, Allegro Grand Casino Kursaal, Bern

■ **4. Februar bis 27. Februar 2005**
Gastronomische Wochen 2005. Gehobene ungarische Küche sowie klassische Spezialitäten der Belle Époque vom Restaurant Gundel aus Budapest. Küchenchef Kálmán Kalla verwöhnt seine Gäste u. a. mit exzellenter Gänseleber, saftigem Gulasch sowie einem Glas ungarischen Wein. Hotel Storch, Zürich

■ **10. Februar bis 6. März 2005**
«Blue Elephant – The Royal Thai Cuisine». Vier «Blue-Elephant»-Kochkünstler aus Bangkok, Brüssel und London verwöhnen die Gäste mit vorzüglicher Thai-Küche. Mövenpick Hotel, Zürich-Airport

Schulhotel-Kursdaten 2005/2006 / Lehrabschlussprüfungen 2005

Dates des cours à l'hôtel-école 2005/2006 / Examens finals 2005

NEUE GRUNDBILDUNGEN 2005 / NOUVELLES FORMATIONS INITIALES 2005

HOTELFACHFRAU/-MANN (3-jährige Grundbildung mit eidgenössischem Fähigkeitszeugnis) SPÉCIALISTE EN HÔTELLERIE (Formation professionnelle initiale de 3 ans avec Certificat fédéral de capacité)

Schulhotel / Hôtel-école	Herbst / Automne 2005				Frühling / Printemps 2006			
Regina I, Interlaken	1. Lehrjahr	5 Wo	SO	28.08.05 – FR	30.09.05	5 Wo	März / April 2006	
Regina II, Interlaken	1. Lehrjahr	5 Wo	SO	13.11.05 – FR	16.12.05	5 Wo	Mai / Juni 2006	
Regina III, Interlaken	1. Lehrjahr	5 Wo	SO	24.07.05 – FR	26.08.05	5 Wo	Januar / Februar 2006	
Regina IV, Interlaken	1. Lehrjahr	5 Wo	SO	09.10.05 – FR	11.11.05	5 Wo	Februar / März 2006	
Sporthotel, Pontresina	1. Lehrjahr	5 Wo	SO	23.10.05 – FR	25.11.05	5 Wo	April / Mai 2006	
Regina, Adelboden	1. Lehrjahr	5 Wo	SO	30.10.05 – FR	02.12.05	5 Wo	April / Mai 2006	
Classic, Leysin	1ère année	5 s	di	30.10.05 – ve	02.12.05	5 s	avril / mai 2006	
Centro sportivo, Tenero	1o anno	6 s	do	13.11.05 – ve	23.12.05	4 s	gennaio 2006	

HOTELLERIEANGESTELLTE/R (2-jährige Grundbildung mit eidgenössischem Attest) EMPLOYÉ/E EN HÔTELLERIE (Formation professionnelle initiale de 2 ans avec Attestation fédérale)

Schulhotel / Hôtel-école	Herbst / Automne 2005				Frühling / Printemps 2006			
Regina A I, Interlaken	1. Lehrjahr	5 Wo	SO	28.08.05 – FR	30.09.05	5 Wo	März / April 2006	
Regina A II, Interlaken	1. Lehrjahr	5 Wo	SO	13.11.05 – FR	16.12.05	5 Wo	Mai / Juni 2006	
Regina A IV, Interlaken	1. Lehrjahr	5 Wo	SO	09.10.05 – FR	11.11.05	5 Wo	Februar / März 2006	
Classic, Leysin	1ère année	5 s	di	30.10.05 – ve	02.12.05	5 s	avril / mai 2006	
Centro sportivo, Tenero	1o anno	6 s	do	13.11.05 – ve	23.12.05	4 s	gennaio 2006	

RESTAURATIONSFACHFRAU/-MANN (3-jährige Grundbildung mit eidgenössischem Fähigkeitszeugnis) SPÉCIALISTE EN RESTAURATION (Formation professionnelle initiale de 3 ans avec Certificat fédéral de capacité)

Schulhotel / Hôtel-école	Herbst / Automne 2005				Frühling / Printemps 2006			
Interlaken/Leissigen	1. Lehrjahr	5 Wo	SO	13.11.05 – FR	16.12.05	5 Wo	Mai / Juni 2006	
Interlaken/Leissigen	1. Lehrjahr	5 Wo	SO	09.10.05 – FR	11.11.05	5 Wo	März / April 2006	
Classic, Leysin	1ère année	5 s	di	30.10.05 – ve	02.12.05	5 s	avril / mai 2006	
Centro sportivo, Tenero	1o anno	6 s	do	13.11.05 – ve	23.12.05	4 s	gennaio 2006	

RESTAURATIONSANGESTELLTE/R (2-jährige Grundbildung mit eidgenössischem Attest) EMPLOYÉ/E EN RESTAURATION (Formation professionnelle initiale de 2 ans avec Attestation fédérale)

Schulhotel / Hôtel-école	Herbst / Automne 2005				Frühling / Printemps 2006			
Interlaken/Leissigen	1. Lehrjahr	5 Wo	SO	13.11.05 – FR	16.12.05	5 Wo	Mai / Juni 2006	
Classic, Leysin	1ère année	5 s	di	30.10.05 – ve	02.12.05	5 s	avril / mai 2006	
Centro sportivo, Tenero	1o anno	6 s	do	13.11.05 – ve	23.12.05	4 s	gennaio 2006	

LEHRABSCHLUSSPRÜFUNGEN / EXAMENS FINALS 2005

HOTELFACHASSISTENT/INNEN / ASSISTANTS/ES D'HÔTEL

Schulhotel / Hôtel-école	Prüfungsort / Lieu	Daten / Dates
Schulhotel Regina I, Interlaken	Interlaken	SO 05. Juni – SA 18. Juni 2005
Schulhotel Regina II, Interlaken	Interlaken	SO 05. Juni – SA 18. Juni 2005
Schulhotel Regina III, Interlaken	Interlaken*	SO 05. Juni – SA 18. Juni 2005
Schulhotel Regina IV, Interlaken	Pontresina*	SO 05. Juni – SA 11. Juni 2005
Schulhotel Regina IV, Interlaken	Interlaken*	SO 05. Juni – SA 18. Juni 2005
Schulhotel Regina IV, Interlaken	Pontresina*	SO 05. Juni – SA 11. Juni 2005
Sporthotel, Pontresina	Pontresina	SO 05. Juni – SA 11. Juni 2005
Ramada Treff Hotel Regina, Adelboden	Interlaken	SO 05. Juni – SA 18. Juni 2005
Classic Hôtel, Leysin	Les Rasses	me 18 mai – ve 20 mai 2005
Centro sportivo, Tenero	Ticino	novembre 2005

* aufgeteilt nach Lehrortskanton

SERVICEFACHANGESTELLTE / SOMMELIERS/SOMMELIÈRES

Schulhotel / Hôtel-école	Prüfungsort / Lieu	Daten / Dates
Schulhotel Regina B, Interlaken*	Interlaken	SO 26. Juni – FR 01. Juli 2005
Schulhotel Kreuz B, Leissigen	Interlaken	SO 26. Juni – FR 01. Juli 2005
Schulhotel Kreuz D, Leissigen	Interlaken	SO 26. Juni – FR 01. Juli 2005
Classic Hôtel, Leysin	Pully	lu 30 mai – ve 10 juin 2005
Centro sportivo, Tenero	Ticino	novembre 2005

* inkl. Zusatzlehre mit Lehrbeginn Herbst 2004

GASTRONOMIEFACHASSISTENT/INNEN / ASSISTANTS/ES EN RESTAURATION ET HÔTELLERIE

Schulhotel / Hôtel-école	Prüfungsort / Lieu	Daten / Dates
Schulhotel Regina G II, Interlaken	Interlaken	SO 19. Juni – SA 25. Juni 2005
Schulhotel Regina G V, Interlaken	Interlaken	SO 19. Juni – SA 25. Juni 2005
Schulhotel Regina G VI, Interlaken	Interlaken	SO 19. Juni – SA 25. Juni 2005
Classic Hôtel, Leysin	Les Rasses (économie ménagère)	me 18 mai – ve 20 mai 2005
Classic Hôtel, Leysin	Pully (service)	lu 30 mai – ve 10 juin 2005
Centro sportivo, Tenero	Ticino	novembre 2005

Änderungen bleiben vorbehalten und werden jeweils in der hotel-tourismus revue veröffentlicht.
Des changements de dates sont possibles, ils seront publiés dans l'hotel-tourismus revue.

BISHERIGE LEHREN / FORMATIONS ANTÉRIEURES

HOTELFACHASSISTENT/INNEN / ASSISTANTS/ES D'HÔTEL

Schulhotel / Hôtel-école	Frühling / Printemps 2005				Herbst / Automne 2005			
Regina I, Interlaken	2. Lehrjahr	5 Wo	MO	28.03.05 – FR	29.04.05	5 Wo	SO	28.08.05 – FR 30.09.05
	1. Lehrjahr			MO 28.03.05 – FR	29.04.05			siehe Datenliste der neuen Lehren
Regina II, Interlaken	2. Lehrjahr	5 Wo	SO	01.05.05 – FR	03.06.05	5 Wo	SO	13.11.05 – FR 16.12.05
	1. Lehrjahr			SO 01.05.05 – FR	03.06.05			siehe Datenliste der neuen Lehren
Regina III, Interlaken	2. Lehrjahr	5 Wo	MO	03.01.05 – FR	04.02.05	5 Wo	SO	24.07.05 – FR 26.08.05
	1. Lehrjahr			MO 03.01.05 – FR	04.02.05			siehe Datenliste der neuen Lehren
Regina IV, Interlaken	2. Lehrjahr	5 Wo	SO	06.02.05 – FR	11.03.05	5 Wo	SO	09.10.05 – FR 11.11.05
	1. Lehrjahr			SO 06.02.05 – FR	11.03.05			siehe Datenliste der neuen Lehren
Sporthotel, Pontresina	2. Lehrjahr	5 Wo	SO	10.04.05 – FR	13.05.05	5 Wo	SA	22.10.05 – FR 25.11.05
	1. Lehrjahr			SO 10.04.05 – FR	13.05.05			siehe Datenliste der neuen Lehren
Regina, Adelboden	2. Lehrjahr	5 Wo	SO	17.04.05 – FR	20.05.05	5 Wo	SA	29.10.05 – FR 02.12.05
	1. Lehrjahr			SO 17.04.05 – FR	20.05.05			siehe Datenliste der neuen Lehren
Classic, Leysin	2ème année	5 s	di	10.04.05 – ve	13.05.05	5 s	di	30.10.05 – ve 02.12.05
	1ère année			di 10.04.05 – ve	13.05.05			voir les dates des cours professionnels des nouvelles formations
Centro sportivo, Tenero	2o anno	4 s	do	02.01.05 – ve	28.01.05	6 s	do	13.11.05 – ve 23.12.05
	1o anno			do 02.01.05 – ve	28.01.05			vedi lista date dei corsi all'albergo scuola delle nuove professioni

SERVICEFACHANGESTELLTE / SOMMELIERS/SOMMELIÈRES

Schulhotel / Hôtel-école	Frühling / Printemps 2005				Herbst / Automne 2005			
Regina B, Interlaken Zusatzlehrklasse	2. Lehrjahr	4 Wo	SO	01.05.05 – FR	27.05.05	4 Wo	SO	13.11.05 – FR 09.12.05
Kreuz B, Leissigen	2. Lehrjahr	5 Wo	SO	01.05.05 – FR	03.06.05	5 Wo	SO	13.11.05 – FR 16.12.05
	1. Lehrjahr			SO 01.05.05 – FR	03.06.05			siehe Datenliste der neuen Lehren
Kreuz D, Leissigen	2. Lehrjahr	5 Wo	MO	28.03.05 – FR	29.04.05	5 Wo	SO	09.10.05 – FR 11.11.05
	1. Lehrjahr			MO 28.03.05 – FR	29.04.05			siehe Datenliste der neuen Lehren
Classic, Leysin	2ème année	5 s	di	10.04.05 – ve	13.05.05	5 s	di	30.10.05 – ve 02.12.05
	1ère année			di 10.04.05 – ve	13.05.05			voir les dates des cours professionnels des nouvelles formations
Centro sportivo, Tenero	2o anno	4 s	do	02.01.05 – ve	28.01.05	6 s	do	13.11.05 – ve 23.12.05
	1o anno			do 02.01.05 – ve	28.01.05			vedi lista date dei corsi all'albergo scuola delle nuove professioni

GASTRONOMIEFACHASSISTENT/INNEN / ASSISTANTS/ES EN RESTAURATION ET HÔTELLERIE

Schulhotel / Hôtel-école	Frühling / Printemps 2005				Herbst / Automne 2005			
Regina G I, Interlaken	3. Lehrjahr	5 Wo	kein Kurs		5 Wo	kein Kurs		
	2. Lehrjahr		kein Kurs			siehe Regina G III		
	1. Lehrjahr		MO 28.03.05 – FR	29.04.05		–		
Regina G II, Interlaken	3. Lehrjahr	5 Wo	SO	01.05.05 – FR 03.06.05	5 Wo	SO	13.11.05 – FR 16.12.05	
	2. Lehrjahr		SO	01.05.05 – FR 03.06.05	SO	13.11.05 – FR 16.12.05		
	1. Lehrjahr		SO	01.05.05 – FR 03.06.05		–		
Regina G III, Interlaken	3. Lehrjahr	5 Wo	kein Kurs		5 Wo	SO	24.07.05 – FR 26.08.05	
	2. Lehrjahr		MO 03.01.05 – FR	04.02.05	SO	24.07.05 – FR 26.08.05		
	1. Lehrjahr		kein Kurs			–		
Regina G IV, Interlaken	3. Lehrjahr	5 Wo	kein Kurs		5 Wo	SO	09.10.05 – FR 11.11.05	
	2. Lehrjahr		SO	06.02.05 – FR 11.03.05		kein Kurs		
	1. Lehrjahr		kein Kurs			–		
Regina G V, Interlaken	3. Lehrjahr	5 Wo	SO	06.02.05 – FR 11.03.05	5 Wo	kein Kurs		
	2. Lehrjahr		kein Kurs			SO 28.08.05 – FR 30.09.05		
	1. Lehrjahr		SO	06.02.05 – FR 11.03.05		–		
Regina G VI, Interlaken	3. Lehrjahr	5 Wo	MO	28.03.05 – FR 29.04.05	5 Wo	SO	09.10.05 – FR 11.11.05	
	2. Lehrjahr		MO	28.03.05 – FR 29.04.05	SO	09.10.05 – FR 11.11.05		
	1. Lehrjahr		MO	28.03.05 – FR 29.04.05		–		
Sporthotel, Pontresina	3. Lehrjahr	5 Wo	kein Kurs		5 Wo	kein Kurs		
	2. Lehrjahr		kein Kurs			siehe Regina G VI		
	1. Lehrjahr		SO	10.04.05 – FR 13.05.05		–		
Classic, Leysin	3ème année	5 s	di	10.04.05 – ve 13.05.05	5 s	di	30.10.05 – ve 02.12.05	
	2ème année		di	10.04.05 – ve 13.05.05	di	30.10.05 – ve 02.12.05		
	1ère année		di	10.04.05 – ve 13.05.05		–		
Centro sportivo, Tenero	3o anno	4 s	do	02.01.05 – ve 28.01.05	6 s	do	13.11.05 – ve 23.12.05	
	2o anno		do	02.01.05 – ve 28.01.05	do	13.11.05 – ve 23.12.05		
	1o anno		do	02.01.05 – ve 28.01.05		–		

Anmeldung Schulhotel-Lernende 2005

Haben Sie Ihre Lernenden (Hotelfachfrau/-mann, Hotellerieangestellte/r, Restaurationsfachfrau/-mann, Restaurationsangestellte/r) mit Lehrbeginn 2005 für die Schulhotels schon angemeldet? Indem Sie dem Fachbereich Gastgewerbliche Berufsbildung **eine Fotokopie des nicht genehmigten Lehrvertrages** mit Wunsch für die Schulhotelzuteilung zustellen, ist der Lernende provisorisch angemeldet. Wünsche für die Schulhotelzuteilung können nur bei frühzeitiger Anmeldung berücksichtigt werden.

Ursula Müller (Hotelfachfrau/-mann, Hotellerieangestellte/r) und **Sandra Zuber** (Restaurationsfachfrau/-mann, Restaurationsangestellte/r) vom Fachbereich Gastgewerbliche Berufsbildung nehmen Ihre Anmeldungen gerne entgegen.

hotelleriesuisse, Gastgewerbliche Berufsbildung, Postfach, 3001 Bern
Telefon 031 370 42 67/68, Fax 031 370 42 62, ursula.mueller@hotelleriesuisse.ch, sandra.zuber@hotelleriesuisse.ch
www.hotelleriesuisse.ch/BERUF&BILDUNG/Gastgewerbliche Berufsbildung

Informationen über die neuen Grundbildungen finden sie unter www.berufe-gastgewerbe.ch

Inscription des apprenants à l'hôtel-école 2005

Aimeriez-vous inscrire vos spécialistes en hotellerie, employés/es en hotellerie, spécialistes en restauration, employés/es en restauration aux cours d'un hôtel-école? Veuillez vous adresser au service de la Formation dans l'hôtellerie et la restauration.
Anne-Lise Martin se tient à votre entière disposition pour toute inscription et tout complément d'information.

hotelleriesuisse, Formation dans l'hôtellerie et la restauration, case postale 7507, 1002 Lausanne
Téléphone 021 320 03 32, Fax 021 320 02 64, anne-lise.martin@hotelleriesuisse.ch
www.hotelleriesuisse.ch/PROFESSION&FORMATION/Formation des apprentis

Toutes informations sur les nouvelles formations professionnelles initiales sont disponibles sur www.formation-hotel-resto.ch

Landesindex der Konsumentenpreise

Konkurrent ist die Gesundheitspflege

■ Der Schweizer gibt immer weniger von seinem Haushaltsbudget im Gastgewerbe aus. Dafür immer mehr für ärztliche Leistungen und Medikamente.

Gudrun Schlenczek

Entfielen im Jahr 2000 auf das Gastgewerbe noch 9,53 Prozent der Ausgaben der Schweizer Haushalte, so waren es fünf Jahre später im errechneten Warenkorb des Bundesamtes für Statistik BFS (siehe Box) noch 8,85 Prozent. Besonders betroffen sind die Restaurants mit einer Abnahme um rund 1 Prozent. Die Hotellerie hingegen konnte ihre Position leicht verbessern (siehe untenstehende Grafik). «Für Gesundheit wird immer mehr ausgegeben, so dass dem Konsumenten weniger Geld für andere Bereiche bleibt», erklärt Corinne Becker von der Sektion Preise beim BFS die Entwicklung. Der Ausgabenanteil für Gesundheitspflege (ohne Krankenversicherung) stieg im gleichen Zeitraum um fast 3 Prozent.

Preisanstieg lässt Anteil am Warenkorb sinken

Das Gastgewerbe steht in der Rangfolge beim Schweizer Haushalt punkto Ausgaben innerhalb der 12 definierten Warengruppen an fünfter Stelle: Nach Wohnen und Energie (25,8%), Gesundheitspflege (16,3%), Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke (11,4%), Verkehr (10,5%), Freizeit und Kultur (9%).

Während sich die Stellung der Restaurants und Hotels innerhalb des Schweizer Warenkorbs verschlechtert hat, sind die Preise überdurchschnittlich angestiegen: Zwischen 2000 und 2004 verteuerte sich der gesamte Warenkorb der Schweizer Haushalte um 3,4 Prozent. Der Landesindex der Konsumentenpreise für die Warengruppe «Restaurants und Hotels» stieg im gleichen Zeitraum fast doppelt so stark, die Preise des Gastgewerbes wurden gemäss BFS im Durchschnitt um 7,6 Prozent angehoben. Dass Preisentwicklung und Ausgabenanteil oft negativ korrelieren, bestätigt Corinne Becker: «Eine Preissteigerung bei einer Produktgruppe wirkt sich oft negativ auf deren Anteil im Warenkorb aus.»

Am teuersten wurde der Verkauf von Kaffee und Tee

Im Gegensatz dazu erwies sich der Verkauf von Kaffee und Tee im Gastgewerbe als besonders preisstabil (das be-

deutet, der Preis wirkt sich wenig auf die Nachfrage aus): Die Warengruppe erfuhr zwischen 2000 und 2004 mit einem Plus von 10,4 Prozent die stärkste Preissteigerung innerhalb der Gruppe Restaurants und Hotels – bei einer gleichzeitig noch stärkeren Steigerung des prozentualen Anteils am Schweizer Warenkorb (+14%). Mitgeholfen hat hier sicher die weltweite Coffeehype-Welle und die steigende Bedeutung der Kaffeekultur, sowie die aktive Medienarbeit punkto Kaffeepreis seitens des Schweizer Cafetier-Verbandes.

Hotellerie: Im letztem Jahr fielen die Preise

Die grösste Steigerung zwischen 2003 und 2004 erfuhr innerhalb der gastgewerblichen Produktgruppe mit 2,7 Prozent die Preise in Personalrestaurants. Ein möglicher Grund dafür sind die zunehmend fallenden Subventionen seitens der Firmen für die Verpflegung der Arbeitnehmer.

Einen Preisenbruch innerhalb der Gruppe Restaurants und Hotels um 0,6 Prozent erfuhr 2004 ausschliesslich die Hotellerie. Nachdem die Preise wie bei allen übrigen gastgewerblichen Sortimenten seit 2000 stetig gestiegen sind –

im Vergleich zum Durchschnitt des Gastgewerbes sogar überdurchschnittlich –, kam letztes Jahr der Knick. Dieser erfolgte also erst einige Jahre nach dem Einbruch bei den Logiernächten. Thomas Allemann, Leiter Wirtschaftspolitik bei hotelieressuisse, empfiehlt

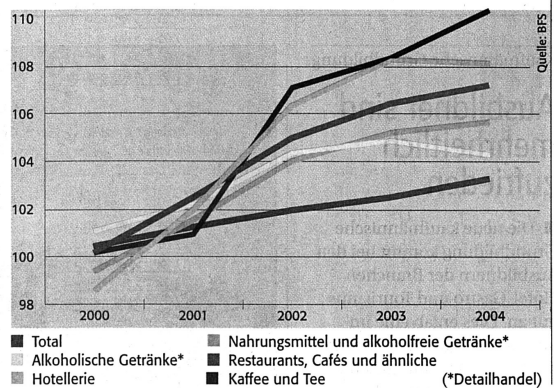
den Hoteliers ein flexibles Pricing: «Das Revenue- oder Yield-Management, das heisst eine Preisgestaltung in Abhängigkeit von Angebot und Nachfrage, hat leider in der Schweizer Hotellerie noch zu wenig Einzug genommen. Hier liegt Potenzial brach.» Allemann

erwartet aufgrund der positiven Prognosen des BAK jedoch nicht, dass sich in der Schweizer Hotellerie dieser Preistrend nach unten weiter fortsetzen wird. Die Preise der Parahotellerie stiegen im letzten Jahr um einen Prozentpunkt.

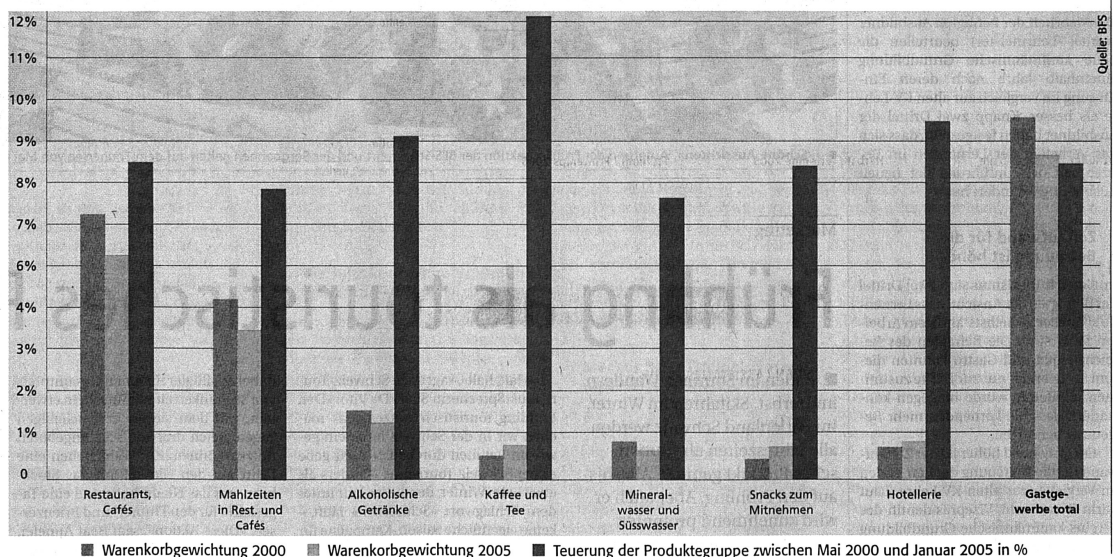
Preisindex und Warenkorb

■ Das Bundesamt für Statistik BFS erhebt regelmässig den Landesindex der Konsumentenpreise, kurz LIK, für klar definierte Warengruppen. Die Erhebungshäufigkeit variiert: Für Nahrungsmittel im Detailhandel wird der LIK monatlich erhoben, für Restaurants und Hotels vierteljährlich (Januar, April, Juli, Oktober). Basis für den aktuellen LIK ist der LIK im Mai 2000 (= 100%). Das heisst, wenn bei Kaffee und Tee in der Gastronomie der LIK im Januar 2005 112,1 beträgt, dann ist die Warengruppe heute im Vergleich zum Mai 2000 12,1 Prozent teurer. Die prozentuale Gewichtung innerhalb des Warenkorbs zeigt, wie viel seiner Gesamtausgaben der Schweizer Haushalt für eine bestimmte Warengruppe auslegt. GSG

Entwicklung der Konsumentenpreisindexe



Das Gastgewerbe im Schweizer Warenkorb: Kaffee, Snacks und Hotellerie legten zu



Anzeige

TOURISMUS FORUM DER ALPENREGIONEN

BERGBAHN- & TOURISMUSGIPFEL
15. & 16. März 2005
Kongresszentrum Davos

Top Themen

- Der SWATCH-Effekt Alpinum
- Cheap+Chic in die Zukunft
- State of the Art im Destinationsmanagement
- Wegbeschreibung für eine neue Marschrichtung im Alpentourismus

Auszeit, Wendezeit oder Endzeit?

Organisation und Anmeldung:
Sagenstrasse 8
CH-7000 Chur
Tel. +41 (0)81 854 98 00
info@grischconsulta.ch
www.grischconsulta.ch / www.tourismusforum.ch

Endzeit?

SWATCH-Effekt Alpinum

Neues Erlebnismagazin

■ **«Kulturwege Schweiz».** Das Tourismusprojekt «Kulturwege Schweiz» führt ab 2007 auf 12 historischen Routen zu den schönsten Orten der Schweizer Kulturlandschaft. Dazu ist nun neu ein Erlebnismagazin erschienen. Die 80-seitige Publikation stellt die vier Routen vor sowie die Partnerbetriebe des lokalen und regionalen Gewerbes, die sich am Projekt beteiligen. Das Erlebnismagazin erscheint jährlich und stellt das Tourismusprojekt «Kulturwege Schweiz» je-

weils in einer anderen Region vor. Die erste Ausgabe zum Wallis ist in 200 000 Exemplaren in deutsch und französisch erschienen. Für 8 Franken kann sie auf den touristischen Kanälen im Wallis sowie bei ViaStoria gekauft werden. Projektpartner vertreten das Magazin zudem in der Schweiz und im Ausland. Dank der Unterstützung durch den Staat Wallis und die Loterie Romande erhalten alle Haushalte im Kanton Wallis im Frühling ein kostenloses Exemplar. CK

8. Ferientag

■ **Lausanne.** Am 22. April findet der 8. Schweizer Ferientag statt. Das Programm steht unter dem Titel «Das Erlebnis». Für den diesjährigen Ferientag konnten Exponenten aus Wirtschaft, Tourismus, Kultur und Politik verpflichtet werden. International besetzt sind die zwei Podiumsgespräche «Das Erlebnis Alpen» und «Das Erlebnis Stadt». Noch bis 28. Februar beträgt die Einschreibgebühr 250, danach 280 Franken. DST

Anmeldungen unter www.stnet.ch

Chuenisbärgli: Geld für Bahn ist beisammen

■ **Adelboden.** Die Finanzierung der neuen Skianlage am Chuenisbärgli in Adelboden ist gesichert: Es ist gelungen, die 7,3 Mio. Franken zu beschaffen, die nötig sind, um den alten Schlepplift durch eine Vierersesselbahn mit Witterschutzhauben zu ersetzen. Der Verwaltungsrat der Bergbahnen Adelboden AG hat am Wochenende entschieden, das Projekt in Auftrag zu geben. Damit ist eine wichtige Hürde genommen, um den Weltcup-Hang den Anforderungen des internationalen Ski-

verbands FIS anzupassen. Dieser setzt für die Durchführung von Weltcupveranstaltungen moderne Transportanlagen und breite Pisten voraus. In Adelboden geht es insbesondere um das Einrichten grösserer Sturzräume. Zudem läuft die Konzession des alten Skilifts aus.

Die letzte Hürde ist allerdings noch nicht geschafft. Noch können Beschwerden von Grundeigentümern das Projekt zu Fall bringen. Die Stimmberechtigten der Gemeinde Adelboden haben

zwar einer Umzonung des Weltcup-Hangs in eine Zone für öffentliche Nutzung im November mit grossem Mehr zugestimmt. Der Kanton prüft derzeit aber noch die Planungsgrundlagen. Ein Entscheid wird für Mai erwartet. In der Zwischenzeit bemühen sich Regierungsstatthalter sowie Gemeinde- und Bergbahnvertreter, mit den Einsprechern eine Lösung zu finden. Gelingt das, könnte die neue Bahn bereits im kommenden Winter in Betrieb genommen werden. TL/lda

Kaufmännische Grundbildung

Ausbildner sind mehrheitlich zufrieden

■ Die neue kaufmännische Grundbildung kommt bei den Ausbildnern der Branchen Hotel-Gastro und Tourismus gut an. Dies ergab eine im Januar durchgeführte Umfrage des Vereins kaufmännische Grundbildung Hotel-Gastro-Tourismus.

Daniel Stampfli

Die Mehrheit der befragten Ausbildner (vorher Lehrmeister) beurteilen die neue kaufmännische Grundbildung innerhalb Jahre nach deren Einführung im Vergleich zur alten KV-Lehre als besser. Knapp zwei Drittel der Ausbildner haben festgestellt, dass sich das Verhalten der Lernenden im Betrieb seit der Einführung der neuen Ausbildung verändert hat.

Zeitaufwand für die Betreuung ist höher

Im Bereich Tourismus sind zwei Drittel der Befragten der Ansicht, dass Lernende schneller zu selbstständigem Arbeiten fähig sind. Die Befragten des Bereichs Hotel und Gastro konnten diesem Sachverhalt nur zur Hälfte zustimmen. Eindeutig wurde hingegen konstatiert, dass die Lernenden mehr Betreuung benötigen.

Entsprechend höher ist der Zeitaufwand für die Betreuung der Lernenden im Vergleich zur alten KV-Lehre. Laut Karin Bernasconi, Vizepräsidentin des Vereins kaufmännische Grundbildung Hotel-Gastro-Tourismus, sei dies nicht überraschend: «Es ist klar, dass die Betreuungszeit zu Beginn länger ist, da es sich schliesslich um etwas Neues handelt.»

In der Umfrage kam auch zum Ausdruck, dass die Lernenden ganzheitlicher denken und handeln sowie auch motivierter und einsatzfreudiger sind. Ebenso seien sie mit der Bürotechnik vertrauter.

Schulung von Berufsbildnern notwendig

Um nach den neuen Richtlinien Lernende ausbilden zu können, mussten grossmehrheitlich Berufsbildner geschult werden. Ebenso mussten die Ausbildungsprogramme an die neue Situation angepasst werden. Eine deutliche Mehrheit der befragten Ausbildner gab ebenso an, dass sich die in den Betrieben vorgenommenen Anpassungen bewährt hätten.

Aus den Antworten auf die Frage, ob die neue Lehre mehr oder weniger Freiraum gibt, die Ausbildung auf die Bedürfnisse des einzelnen Betriebes auszurichten, lassen sich keine konkreten Schlüsse ziehen: Rund die Hälfte der Befragten sind der Ansicht, dass der Freiraum grösser ist, die andere Hälfte ist gegenteiliger Ansicht.



■ **«Schöne Aussichten».** Aufgrund der Frühlingsaktion der BLS-Schiffahrt und der Bergbahnen gelten auf dem Thunersee von Mai bis Juni Sonderkonditionen. Foto: Swiss-Image

Marketing

Frühling als touristisches Produkt

■ **Baden im Sommer, Wandern im Herbst, Skifahren im Winter.** Im Ferienland Schweiz werden alle Jahreszeiten als touristisches Produkt genutzt. Alle, bis auf den Frühling. Aber auch er wird zunehmend promotet, wenngleich er seine Grenzen hat.

Giuseppe Wüest

«Insel des ewigen Frühlings» – so wird die Kanareninsel Teneriffa beworben. Dies mit gutem Grund: Die Lage der Insel im Grenzbereich zwischen den Subtropen und den gemässigten Breiten im Atlantik sorgt das ganze Jahr über für ein mildes, ausgeglichenes Klima – ewiger Frühling eben.

Könnte der Frühling als touristisches Produkt auch in der Schweiz genutzt und promotet werden? Die anderen drei Jahreszeiten ja, aber der Frühling? – Der Sommer ist die Zeit für «Echte Badeferien», wie etwa Graubünden Ferien die diesjährige Sommersaison bewirbt. In der «goldenen Jahreszeit» ist der Gast gemäss einer jedes Jahr neu aufgelegten Schweiz-Tourismus-Broschüre «Herbstlich willkommen». Und der hiesige Winter ist eh der «schönste der Welt», wie Schweiz-Tourismus-Direktor Jürg Schmid Anfang Saison in einem Interview mit der Tageszeitung «Der Bund» ganz unbescheiden festgestellt hat. Aber der Frühling? Nein, der Frühling ist touristisches Brachland, ist der erste Gedanke, die «tote Zeit» zwischen Winter- und Sommersaison, Augen zu und durch.

«Halt, halt», sagt dazu Schweiz-Tourismus-Sprecherin Silvia De Vito: «Den Frühling touristisch nutzen, das machen wir in der Schweiz in einem gewissen Rahmen durchaus.» Zwar gebe es bei Schweiz Tourismus – anders als etwa beim Winter, der dieses Jahr unter dem Schlagwort «Schneezeit» läuft – keine eigentliche Saison-Kampagne für den Frühling. «Aber ein Thema ist es schon», so De Vito: «Die Städte zu unserem Beispiel pushen wir mit unserer «Swiss-City»-Kampagne im Frühling, sobald die ersten Planieraktivitäten möglich sind, in besonderem Masse. Und im Tessin, das früher aus dem Winterschlaf erwacht als der Rest der Schweiz, ist der Frühling auch immer wieder ein Thema.»

Sondertickets und Attraktionen

Und der Frühling ist durchaus nicht nur in den Städten und im Tessin ein Thema, wie eine kleine Umschau in verschiedenen Ferienregionen zeigt: «Für unsere Region», meint etwa Thunersee-Tourismus-Direktor Beat Anneler, «ist der Frühling touristisch durchaus ein wichtiger Faktor – und das zeigen wir auch durch gezielte Massnahmen und Events». Anneler denkt dabei an Aktionen wie den «Tag der Schifffahrt» im April, an dem – nicht nur auf dem Thunersee, sondern landesweit – die Schweizer Schifffahrtsgesellschaften mit Sondertickets und Attraktionen zur Saisonöffnung Zehntausende auf Wasser locken. Oder auch an «Schöne Aussichten», eine gemeinsame Frühlingsaktion der BLS-Schiffahrt und der Bergbahnen: Von Mai bis Juni können

dabei Ausflügler für einen Gesamtpreis von 38 Franken einen Gutschein erwerben, mit dem sie an drei beliebigen Tagen gleich drei von vier Angeboten nutzen können. Zur Wahl stehen eine Fahrt auf den Niesen, auf das Stockhorn, auf das Niederhorn und eine Tagesskarte für den Thuner- und Brienzensee. «Diese Aktion», sagt Beat Anneler, «hat sich sehr erfolgreich entwickelt, wir locken damit viele Gäste in unsere Region, die vielleicht sonst im Frühling nicht kommen würden.»

Frühlings-Gäste anlocken, das tut auch Ostschweiz Tourismus. Dies zum Beispiel mit «attraktiven Pauschalangeboten», wie Mediensprecher Hanspeter Mazenauer erklärt: «Wir konzentrieren uns dabei beispielsweise auf die so genannten Brückentage wie Ostern oder Pfingsten, für die wir nicht zuletzt auch in deutschen Zeitungen Werbung machen.»

Gstaad-Saaneland plant Saisonwechsel-Events

Doch nicht nur an Seen und im Flachland ist der Frühling ein touristisches Thema, sondern durchaus auch in den Bergen – und dies je länger je mehr, wie zum Beispiel Gstaad-Saaneland-Tourismus-Direktor Roger Seifritz feststellt: «Bei uns gibt es immer mehr Hotelbetriebe, die auch in der bisherigen «Nichtsaison Frühling geöffnet haben.»

«In den klassischen Hotelbroschüren ist neuerdings auch nicht mehr nur von Sommer und Winter, sondern bewusst von allen vier Jahreszeiten die Rede. Zudem planen wir dieses Jahr zusammen mit dem Hotellerverein Saisonwechsel-Events und werden uns

diesbezüglich auch zum Frühlingsbeginn etwas einfallen lassen.» Der Frühling nämlich, so Seifritz weiter, habe auch in gebirgiger Umgebung durchaus seine Reize: «Wenn im Mai unsere Südhänge voller gelber Blumen sind, ist das schon schön anzuschauen.»

Frühling in den Bergen «verlängerter Arm des Winters»

Allerdings seien der touristischen Nutzung des Frühlings als eigenständiges Produkt in den Bergen auch Grenzen gesetzt, ist sich Seifritz bewusst: «Zum einen ist das das Wetter, das uns immer wieder mal einen Strich durch die Rechnung machen kann», sagt der Tourismusdirektor und erinnert sich mit Grausen an den letztjährigen 1. Mai, als Gstaad just auf die geplante Eröffnung der Golsaison hin tüchtig eingeschneit wurde. Zudem werde der Frühling in den Bergen auch nicht als eigenständige Jahreszeit wahrgenommen: «Die Skisaison dauert seit einigen Jahren immer weiter in den Frühling hinein», erklärt Seifritz.

Eine Beobachtung, die auch Silvia De Vito von Schweiz Tourismus («Skifahren im Frühling liegt im Trend») oder Gieri Spescha, Leiter Kommunikation bei Graubünden Ferien, gemacht haben. «Der Frühling ist in den Bergen gewissermassen zum «verlängerten Arm» des Winters geworden. Als eigenständige Jahreszeit ist er – ich rede jetzt von den höheren Lagen, im Flachland sieht es anders aus – ohnehin nur schwer vermarktbare. Irgendwie weder Fisch noch Vogel. Nun ja, St. Moritz zum Beispiel präsentiert sich im Mai ehrlich gesagt nicht wahnsinnig attraktiv.»



FOKUS

14

Kaffee | Systemgastro-
nomen setzen auf Kaffee
aus fairem Handel. Und:
Welche Schokolade zu
welchem Kaffee passt.



FOKUS

17

Frankreich | Diverse
Ursachen schwächen die
Tourismusindustrie. Eine
Studie schlägt nun Alarm
und fordert Massnahmen.



PLATTFORM

18

Ratgeber | Der Amtsschim-
mel wiehert, oder: Wie ein
falsches Formular die
Bündner Behörden und
Gerichte in Atem hält.



Fair-Trade-Kaffee

Grösster Zuwachs in der Gastronomie

■ Während der Absatz von Bio- und Fair-Trade-Produkten allgemein in der Gastronomie harzt, erfreut sich der Kaffee aus fairem Handel satter Zuwachsraten. Dazu bei tragen in erster Linie Systemer wie McDonald's und Coop. Anders sieht das aus bei den individuellen Wirten.

Sandro Marco Fankhauser

Der Kaffeepreis auf dem Weltmarkt liegt im Keller und viele Produzenten leben an der Armutsgrenze. Um diesem Missstand beizukommen, wurde 1992 die Non-Profit-Organisation «Max Havelaar Stiftung» gegründet. Ihr Ziel besteht darin, die Lebens- und Arbeitsbedingungen der Kaffeepflanzer durch fairen Handel zu verbessern (siehe Box).

Trotz sinkendem Kaffeekonsum: Fair-Trade-Kaffee legt zu

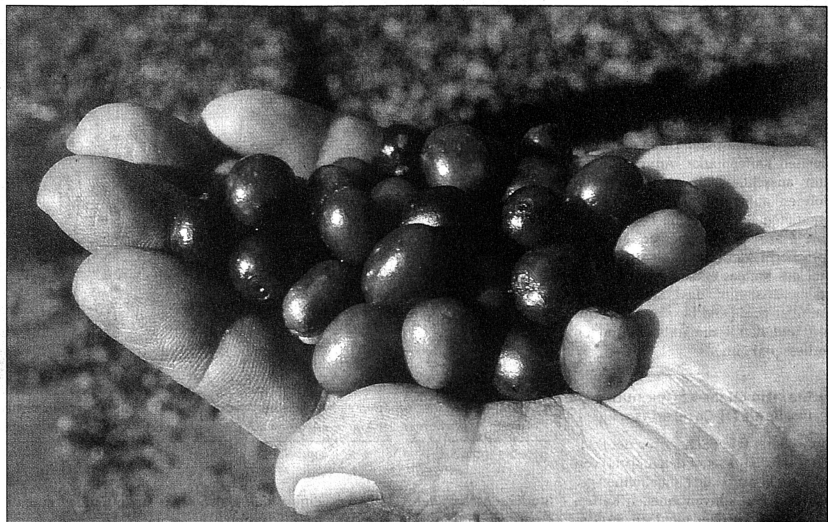
In der Schweiz machte Fair-Trade-Kaffee im Jahr 2003 3,5 Prozent des Kaffeumsatzes aus. Dies entspricht 1500

Tonnen, beachtliche 287 Tonnen mehr als im Vorjahr. Somit konnte der faire Handel trotz dem sinkenden Kaffeekonsum in der Schweiz mit einem Plus von 23 Prozent gegenüber dem Vorjahr trumpfen. Dieser Zuwachs von gut einem Fünftel geht vor allem auf das Konto der Systemgastronomie und hier neben Coop im besonderen auf das Konto von McDonald's (Siehe Seite 14).

Max Havelaar erwartet auch für 2004 wieder einen Zuwachs, was nicht zuletzt auf den hohen Bekanntheitsgrad der Marke zurückzuführen ist: Heute kennen 64 Prozent der Schweizer und Schweizerinnen das Max-Havelaar-Gütesiegel.

Für den Gastronom immer noch eine Kostenfrage

Zwar führen auch verschiedene individuelle Gastronomiebetriebe bereits Fair-Trade-Kaffee in ihrem Sortiment, doch der grosse Run ist bei diesen bis anhin ausgeblieben. Martin Senn, Kaffee-Produktmanager bei Max Havelaar: «Es ist eine Kostenfrage, ob ein Gastronom Fair-Trade in sein Angebot aufnimmt oder nicht, denn er ist bis 15 Prozent teurer. Auf die verkaufte



■ **Kaffeebohnen zu fairen Preisen.** Im Gegensatz zum allgemein sinkenden Kaffeekonsum in der Schweiz verzeichnet der Muntermacher aus fairem Handel satte Zuwachsraten. Für viele eine Frage der Ethik und auch der Qualität. Foto: htr-Archiv

Über 800 000 Familien leben vom Fair-Trade-Kaffeeanbau

■ Die Kaffeeproduzenten sind seit der Kündigung des internationalen Kaffeeabkommens im Jahr 1989 dem stark schwankenden Preis des Weltmarktes sowie dem Zwischenhandel ausgeliefert. Ziel des Systems Max Havelaar ist es, den meist in Kooperativen organisierten Kleinbauern menschenwürdige Lebens- und Arbeitsbedingungen zu ermöglichen sowie Armut und Elend zu bekämpfen. Dies wird erreicht, indem man den Produzenten eine Fair-Trade-Prämie zahlt, die von den Importeuren und Max Havelaar alle zwei Jahre festgesetzt wird. Zurzeit beträgt die Prämie das Doppelte des Weltmarktpreises, nämlich 1,24 Dollar pro Pfund (454 Gramm). Das Gütesiegel, das den Kaffee zertifiziert,

ist zudem an Kriterien und Kontrollen gekoppelt. Die Kleinbauern der Kooperativen müssen beispielsweise autonom und demokratisch organisiert sein. Um langfristig stabile Handelsbeziehungen aufzunehmen, verpflichten sich die Kooperativen, tadellose Qualität durch umweltschonende Produktion zu liefern. Hingegen garantieren die Importeure im Norden, den Kaffee direkt bei den Handelspartnern im Süden zu beziehen und je nach Absprache einen Vorschuss zu leisten, der zu einem sicheren Einkommen der Bauern beiträgt. Die Kriterien und Kontrollen garantieren Transparenz. Derzeit profitieren weltweit über 800 000 Familien vom Fair-Trade-Kaffeeanbau. SMF

Kaffeetasse macht dies jedoch höchstens zwei Rappen aus.» Erschwerend kommt hinzu, dass der Stiftung die nötigen Ressourcen für eine Marketing-Grossoffensive fehlt.

Vielfalt: über 60 verschiedene Fair-Trade-Kaffees

Jetzt will man jedoch mittels Schulungen vermehrt auch die Einzelgastromomen ansprechen. «Geplant sind zum Beispiel sensibilisierende Seminare für Wirte.» Was die Qualität angeht, seien zertifizierte Produkte übrigens klar besser, weil die Kaffeepflanzer über die nötigen Mittel für nachhaltigen und pestizidfreien Kaffeeanbau verfügen und somit die Pflege für die Kulturen intensivieren, weiss Senn.

Die grösste Herausforderung sieht die Stiftung nun darin, die Gastronomie

nicht nur vom sozialen Wert, sondern genauso von der Qualität und der Vielfalt des fairen Schwarzen zu überzeugen. Denn das Sortiment wurde in den vergangenen Jahren stark ausgeweitet. Heute gibt es allein in der Schweiz über 60 verschiedene Fair-Trade-Kaffees. Praktisch alle kleinen und mittelgrossen Röster haben zumindest einen «Sozialen» im Angebot.

Merkur fährt Doppelstrategie unter Drie Mollen weiter

So zum Beispiel Merkur – der Röster, neu mit Sitz in Gümligen (BE) fährt eine Doppelstrategie: Bei der Merkur Kaffee AG, die seit Juli letzten Jahres so wie Giger- und Rosca-Kaffee zur holländischen Drie-Mollen-Gruppe gehört, setzt man auf zwei verschiedene Stossrichtungen im fairen Handel. Auf der

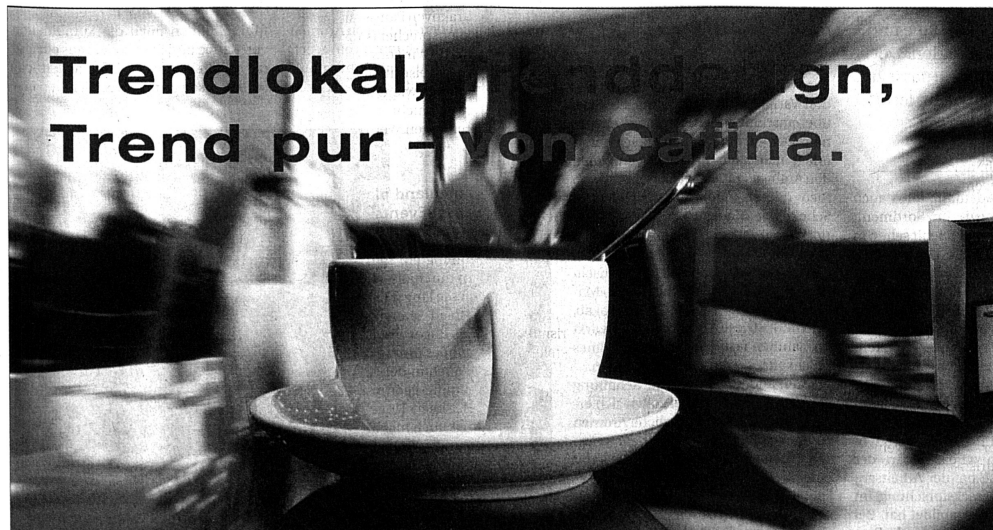
einen Seite schenkt man Max-Havelaar-Produkte aus. Bei Merkur macht der Max-Havelaar-Kaffee aber nur 0,63 Prozent des Gastronomieumsatzes aus. Laut Markus Schneider, Leiter Kaffee-Einkauf, «stagnieren diese Verkäufe».

Auf der anderen Seite hat man ein eigenes Entwicklungsprojekt namens «Hilfe ohne Umwege» lanciert, das die Wohn- und Arbeitsbedingungen der Kaffeebauern in der guatemaltekischen Region Atitlán verbessert. Die dazu nötigen Gelder stammen von einem Kaffee, den Merkur mit einem Aufpreis von 1 Franken pro Kilo der Gastronomie anbietet.

La Semeuse hat mit «Soleil Levant» den zweiten Max-Havelaar-Kaffee und den ersten, der auch biologisch angebaut ist. Der hundertprozentige Arabica hat seinen Preis: Fr. 24.40 pro Kilo.

Siehe auch Seite 14

Anzeige



Trendlokal, Trenddesign, Trend pur – von Cafina.

Das Cafina Kaffee-Design liegt richtig im Trend.

Das Cafina c5-Programm liegt voll im Trend punkto Outfit, der vollautomatischen Bedienung und der Trendgetränke wie Espresso, Latte Macchiato, Cappuccino, des Milchkaffees oder der heissen Milch. Die Cafina Milchtechnologie erfrischt und belebt das Milch- und Kaffeegeschäft auf Knopfdruck dank erprobter Qualität und Leistung. Verlangen Sie Trend pur von Cafina – und Sie haben die Trendsetter auf Ihrer Seite – und in Ihrem Trendlokal.

caфина

Cafina AG, Römerstrasse 2, CH-5502 Hunzenschwil
Telefon 062 889 42 42, Telefax 062 889 42 89
info@cafina.ch, www.cafina.ch

BALUNGER & BALUNGER

Fair-Trade-Kaffee in der Gastronomie

Der faire Kaffee wird gern gebechert

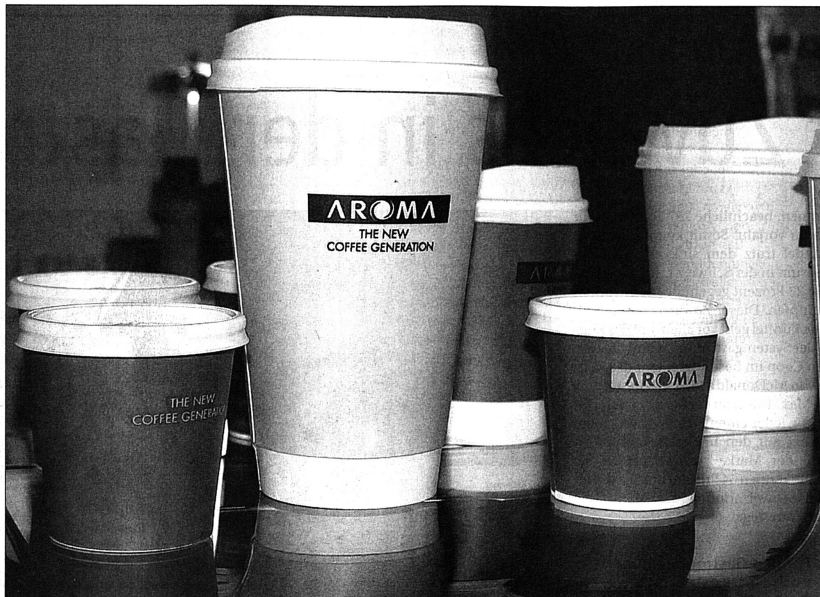
■ Zu einem grossen Teil verdankt der Fair-Trade-Kaffee seinen steigenden Absatz in der Schweiz grossen Gastronomen. Neben ethischen Kriterien ist ebenso der Geschmack ein Argument. Die Verkaufsprognosen versprechen auch weiterhin eine Steigerung.

Sandro Marco Fankhauser

Ein klares Bekenntnis zum fair gehandelten Kaffee kommt seitens McDonald's. Der Fastfood-Systemer setzt seit März 2003 nur noch auf Fair-Trade-Kaffee von Max Havelaar. Unter der haus-eigenen Kaffeemarke «Aroma» landet nun ausschliesslich aus Fair-Trade-Bohnen aufgebrühter Kaffee im gebrandeten Becher (siehe Foto). Denn laut Franziska Ellenberger, Mediensprecherin McDonald's, «ist die Qualität des Kaffees einfach besser». Dies erklärt sie damit, «dass die Produzenten über genügend Ressourcen verfügen und damit die Anbaumethoden verbessern können».

Max-Havelaar-Kaffee nun in allen ETH-Cafeterias

Ein weiterer fairer Schachzug der Fastfood-Kette ist, dass sie den Aufpreis von 1.20 Franken pro Kilo Kaffeebohnen gegenüber dem konventionellen Kaffee, 7 Rappen pro Becher, nicht auf die Gäste abwälzt. Offen gegenüber rechtem Kaffeehandel erweist sich ebenfalls die



■ Fairer Kaffee im Becher. In allen Schweizer McDonald's-Restaurants wird seit fast zwei Jahren ausschliesslich Kaffee aus fairem Handel unter der Marke «Aroma» ausgeschenkt. Auch andere Systemer setzen auf Max Havelaar. Foto: Gudrun Schlenczek

Studentenschaft der ETH Zürich. Eine engagierte Gruppe Studierender hat eine Untersuchung durchgeführt, nach der von 1406 Befragten 89,3 Prozent

dafür ist, Fair-Trade-Kaffee einzuführen.

Auf das positive Feedback hin wurde ein dreimonatiges Pilotprojekt gestartet, in dem die Studenten 10 Rappen mehr pro Tasse Muntermacher bezahlen. Im neuen Semester wird Max-Havelaar-Kaffee nun in allen ETH-Cafeterias angeboten.

tendenziell steigend, auch ohne dass man spezielle Werbung für die fairen Kaffeebohnen betreibt. Ein weiterer Player im fairen Geschäft ist der Kaffee-

multi Starbucks. Im Jahr 2002 wurden drei Viertel des Kaffees zu garantierten Abnahmepreisen übernommen. Zudem schenken die Starbucks-Coffeehouses jeden Freitag Max Havelaar als Tagesmischung aus.

Gespalten ist man bei der Migros: Im Detailhandel legt Max Havelaar zu, trotzdem schenkt die Migros je nach Regionalgenossenschaft keinen Fair-Trade-Kaffee an ihre Kundschaft aus. Der Grund dafür liegt darin, wie Claudia Robustelli, Sprecherin Migros Genossenschaft Ostschweiz, meint, «dass die Röstmischung von Max Havelaar mit unseren Kaffeeautomaten nicht kompatibel ist».

Coop-Restaurants: 30 Prozent des Kaffees ist aus Fair-Trade

Bei Coop sieht die Sache ganz anders aus, in 170 Restaurants können Kunden Max-Havelaar-Kaffee geniessen. Hans Thurnheer, Leiter der Coop-Restaurants: «Wir verkaufen pro Jahr 3 Millionen Tassen Max-Havelaar-Kaffee, das sind rund 30 Prozent des Kaffeumsatzes. Tendenz steigend.» Hans Thurnheer ist persönlich sehr vom Aroma des Max-Havelaars-Espressos angetan: «Dieser Kaffee verfügt über einen ausgezeichneten Geschmack im Gaumen.»

Wie bei McDonald's überwälzt Coop die Preisdifferenz des Fair-Trade-Kaffees nicht auf die Gäste. Und man will zusätzlich Gas geben: Bei Coop ist eine Promotion in Vorbereitung, bei der die Kunden über die Max-Havelaar-Werte informiert werden.

Einzelbetriebe, die auf sozialen Handel setzen

■ Das Spital Zofingen führt seit 1999 nur noch Max-Havelaar-Kaffee in seinem Angebot. Die drei Sorten für Espresso, Filter und koffeinfreien Kaffee, jährlich 2000 Kilo, finden grossen Anklang bei den Patienten und der Kundschaft, erklärt Isabella Moser, Leiterin Ökonomie: «Die Qualität stimmt und der Kaffee ist unterdessen Gewohnheit geworden. Für uns gibt es keinen Weg zurück, denn uns ist wichtig, dass die Pflanzern anständige Preise für ihre Produkte erhalten.» Gegenüber den Gästen erhebt man keinen Aufschlag auf den Kaffee. Ebenfalls voll umgestiegen

ist das Hotel Biener in Zermatt. Sabine Hagg, Leiterin Küche: «Die beiden Kaffeesorten für Espresso und Café Crème haben ein positives Feedback erhalten. Dass es sich um Max-Havelaar-Produkte handelt, haben wir auf der Speisekarte vermerkt.» Andreas Putzi, Inhaber des Landgasthofs Farnsburg in Ormalingen/BL, setzt seit zehn Jahren auf Fair-Trade-Kaffee. «Ich tue das aus ethischer Überzeugung und die drei verschiedenen Sorten kommen bei der Kundschaft gut an.» Er ist der Ansicht, dass die Gäste punkto sozialen Handels immer sensibler werden. SMF

Coffeeshopmulti und Caterer-Leader mit von der Partie

Ebenfalls mit von der Partie ist der grösste Schweizer Gemeinschaftsverpfleger SV-Group mit Sitz in Zürich. «In der Regel bringen Kunden und Gäste dem Fair-Trade-Kaffee grossen Goodwill entgegen», so Sprecherin Silvia Schmidrig. Der Anteil an Fair-Trade-Kaffee betrage zirka 10 Prozent, jährlich rund 200 Tonnen. Qualitativ komme er jedoch nicht an einen Spitzenespresso heran. Die Verkaufsprognosen seien

«Die Kaffeemultis haben Fair-Trade verschlafen»

■ Nahrungsmittelmulti Nestlé, der 12 Prozent des Weltmarkts aufkauft, bezieht einen Achtel direkt bei den Produzenten. Der Konzern zahlt diesen Kaffeepflanzern mehr als den Weltmarktpreis sowie zusätzlich eine Qualitätsprämie. «Mengenmässig ist dies ein Mehrfaches dessen, was alle Fair-Traders zusammen aufkaufen», betont Mediensprecher Hans-Jörg Renk. Fair-Trade-Kaffee bleibe ein Nischenprodukt. Der englischen Zeitung «The Guardian» zufolge soll allerdings auch Nestlé eine spezifische Fair-Trade-Linie für Kaffee in England lancieren. Wie in

der «Basler Zeitung» zu lesen war, wird Kraft Foods von der «Fairtrade Foundation» kritisiert. Diese wirft dem Kaffeemulti vor, den Begriff des fairen Handels zu verwässern, indem er den Pflanzern lediglich einen Aufpreis von zirka 20 Prozent bezahle. Dies wären 2004 bloss 65 Cents pro Pfund gewesen und somit etwa die Hälfte der Fair-Trade-Prämie. Martin Senn von Max Havelaar teilt diese Kritik: «Die Kaffeemultis haben die Fair-Trade-Bewegung verschlafen und versuchen nun ohne wirkliches Engagement eine Neupositionierung, um von diesem Image zu profitieren.» SMF

KURZ UND BÜNDIG

Milchschaum: vollautomatisch



■ La Cimbali führt einen neuen Kaffeevollautomaten mit «Turbosteamer». Das «M2 Barsystem» schäumt die Milch vollautomatisch auf und stellt bei vorprogrammierten Temperatur ab. Das Bilden von 11 Milchschaum dauert ca. 30 Sekunden. Mit einem Kolben und zwei Mühlen kostet die «M2 Barsystem» 11 450 Franken. GSG

Kaffee & Schokolade

Die Suche nach der perfekten Harmonie

■ Die Mariage von Kaffee und Schokolade hat Tradition. Doch nicht jede Schokolade passt zu jedem Kaffee. Wies geht, lernt man in Sensorik-Kursen.

Gudrun Schlenczek

Fast jede Schokoladenlinie führt auch eine «Mokka-Schoggi» im Sortiment, und eine Kaffee-Kreation fehlt selten in einer Pralinschachtel. Doch wie es bei einer Ehe eben ist, die Partner müssen zusammenpassen. Genau auf diese Feinabstimmung zielen die Sensorikkurse der Max Felchlin AG, Schwyz, ab. Kursleiter Patrick Zbinden lässt die Teilnehmer Kaffees aus unterschiedlichen Anbaugebieten mit verschiedenen Couverturen verkosten. «Die Schokolade passt dann zu einem Kaffee, wenn beides zusammen im Mund als angenehm empfunden wird», erklärt der Sensoriker, der sich bei der Arbeitsgemeinschaft Geschmacksforschung im deutschen Laufenden ausgebildet hat. Bei der Verkostung sollte man beide Pro-

dukte möglichst lange parallel im Mund degustieren.

Patrick Zbinden unterscheidet bei der Geschmacksharmonie zwischen drei Varianten: Einmal kann diese bei übereinstimmenden Aromen entstehen. Den «aromatischen Gleichklang» erlebt man zum Beispiel, wenn man den Arabica «Yauco Selecto» aus Puerto Rico (Blaser Café) mit der Felchlin-Schokolade Madagaskar (64% Trinitario-Kakao) verkostet. Übereinstimmen auch die Aromen des Arabica «San Cristobal» von den Galapagos-Inseln (Blaser) mit der Milkschokolade «Maracaibo Creole» (49% Criollo-Kakao, Felchlin): «Diese Kombination bewirkt im Gaumen fast den Geschmack eines Milchkaffees», verdeutlicht Zbinden.

Zum anderen durch eine Schaffung von Gegensätzen: Dabei sollen sich ergänzende oder gegensätzliche Aromen zu effektvollen Kombinationen ergänzen. Beispiel: Ein Robusta aus Java mit einer Java-Couvertur (64% Criollo-Kakao, Felchlin). Der Robusta-Kaffee mit seinem würzigen Geschmack (Aromen: Gewürznelke, Zimt, Lebkuchen) ver-

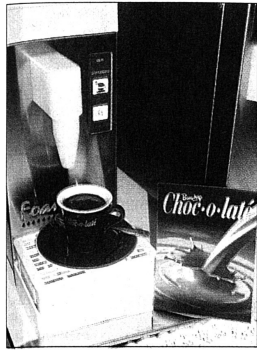
mischt sich mit den fruchtigen Aromen des Edelkakaos (Aromen: Brombeere, Dörreife, Torf) zu einem harmonischen Ganzen. Als dritte Möglichkeit

führt Zbinden noch die Kombination von Kaffee und Schokolade aus ein und der selben Region an. Infos zu den Sensorik-Kursen unter www.felchlin.com.



■ Schokolade zum Kaffee. Sensoriker Patrick Zbinden fordert Cafetiers und Patisiers auf, mit hausgemachten Truffes und Kaffee Packages zu schnüren. Foto: GSG

KURZ UND BÜNDIG



Schokolade in der Tasse

■ Barry Callebaut Schweiz lanciert ein hochwertiges Kakao-Getränk, das wie «flüssige Schokolade» in der Tasse daherkommt. Entweder erhitzt man diese via Dampfheiss des Kaffeemaschinen oder zum Beispiel im «Foamino» von Thermoplan. Servieren kann man das sämige Getränk kalt auf Eiswürfeln, als Espresso oder mit Milch verdünnt. Immerhin hat die exquisite Kreation ihren Preis: Fr. 6.90 pro Liter. Ebenfalls neu im Sortiment sind bunte Callets – als Dekormasse für den Patisserie und Konditor. Sie sind zusammengesetzt aus weisser und/oder Vollmilchschokolade, einsetzbar wie Couverture und erhältlich in fünf verschiedenen Geschmacksrichtungen und Farben. Preis: Fr. 13.90 bis 14.90 pro Kilo. GSG

Baristameister treten im März an

■ Die sechste Schweizer Baristameisterschaft findet am 19. März in der Schweizerischen Schule für Touristik und Hotellerie SSTH in Chur statt. Die Rahmenbedingungen des Schweizer Wettbewerbs entsprechen den Standards der Specialty Coffee Association of Europe (SCAE). Die Kandidaten müssen der Jury jeweils während 15 Minuten vier gleiche Espresos, vier gleiche Capuccinos sowie vier gleiche Fantasy-Drinks auf Espresso-Basis ohne Alkohol servieren. Bewertet werden Kaffee-Extraktion, Aroma, Präsentation, Handling und das Auftreten der Kandidaten und Kandidatinnen. Infos/Anmeldung: ingo.rogalla@schaerer.com. Der Schweizer Sieger darf dann die Schweiz an der Barista-Weltmeisterschaft WGM in Seattle vertreten. 2006 findet die WBM erstmals in der Schweiz/Bern statt. GSG

Fast wie frische Erdbeeren

■ Die Eurotop Food AG aus Birwil offeriert tiefgekühlte Erdbeerhälften, die auch nach dem Auftauen wie frische aussehen und wie solche schmecken. Das Geheimnis ist die Erbeersorte und die Veredelung. Angebaut werden die Erdbeeren in Marokko, dort einzeln tiefgekühlt und in Belgien dann mit Zucker «gecoatet». Eurotop Food importiert das Produkt von Dirafood aus Belgien. Die Firma lässt jährlich 13 000 Tonnen Erdbeerprodukte herstellen – unter anderem auch

für die Erdbeer-Desserts von McDonald's international. Die TK-Erdbeerhälften kosten an die 7 Franken pro Kilo. GSG

Konzeptwechsel in einem Dreh

■ Gysi Creative AG aus Aarau hat ein flexibles Bäcker- und Bar-Konzept entwickelt. Die Rückwand des Verkaufsreichs ist mit drehbaren Elementen ausgestattet, die auf beiden Seiten mit unterschiedlichem Sortiment beschriftet werden können. Ein Betrieb hat damit die Möglichkeit, zwischen zwei Angebotstypen zu switchen. Mit einem Handgriff werden die entsprechenden Regalelemente gedreht und das Sortiment auf der Rückseite wechselt das bisherige ab. Denkbar sind verschiedenste Kombinationen. Zum Beispiel: Am Tage «Snack & Café», am Abend «Apéro & Häppchen». «So kann der Betrieb den Tag flexibler ge-

stalten und besser auslasten», erklärt Thomas Gysi (Foto), Inhaber der gleichnamigen Innenausbau-Firma, die Idee. Diese ist allerdings nicht ganz neu: Bei «Cup & Cino» ist ein solches Element seit Jahren fester Bestandteil des Konzepts. Der deutsche Coffeshop-Systemer hatte in der Schweiz allerdings wenig Glück und musste den ersten Shop bald wieder schliessen. GSG



Kaffee-Shots für junge Gäste

■ Die Geschäftsführerin des Schweizer Cafetier-Verbandes, Johanna Bartholdi (Foto), empfiehlt den «Kaffee-Shot» vor allem für junge Gäste in der Runde. «Die jungen Leute trinken heute gerne Shots, da habe ich einen auf Kaffeebasis kreiert», erklärt Bartholdi. So wird er zubereitet: Einen Teelöffel gezuckerte Kondensmilch in ein Shot-Glas füllen, einen Teelöffel Grappa dazugeben und mit einem starken Ristretto auffüllen. «Wenn

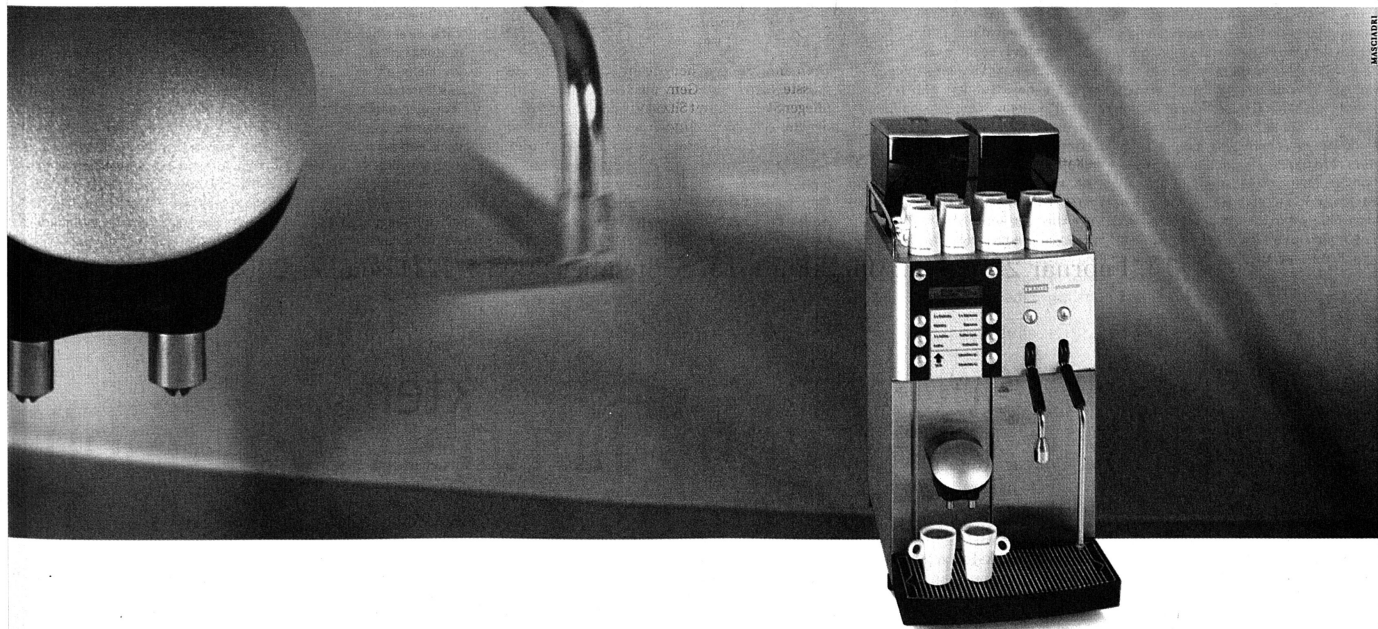
man eigentlich nichts mehr trinken mag, verträgt man immer noch einen Shot», ist Bartholdi überzeugt. Weitere Spezialkaffees in der Broschüre «Kaffeekultur» des SCV, zu beziehen über info@cafe-tier.ch. GSG

Romer's mit eigenem Café

■ Romer's Hausbäckerei AG hat im Ende letzten Jahres fertiggestellten neuen Verwaltungsgebäude am Sitz in Benken auch ein öffentliches Café-Bistro untergebracht. An der Cafébar kann der Gast Kaffeespezialitäten aus dem Elektro-Halbakautomaten geniessen, an der zweiten Theke liegen Romer's-Spezialitäten frisch aufgebakken bereit. Im gleichen Gebäude ist zudem ein 180m² grosser Fabrikladen untergebracht: Hier können Kunden die Tiefkühlbackwaren auch gleich für zu Hause einkaufen. Geöffnet sind Laden und Bistro von Montag bis Freitag ab 7.00 bis 17.30 Uhr, mittags allerdings zwischen 11.45 und 13.30 Uhr sind Café und Laden geschlossen. GSG



Anzeige



Evolution – Spitze in ihrer Klasse.

Franke hat die Spitzenmaschinen für alle Leistungsklassen von 50 bis über 500 Tassen. Zum Beispiel die Evolution-Linie: Konzipiert für Tagesleistungen bis zu 300 Tassen ist sie die ideale Wahl für Hotels, Restaurants oder für die Gemeinschaftsverpflegung. Und wie alle Franke Kaffeemaschinen beherrscht sie eines perfekt: **The art of excellent coffeemaking.**

Franke
Kaffeemaschinen AG
4663 Aarburg
Tel. 062 787 36 07
Fax 062 787 30 10
www.franke-cs.com

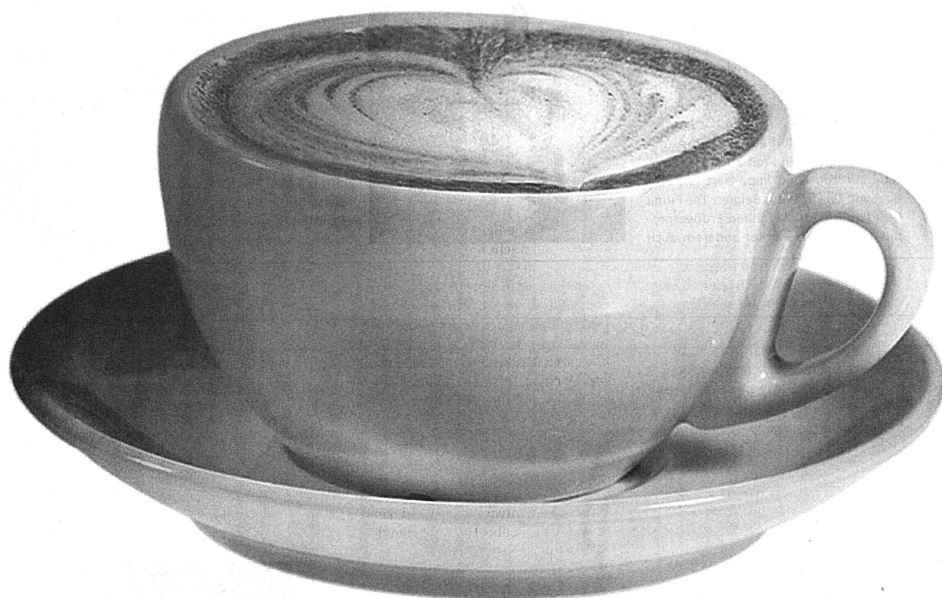
Franke Coffee Systems

FRANKE

Profis lesen die htr.

Wissenswertes zum Thema «Kaffee» erfahren Sie in der htr.

4 x im Jahr News und Trends aus der Kaffee-Szene. htr abonnieren und up-to-date bleiben.



17. Februar 2005 • 6. Mai 2005 • 15. September 2005 • 1. Dezember 2005

Abonnieren und inserieren:

Tel.: 031 740 97 93

Fax: 031 740 97 76

abo@swisshotels.ch

www.htr.ch



htr

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

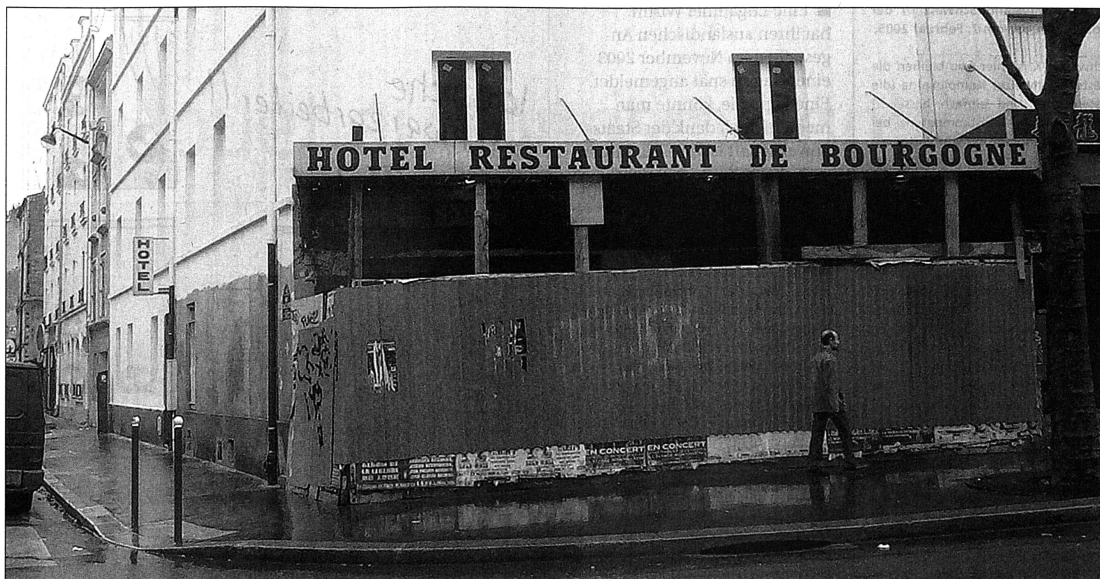
Protourismus-Studie

Frankreichs Tourismus ist «malade»

■ Sinkende Übernachtungszahlen, überalterte Unterkunftsstrukturen, ein ungünstiges Preis-Leistungs-Verhältnis und fehlende Investitionen bedrohen den Tourismusstandort Frankreich. Eine Studie von Protourismus schlägt Alarm und fordert konkrete Massnahmen.

Katja Hassenkamp

Im abgelaufenen Tourismusjahr wurden in Frankreich 4 Prozent bzw. 15 Millionen weniger Übernachtungen registriert als im Vorjahr, wobei bereits 2003 ein «mittelmässiges Jahr» war. Zu diesem Schluss kommt eine Studie von Protourismus, eine unabhängige Consultant-Instanz, die seit 2001 jährlich Umfragen bei 500 Unterkunftsanbietern, 300 Veranstaltern, 500 Touristen und 20 Verbrauchergruppen durchführt. (Die offiziellen Statistiken des Reisejahres 2004 werden vom französischen Tourismusministerium am 2. März 2005 veröffentlicht und dürften teilweise von der Protourismus-Studie abweichen.)



■ Erneuerungsbedarf. Auch Besitzer kleiner Hotels beginnen zu renovieren: Hôtel de Bourgogne, Paris, 17. Arr., Avenue de Clichy/Rue Emile Level. Foto: Katja Hassenkamp

Ferienbuchungen rückläufig – Korsika mit Rekordminus

Insgesamt weisen 19 von 22 Regionen rückläufige Übernachtungszahlen aus, und vor allem die traditionellen Urlaubsregionen Provence-Alpes-Côte d'Azur (–7%), Languedoc-Roussillon (–4,5%) und Rhône-Alpes (–4,5%) mussten erneut Einbußen hinnehmen; auf Korsika lag das Minus sogar bei 15 Prozent. Zusammen entfällt auf diese Regionen jedoch ein Drittel aller touristischen Übernachtungen Frankreichs.

Betrachtet man die Zahlen nach Unterkunftsarten, so lag das Minus der Campingplätze bei 6 Prozent, während die Übernachtungszahlen in der Hotellerie denen vom Vorjahr entsprachen. Dabei konnte hier erstmals wieder ein Ansteigen der Business-Übernachtungen registriert werden, wovon besonders der Pariser Raum profitiert hat (+3%). Die Leisure-Buchungen waren hingegen weiter rückläufig und besicherten beispielsweise den Hoteliers auf Korsika ein Besorgnis erregendes Rekordminus von 18 Prozent.

Bei den ausländischen Gästen nahm die Zahl der US-Übernachtungen etwas zu und auch die Übernach-

tungszahlen der Asiaten und der Gäste aus dem Nahen Osten stiegen an. Die Zahl der Übernachtungen der europäischen Gäste, die immer noch drei Viertel aller Auslandsübernachtungen für sich beanspruchen, lagen hingegen noch einmal um 2 Prozent zurück.

Frankreichs erster Platz weltweit ist trügerisch

Die Gründe für die rückläufige Übernachtungsstatistik sieht die Studie in einer Veränderung des Konsumverhaltens in Frankreich, aber auch in Europa. Die Franzosen haben das «traute Heim» entdeckt und investieren in Plasmabildschirme, Computer- und andere Heim-Technologien. Da bleibt weniger Geld für das Reisen und so optiert man, ebenso wie andere Europäer auch, für kürzere Reisen. Dadurch verringert sich die durchschnittliche Aufenthaltsdauer und die Übernachtungszahlen sinken, selbst wenn die Ankunftsstatistik steigende Tendenzen ausweist. Die tatsächliche Aktivität eines Tourismuslandes kann heute also

nicht mehr nach Ankünften gemessen werden, was die Bedeutung des ersten Platzes Frankreichs in der internationalen Tourismusstatistik relativiert.

Darüber hinaus werden konkrete Massnahmen zur Förderung der Investitionen privater Unternehmer gefordert, denn nur so können obsoletere Unterkunftsstrukturen renoviert werden. Doch nicht nur strukturell muss Frankreich aufräumen, auch der Service muss verbessert werden, weshalb es gilt, die Schulung des Personals zu intensivieren. Schliesslich muss das Preis-Leistungs-Verhältnis überprüft werden: Offensichtlich erwarten die Touristen in einem hoch entwickelten Land keine Dumpingpreise, aber sie wünschen sich, dass für den höheren Preis dann auch die Leistung stimmt. Last not least muss das touristische Angebot mit echten Inhalten gefüllt und lesbar gemacht werden, denn mit wachsender Bedeutung des Internets haben nur klar geschnürte Tourismuspakete Absatzchancen.

Erste Schritte wurden mit dem staatlich geförderten «Qualitätsplan Frankreich» und dem neuen Marke-

tingplan von Maison de la France eingeleitet. Jedoch fordert Protourisme «eine Beschleunigung der Mutation des Tourismussektors, eines der wenigen Sektoren, der die wirtschaftliche Ent-

wicklung und die Arbeitsplatzbeschaffung kombinieren kann, da Standortverlegungen nicht zu befürchten sind».

www.protourisme.com

Paris bleibt Nr. 1, aber die Aufenthaltsdauer wird kürzer

■ Paris konnte seinen ersten Platz auf der touristischen Weltrangliste behaupten. Mehr Franzosen (+10%), mehr Amerikaner (+10%), mehr Japaner (+15%) und endlich auch wieder mehr Deutsche (+20%), so lautet das Fazit für 2004 – und das bei steigenden Zahlen der Business-Übernachtungen (+4%). Im Einzelnen konnten nach Hochrechnungen des Pariser Office du Tourisme, im 2004 rund 25 Mio. Gäste registriert werden, gegenüber 24,5 Mio. im Jahr davor (Hotellerie und Parahotellerie). Die Zahl der Hotelgäste stieg auf 15,2 Mio. (2003: 14 Mio.) und lag um 2,6% höher als im Jahr 2002 und sogar um 4% höher als im 2001. Hingegen blieb die Zahl der Hotelübernachtungen mit

31,5 Mio. (+2% gegenüber 2003) noch um jeweils 4,4% hinter den Ergebnissen von 2002 und 2001 zurück. Damit wird deutlich, dass sich die Aufenthaltsdauer auch bei Städtereisen weiter verkürzt. Für das laufende Reisejahr rechnen die Pariser Touristiker mit einer weiteren Erholung und hoffen, allmählich die Rekordzahlen von 2000 wieder zu erreichen. Allerdings werden eventuelle negative Auswirkungen vom starken Euro befürchtet. Hingegen setzt man in Paris, wie auch in anderen europäischen Grossstädten auf zusätzliche Besucher aus den neuen EU-Ländern, aus Osteuropa – vor allem aus Russland – und natürlich aus China, dem neuen, vielbeschworbenen «Outgoing-Riesen». HAS

Tendenz

Süden reduziert mit Budget-Hotels Baisse

■ Besonders bei den Ausländern konnte die rückläufige Tendenz an der Côte d'Azur verlangsamt werden. Ihr Übernachtungs-Minus 2004 gegenüber dem Vorjahr lag bei 4,9%, während man für das Jahr 2003 noch ein Minus von 14,5% hatte hinnehmen müssen.

Katja Hassenkamp

Noch konnte die rückläufige Tendenz an der Côte d'Azur nicht gestoppt werden, aber erstmals seit drei Jahren hat sich die Baisse in 2004 verlangsamt und der Belegungsquotient der Hotellerie konnte sogar um einen Punkt auf 58 Prozent verbessert werden; besonders gut abgeschnitten hat die Budget-Hotellerie mit 69 Prozent.

Hingegen mussten für die Ferienresidenzen stark rückläufige Zahlen hin-

genommen werden, denn hier brach der Belegungsquotient um acht Punkte auf 61 Prozent ein. Auch die Buchungen auf Campingplätzen und für Ferienhäuser auf dem Lande – Gîtes ruraux – gingen erneut in starkem Masse zurück (–10% und –11,9%).

2 Mio. Übernachtungen, 0,6 Mio. Ankünfte weniger

Insgesamt wurden an der Côte d'Azur nach vorläufigen Hochrechnungen im vergangenen Jahr 8,4 Mio. Ankünfte (2003: 9 Mio.) und 60 Mio. Übernachtungen registriert (2003: 62 Mio.). Im Einzelnen wurden in der Hotellerie und den Ferienresidenzen zusammen 11,9 Mio. Übernachtungen gezählt (2003: 12,7 Mio.), was einem Rückgang gegenüber dem Vorjahr von 11,4 Prozent entspricht.

Dahinter verstecken sich aber recht unterschiedliche Zahlen, denn die Hotellerie hat besser abgeschnitten als die

Ferienresidenzen. Betrachtet man die Hotelübernachtungen gesondert, so lag die Baisse nur bei 4,3 Prozent und 8,6 Millionen Übernachtungen (2003: 8,9 Mio.), während sie bei den Ferienresidenzen bei minus 9,3 Prozent und 3,3 Millionen Übernachtungen lag (2003: 3,68 Mio.).

Der Haupt-Quellmarkt Grossbritannien blieb stabil

Die Übernachtungen entfielen jeweils ungefähr zur Hälfte auf Franzosen (49%) und Ausländer (51%). Besonders bei den Ausländern konnte die rückläufige Tendenz verlangsamt werden, denn das Übernachtungsminus gegenüber dem Vorjahr lag bei ihnen insgesamt nur bei 4,9 Prozent, während man für das Jahr 2003 noch ein Minus von 14,5 Prozent hatte hinnehmen müssen.

Diese relative Verbesserung der Ausländerstatistik erklärt sich u. a. daraus,

dass die US-Amerikaner (+11%) und die Japaner (+12%) wieder zahlreicher an die Côte d'Azur gereist sind. Auch die Zahl russischer Besucher (+16%), der Gäste aus dem Mittleren Osten (+12%) und aus China (+11%) stieg an.

Stabil blieb der Hauptquellmarkt Grossbritannien, während die Zahl deutscher und niederländischer Gäste um 15 Prozent zurückging.

Kongress mit 30 000 Teilnehmern an Barcelona verloren

Ein Blick auf die Fluggästatistik – das Gros der Überseegäste reist mit dem Flugzeug an – zeigt denn auch ein Ansteigen der Zahlen um 7,9 Prozent auf 1,43 Millionen Fluggäste (2003: 1,3 Mio.), was bedeutet, dass sogar die Rekordzahlen aus dem Jahr 2000 übertrifft werden konnten (1,39 Mio.). Dabei stieg vor allem die Zahl der Leisure-Fluggäste (+3,1%), während es beim Business-Travel noch ein Minus

von 2,8 Prozent gab. – Die Prognosen für das laufende Jahr sind gerade auf diesem Sektor nicht sehr positiv, da die Riviera den «3GSM World Congress» der mobilen Kommunikation, einen ihrer wichtigsten Kongresse, mit mehr als 30 000 Teilnehmern an Barcelona verloren hat.

Pro-Kopf-Ausgaben vor Ort um 700 Mio. Franken geringer

Betrachtet man die touristischen Ausgaben, so stehen sie naheliegenderweise in Relation zur rückläufigen Ankunftsstatistik. Hinzu kommt eine Verringerung der effektiven Pro-Kopf-Ausgaben vor Ort.

Nach offiziellen Angaben liegt das Minus insgesamt bei rund 9 Prozent, was bedeutet, dass sich die touristischen Ausgaben an der Côte d'Azur im letzten Jahr erneut um rund 450 Mio. Euro (702 Mio. Franken) verringert haben.

LESERBRIEFE

Sich auf Stärken besinnen

► «Tourismusland Schweiz in der Krise?», Arena vom 7. Februar 2005.

Schweizer Krise hier (wo bleiben die Gäste?), Schweizer Komplexe da (die Österreicher sind einfach besser...) und zu wenig Selbstkompetenz bei der mentalen Impfung von Vertrauen (Ski-WM im Bormio). Wir werden nicht besser, indem wir mit Wehmut stets auf unsere Nachbarn zeigen. Es sei uns wieder einmal vor Augen geführt: Nirgends auf unserem Planeten wird auf einer derart kleinen Fläche bezüglich Infra- und Suprastruktur derart viel geboten: Perfekte Strassen, einzigartige Pisten, ein ÖV auf Welt-niveau, Landschaften und Denkmäler, die von der Unesco anerkannt sind... Nicht das Treten vor Ort bringt uns weiter, sondern das Besinnen auf unsere Stärken. Lassen wir Österreich Österreich bleiben (im Tourismus wie auch beim Skifahren) und erfreuen wir uns an jenen Schweizer-Skikarten, die mit Innovationen für positive Resonanz sorgen und gleichzeitig die Preise so belassen, dass Skifahren und Snowboarden auch für Familien erschwinglich ist: Die Panoramawelt Lungern-Schönbüel hat – wohl als eine der wenigen Schweizer-Skistationen – die Preise auf dem Vorjahresniveau belassen. Mehr noch: Im Tageskarten-Preis von CHF 40.– ist neu der Ausleih von Trend-, Fun- und Skigeräten inbegriffen. Wir sind überzeugt, mit der Lancierung der «Schneespasskarte» dem Bedürfnis nach fairen Schweizer Preisen und einem Mehrwert im Bereich Erlebnis und Fun für Junge wie auch Familien zu entsprechen; gleichzeitig hoffen wir mit diesem Angebot aufzuzeigen, dass Wintersport durchaus auch mit einem schmalen (Familien)Budget in der Schweiz erschwinglich ist. *Andreas von Deschwanden*
Marketing Panoramawelt Lungern-Schönbüel

Ansprechend

► Schweizer Freizeitstudie, htr vom 3. Februar 2005.

Nicht nur, dass dies ein ansprechender Artikel war, nein: dieser Artikel wurde von einer Mitarbeiterin als so interessant empfunden, dass sie sich in Zukunft mit diesem Fachgebiet/-wissen vermehrt auseinandersetzen möchte. Nur eine Ausbildung trägt diesem Wissensdurst Rechnung: Tourex. Mit diesem Artikel wurde eine Tourex-Aspirantin «rekrutiert». Danke

Elisabeth Reichelt
ABB Intra AG

htr BRIEF AN DIE HTR

Ihre Meinung interessiert uns. Zuschriften müssen sich auf einen in der hotel-tourismus revue erschienenen Artikel beziehen oder die Branche (Hotellerie, Gastronomie, Tourismus) betreffen. Postadresse: hotel-tourismus revue, Redaktion, Postfach, 3001 Bern. E-Mail: htr@swiss-hotels.ch

Recht

Eigentlich wäre alles in Butter...

■ Eine Engadiner Wirtin hat ihren ausländischen Angestellten im November 2003 einen Tag zu spät angemeldet. Eine Lappalie, könnte man meinen, doch dank der Staatsanwaltschaft ist der Fall mittlerweile beim Kantonsgericht Graubünden hängig.

Hansruedi Berger*

Wer einen Ausländer beschäftigt, der muss bei der Einwohnerkontrolle neben der Anmeldung eine Bewilligung beantragen, die von der kantonalen Fremdenpolizei erteilt wird. Dies weiss auch die Wirtin des Restaurants «La Piruetta» in Celerina, die das gemeindeeigene Speiselokal zusammen mit ihrem Ehemann in Pacht führt. So hat sie ihren neuen italienischen Arbeitnehmer, der am Samstag, 15. November 2003, bei ihr die Stelle angetreten hat, auch umgehend bei der Gemeinde angemeldet. Doch weil die Einwohnerkontrolle Celerina – wie andere Amtsstuben auch – am Samstag und Sonntag geschlossen ist und das «Piruetta» am Montag Ruhetag hat, geschieht dies aus verständlichen Gründen erst am Dienstag.

Damit ist die Wirtin absolut im zeitlichen Rahmen, drückt doch die Fremdenpolizei bei einer verspäteten Anmeldung von bis zu zehn Tagen nach eigener Aussage ein Auge zu und verzichtet auf eine Anzeige.

Keiner der Betroffenen kann es wissen

Also alles in Ordnung, könnte man meinen – hätte die Wirtin nicht auf Anraten der Einwohnerkontrolle das Formular Z1 für einen Arbeitgeberwechsel eines Angestellten mit einer Arbeitserlaubnis in der Schweiz ausgefüllt. Diese ist nach Meinung des Kochs, der Wirtin und der Einwohnerkontrolle eindeutig gegeben, besitzt der Italiener doch eine bis ins Jahr 2008 gültige Grenzangereibewilligung. Weder der Koch, noch die Wirtin, noch die Einwohnergemeinde können wissen, dass der frühere Arbeitgeber, ein Hotel in St. Moritz, den Italiener nach dessen Arbeitsende im September 2003 angemeldet hat. Keiner der Betroffenen kann also Kenntnis von den besonderen Umständen haben, alle Parteien



haben nach eigener Auffassung absolut korrekt gehandelt – nur eben, es ist das falsche Formular...

Die kantonale Fremdenpolizei reagiert

Eine die es wissen muss, die kantonale Fremdenpolizei, reagiert prompt: Sie orientiert die Einwohnerkontrolle Celerina, dass im vorliegenden Fall selbstverständlich nicht das Formular Z1 einzureichen ist, sondern, wie könnte es anders sein, das Formular A1. Die Einwohnerkontrolle Celerina orientiert umgehend die Wirtin, welche ihren Koch erneut – diesmal mit dem Formular A1 – bei der Einwohnerkontrolle anmeldet, welche diese Anmeldung auch umgehend an die Fremdenpolizei weitermeldet.

Alles in Butter, könnte man meinen, – würde die Wirtin als Anmeldetage im Formular A1 nicht den 12. Dezember 2003, das Datum, an dem sie das neue Begleichen ausfüllt, als Anmeldetermin einsetzen, sondern den 18. November wie seinerzeit im Formular Z1. Nicht so schlimm, könnte man meinen, die Fremdenpolizei wird das ja auf jeden Fall merken. Aber weit gefehlt, diese betrachtet den 5. Dezember als Anmeldetermin und macht eine Strafanzeige wegen verspäteter Anmeldung.

Womit sich nun auch die Justiz in den Fall einschaltet.

Kreismat Oberengadin muss reagieren

Das Kreismat Oberengadin muss auf die Strafanzeige reagieren und eröffnet ein Verfahren. Nachdem der Koch, die Wirtin und die Einwohnerkontrolle den Sachverhalt übereinstimmend darstellen und das Ganze auf ein offensichtliches Missverständnis hindeutet, entscheidet der Kreispresident des Kreises Oberengadin am 16. Februar 2004 nicht anders, als er entscheiden musste. Zwar ist der Koch gemäss Gesetz der verspäteten Anmeldung schuldig, doch wird, weil es sich um einen leichten Fall handelt, von einer Bestrafung abgesehen.

Schraube dreht sich weiter: Intervention aus Chur

Damit wird die Wirtin ihre Gebühr für die Bewilligung von 65 Franken bezahlen, und die ganze Angelegenheit ist endlich vom Tisch, könnte man meinen – würde da nicht die Staatsanwaltschaft Graubünden als verdankenswerte Hüterin des Rechtsstaats in den Fall eingreifen. Am 18. Februar erhebt sie Einsprache gegen den Entscheid des

Gerichtspräsidenten des Kreises Oberengadin, mit dem Hinweis, dem Strafmandat könne nicht entnommen werden, ob es sich wirklich um einen besonders leichten Fall im Sinne von Art. 23 Abs. 6 zweiter Satz Anag handeln kann.

Damit kommt ein weiteres Gericht in den Genuss, sich dieses unglaublich wichtigen Falles anzunehmen. Der Präsident des Bezirksgerichts Maloja darf sich nun in die Akten einlesen. Er lässt sich mit seinem Entscheid mehr Zeit. Nach gründlichen Abklärungen kommt er zur wohl unvermeidlichen Einsicht, dass im vorliegenden Fall wirklich unmöglich ein Verschulden festgestellt werden kann. Seine folgerichtige Entscheidung: Er erlässt in der Sache eine zwölfseitige Einstellungsverfügung und teilt dies den Parteien am 18. Dezember 2004 mit.

Der Richter hat gesprochen, der Fall ist erledigt und die Wirtin kann aus ihrem Alptraum erwachen... könnte man meinen, – wäre da nicht noch die Staatsanwaltschaft, die den Fall – es ist kaum zu glauben – am 10. Januar 2005 mittels Strafrechtlicher Beschwerde ans Kantonsgericht weiterzieht. Und die Schraube dreht sich weiter. Mit Datum vom 13. Januar 2005 erlässt das Kantonsgericht eine Verfügung, wonach sich die Parteien zum Fall äussern sollen.

Mittlerweile über den Kopf gewachsen

Der Wirtin ist die ganze Sache mittlerweile leicht über den Kopf gewachsen. Am liebsten würde sie eine Busse zahlen, und die Angelegenheit wäre vom Tisch. Aber auch sie muss einsehen: Der Fall ist und war nie in ihrer Hand. Ein beigezogener Anwalt winkt ab, er müsste bei Übernahme des Falles von der Frau mindestens 1000 Franken verlangen, denn schliesslich werde er nicht vom Kanton bezahlt, begründet er seine Absage.

Es ist also zu hoffen, dass wenigstens das Kantonsgericht ein Einsehen zeigt, das Verfahren einstellt und dem Spuk ein Ende bereitet. Dann wäre die Kirche wohl wieder im Dorf, könnte man meinen – wäre da nicht noch die Staatsanwaltschaft... Oder brauchen wir einen Weiterzug ans Bundesgericht tatsächlich nicht zu befürchten?

* Der Bericht von Hansruedi Berger ist bereits in der «Südostschweiz» vom 5. Februar 2005 erschienen.

SMS-Voting: Yield-Management im Betrieb

■ Yield-Management um Auslastung und Ergebnis zu optimieren? Das SMS-Voting der Woche:

Praktizieren Sie Yield-Management in Ihrem Betrieb?

Für die Antwort «mache ich» wählen Sie

htr 1

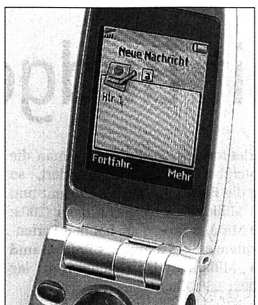
Für die Antwort «künftig» wählen Sie

htr 2

Für «gar nicht» gilt die Wahl

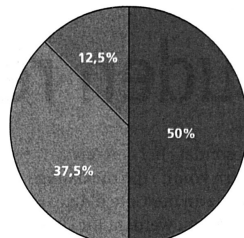
htr 3

Beispiel: Sende SMS an 9889 mit dem Text **htr 1** (20 Rp. pro SMS)



Tourismus in der Krise? Was htr-Leser meinen

■ Am Zustand des Tourismus scheiden sich die Geister. «Steckt der Schweizer Tourismus in der Krise?», fragten wir vor einer Woche unsere Leserschaft. Die Hälfte (50 Prozent) der Teilnehmerinnen und Teilnehmer am SMS-Voting vertreten die Meinung, dass der Tourismus «stark» in der Krise steckt, 37,5 Prozent meinen «ein wenig» und 12,5 Prozent glauben, dass er «gar nicht» in der Krise steckt (siehe Darstellung rechts). Wir danken unseren Leserinnen und Lesern für den Respons. MD



■ «stark in der Krise»
■ «ein wenig in der Krise»
■ «gar nicht in der Krise»

IMPRESSUM

hotel-tourismus revue

Die Fachzeitung für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

Gegründet 1992

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

Redaktion:
Chefredaktion: Marietta Dedual (MD).
Stellvertreter: Miroslav Halaba (MH).
Hotellerie und Tourismus: Christine Künzler (CK), Theres Lagler Berger (TL), Daniel Stampfli (DS), Dr. Karl Josef Verding (KJV).
Gastronomie/Technik: Martin J. Petras (MJP), Gudrun Schlenker-Gasser (GSG).
Cahier français: Miroslav Halaba (MH), Laurent Moxbauer (LM).
Produktion/Layout:
Roland Gerber (RG), Gilbert Perrot (GPE).

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

Verlag:
Verlagsgleitung: Iris Strebel.
Stelleninserate: Marc Moser.
Geschäftsangelegenheiten: Oliver Egloff (Anzeigenleiter).

Druck:
Büchler Grafino AG, Druckzentrum Bern.
Auflage: 11'157 Ex. WEMF-begleitet 2003, 20'000 Ex. Vertriebsauflage.
Verkaufspreise: (inkl. MwSt)
Einzelnummer Fr. 4,30.
Jahresabonnement Fr. 145.–
ISSN: 1424-0440

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

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



RESTAURATION 3
Peter Knogl | Le jeune chef allemand dirige désormais le restaurant «gastro» de l'Hôtel Mirador Kempinski au Mont-Pèlerin (VD).



HÔTELLERIE 4
Didier de Courten | Le chef de Corin s'occupera aussi d'hôtellerie. Il proposera un nouveau concept de «restaurant-hôtel» à Sierre.



GROS PLAN 5
Salons touristiques | Les professionnels détaillent leur manière d'aborder les salons touristiques.

htr

«Swiss Golf»

Un coup de fouet au tourisme golfique

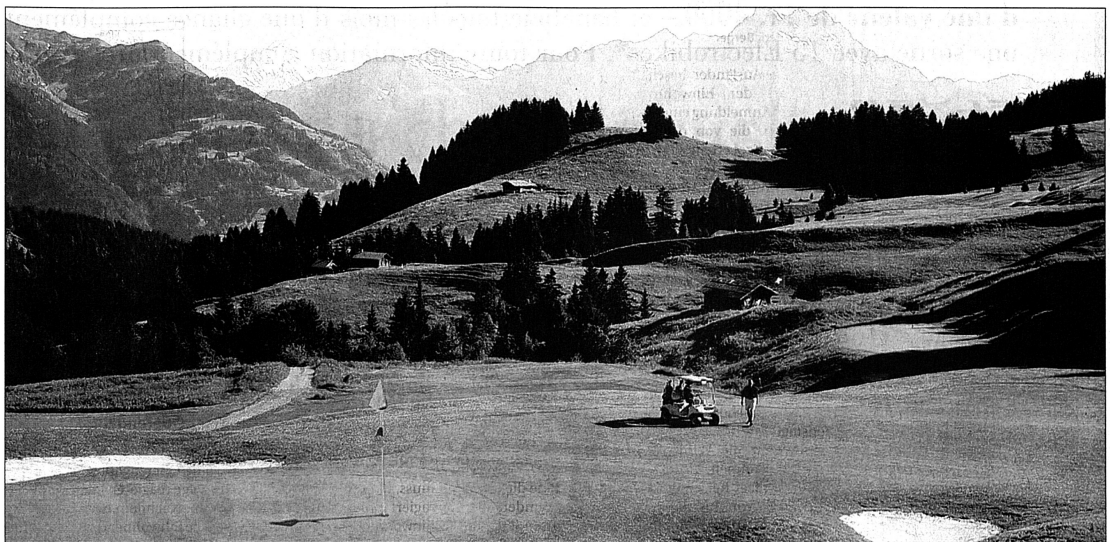
■ Signé le 22 décembre, le partenariat entre Suisse Tourisme et la société VZP est devenu effectif en février. Concrétisé par la nouvelle entité «Swiss Golf», il devrait donner un bon coup de fouet au tourisme golfique dont tout le potentiel est loin d'être exploité dans notre pays.

Laurent Missbauer

«Bon nombre d'amateurs de golf pratiquent leur sport favori en Espagne ou au Maroc et ignorent, la plupart du temps, que la Suisse, avec ses 90 clubs de golf et ses paysages magnifiques, est un véritable paradis pour le tourisme golfique. La plus forte implication de Suisse Tourisme dans le golf contribuera certainement à combler une partie de cette ignorance», estime Yves de Gunten, directeur de l'Hôtel du Signal à Puidoux-Chexbres (VD). Membre du comité du Golf de Lavaux, un dix-huit trous qui ne se trouve qu'à cinq minutes de son établissement affilié depuis six ans à l'association «Swiss Golf Hotels», il juge ainsi de façon très positive le partenariat signé entre Suisse Tourisme et la société Victor Zindel & Partners (VZP) spécialisée dans le golf.

Promouvoir les «Swiss Golf Hotels» dans le monde entier

La société VZP n'est pas une inconnue dans les milieux hôteliers. Elle a en effet acquis en 1998 les droits des «Swiss Golf Hotels» et s'occupe depuis de les promouvoir dans le monde entier en mettant sur pied différents tournois en



■ Villars. C'est cette photo du golf de Villars (VD) qui figure en couverture du guide «Swiss Golf» édité cette année par Suisse Tourisme et VZP.

Photo: Swiss Golf/Patrick Jantet

Suisse et en Allemagne, en participant à plusieurs salons spécialisés et en publiant un guide de plus de 140 pages. Ce dernier, dénommé jusqu'ici «Swiss Golf Hotels» et tiré à quelque 100 000 exemplaires, prend la dénomination «Swiss Golf», fruit du récent partenariat entre VZP et Suisse Tourisme. Il reprend d'ailleurs la présentation graphique de Suisse Tourisme et a vu son tirage passer à 130 000 exemplaires.

Le changement de nom du guide s'explique par le fait qu'il ne présente pas seulement une quarantaine d'hôtels spécialisés dans le golf comme cela a été le cas jusqu'ici, mais aussi quatre clubs de golf et deux organisations touristiques, Valais Tourisme et Engadine Tourisme qui sont désormais toutes les deux membres de la nouvelle entité «Swiss Golf».

Augmenter les moyens financiers de 30% en 2006

Des pourparlers pour accroître le nombre d'organisations touristiques affiliées à «Swiss Golf» ont déjà eu lieu, notamment avec l'Office du tourisme du canton de Vaud. «Notre but est d'augmenter nos moyens financiers de 30%. De 570 000 francs cette année, notre budget promotionnel devrait ainsi passer à 900 000 francs en 2006»,

remarque Victor H. Zindel, le directeur de VZP. Pour cela, il faudra augmenter non seulement le nombre de destinations touristiques, mais aussi le nombre de clubs et d'hôtels, notamment en Suisse romande. La tâche n'est pas gagnée d'avance. Les «Swiss Golf Hotels» ont toujours compté, bon an mal an, une quarantaine d'hôtels affiliés. Certains ont cependant renoncé à leur affiliation car les retombées qu'elle leur

apportait avaient été jugées insuffisantes. C'est, entre autres, l'avis de Vic Jacob, directeur de la Suvretta House, un cinq-étoiles de St-Moritz affilié aux Swiss Deluxe Hotels: «Je ne peux pas être membre partout et il faut faire des choix.» Selon Victor H. Zindel, il est en effet fortement recommandé de faire le choix de s'investir complètement dans le golf et, par exemple, de participer aux tournois de promotion organisés par

les «Swiss Golf Hotels» en Allemagne. Ce que confirme Yves de Gunten en ajoutant qu'il faut aussi faire preuve de patience car on ne se décrète pas hôtel de golf du jour au lendemain. Même constat auprès d'Eddy Peter, l'ancien directeur de Sion Tourisme, à l'origine du «Pool Golf Valais», qui précise que «le golf apporte une diversification bienvenue dans l'image touristique de la Suisse trop axée sur la montagne.»

«Oui au golf, mais...»

■ Sollicité pour faire partie de «Swiss Golf», l'Office du tourisme du canton de Vaud (OTV) a décliné l'invitation: «Nous disons oui au golf pour autant que l'on puisse proposer de véritables offres golfiques pour les touristes. Or certains golfs vaudois sont tellement occupés, notamment le week-end, qu'ils ne peuvent pas accepter des touristes en plus de leurs membres», explique François Michel, sous-directeur de l'OTV. La situation est en revanche meilleure dans les stations touristiques ou en Valais où les golfs sont davantage habitués à accueillir des touristes. Sion Tourisme, par exemple, a vendu l'an passé 16 000 francs de «green-fees» à des touristes de passage. LM

Yves de Gunten, hôtelier à Puidoux-Chexbres: «Le tourisme golfique est en plein essor»

■ «Avec son groupement des «Swiss Golf Hotels», Victor H. Zindel a fait beaucoup pour la promotion du tourisme golfique en Suisse. Mais, comme dans bien des domaines, il faut du temps pour que tous les prestataires actifs dans le golf jouent le jeu. Il faut, par exemple, que les clubs acceptent d'accueillir des joueurs qui proviennent de l'extérieur», relève Yves de Gunten, directeur de l'Hôtel Signal à Puidoux-Chexbres. «Pour moi, les golfeurs ne représentent pour l'instant qu'une clientèle de niche avec quelque 500 à 600 nuitées par an. Le tourisme golfique est néanmoins en plein essor et notre hôtel a un certain nombre d'atouts à faire valoir dans ce domaine. Six clubs de golfs se trouvent

en effet dans un rayon de 35 km et le plus proche, le Golf de Lavaux, n'est qu'à 3,2 km. Le tout associé à une grande tranquillité et à une vue magnifique», poursuit Yves de Gunten. Selon lui, la clientèle golfique possède plusieurs avantages sur une clientèle dite traditionnelle: «Dans mon établissement, on distingue avant tout deux types de clients de golf. Il y a ceux qui viennent participer à des tournois au Golf de Lavaux dans le cadre d'une invitation émanant généralement d'une banque, d'un importateur automobile ou des «Swiss Golf Hotels», qui découvrent notre établissement à cette occasion et qui, enchantés, y reviennent accompagnés bien souvent de leurs amis. Mais il y a

aussi une clientèle individuelle, provenant essentiellement de Suisse allemande et d'Allemagne, mais également d'Espagne et des Pays-Bas, qui vient se reposer en Suisse et qui profite de son séjour pour aller jouer tous les jours dans un golf différent, à Montreux, à Villars et parfois même jusqu'à Gstaad. Inutile de préciser que chacune de ces deux clientèles se distingue par un pouvoir d'achat supérieur à la moyenne.» Enfin, on notera que «Swiss Golf» dispose en la personne de Karin Vesti, d'une «Product manager» à même de renseigner tous les hôteliers intéressés à s'affilier aux «Swiss Golf Hotels». LM

«Swiss Golf», Karin Vesti, tél. 081 300 44 22.

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

HOWEG
Brigit Demme in der Gastronomie - apporte les services à la gastronomie

Centre logistique	Téléphone
8953 Dietikon	01 746 55 55

Service de commande	Téléphone
Bussigny	021 633 23 23
Kriens	041 348 07 00
Zermatt	027 967 32 02

www.howeg.ch

micros
ECOLE HOTELIERE DE LAUSANE

Produits Micros-Fidelio de
Check-In Data 021 632 91 00.
Chez eux chez les meilleurs.

CHECK IN DATA

Le linge que vous choisissez

Un linge suisse de qualité pour votre établissement.

Un vaste choix de motifs et dans toutes les couleurs,
confectionné sur mesure pour votre établissement.

Achat, location ou le service intégral
«loué - lavé - livré».

Schwob & Co. AG, tissage de toiles
Kirchbergstrasse 19, 3401 Burgdorf
Téléphone 034 428 11 11
contact@schwob.ch, www.schwob.ch

Schwob
textiles of Switzerland

La première adresse pour les initiés.

10 numéros au prix de CHF 25.- seulement!

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

FLYER
Innovation in Mobility



Oui, je commande hôtel+tourisme revue:

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

Nom: _____ Prénom: _____

Société: _____ Tél. (journée): _____

Rue/No. _____

NPA/Lieu: _____ E-mail: _____

☐ Je prends part au tirage.

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

Retourner le talon à l'adresse suivante:

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

Abonnements:

Tél.: 031 740 97 93

Fax: 031 740 97 76

abo@htr.ch, www.htr.ch

htr

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



La promotion sera reconduite

■ «Quinzaine fribourgeoise de la fondue». Comme on l'annonçait (lire notre édition du 27 janvier), la première «Quinzaine fribourgeoise de la fondue», qui visait à offrir au prix de 15 francs une moitié-moitié ou une vache-rin dans 65 établissements publics fribourgeois en novembre dernier, a été un grand succès. Par rapport aux prévisions, la consommation de fromage a été supérieure de 35% (soit 3500 kg écoulés). Les quatre principaux partenaires, les interprofessions

du Gruyère AOC (Appellation d'origine contrôlée) et du vache-rin fribourgeois, Gastrofribourg et les Produits du terroir du Pays de Fribourg, ont décidé de reconduire l'opération l'hiver prochain. Mais, pour éviter que la fondue entre en collision avec les mets de la chasse, elle aura lieu une semaine plus tard, soit du 11 au 27 novembre 2005. Les établissements qui y participeront sont référencés sur le site suivant: www.lafondue.ch. PT

Concours de cuisine du terroir

■ Canton de Fribourg. L'association Euro-Toques Suisse, en collaboration avec le Salon suisse des goûts et terroirs à Bulle (FR), organisera, pour la première fois, un concours de recettes de cuisine des terroirs suisses réservé aux cuisiniers/ères amateurs. Chaque recette devra être originale et élaborée à partir de produits régionaux. Un jury sélectionnera les neuf recettes qui feront l'objet d'une finale en direct et en présence des visiteurs de la 6e édition du Salon suisse des goûts

et terroirs, à Espace Gruyère du 25 au 29 mai 2005. La remise des prix sera honorée de la présence de Paul Bocuse. L'association Euro-Toques (4500 membres) comprend une section suisse forte d'une soixantaine de chefs. Durant le salon, l'espace interactif de démonstrations culinaires accueillera aussi nombre de cuisiniers professionnels qui élaboreront devant le public des recettes à base de produits régionaux. JS

www.gouts-et-terroirs.ch

Krug au Lausanne Palace

■ Lausanne. Dès le 15 mars, le Lausanne Palace abritera une «Krug Room» (en français, un «Salon Krug»). C'est la partie bibliothèque du bar de l'établissement qui servira de décor à ce salon. Le concept en a été développé en été 2003 au «Dorchester» à Londres. Mais la «Krug Room» s'y résume à une table dans un salon vitré au milieu des cuisines. A Lausanne, au contraire, ce sera un vrai coin à champagne qui sera aménagé. On pourra y consommer tout l'assortiment du

bar, à l'exclusion des autres champagnes. D'autres aménagements de ce type devraient suivre dans des palaces européens. Objectif de la marque: valoriser son image et, surtout, démontrer que Krug n'est pas plus difficile d'accès que d'autres prestigieuses cuvées. Sans les définir précisément, elle prévoit des animations ponctuelles. Au Lausanne Palace, on se réjouit de voir son nom associé à cette marque de prestige. Il n'a pas eu d'investissement particulier à consentir pour ce salon. JJE

Les Diablerets (VD)

«La fermeture de l'Hôtel du Chamois nous préoccupe»

■ En cette période de vacances scolaires, les hôtels des Diablerets affichent complet. «Nous refusons du monde et cela nous fait regretter encore plus la fermeture cet hiver de l'Hôtel du Chamois», déplore Eric Liechti, le directeur de l'Office du tourisme des Diablerets.

Laurent Missbauer

«La décision de la Banque cantonale vaudoise de fermer à partir de cet hiver l'Hôtel du Chamois est une véritable aberration. En cette semaine de vacances de neige pour les Vaudois, mais également pour les Français et les Anglais, nous refusons tous les jours du monde», peste Eric Liechti. Le directeur de l'Office du tourisme des Diablerets avoue ne pas avoir encore digéré cette fermeture qui «a privé la station de 15% de sa capacité hôtelière».

Une perte de recettes estimée à un demi-million de francs

Dans une localité qui compte 900 lits hôteliers, la fermeture d'un hôtel de 120 lits comme «Le Chamois» est ressentie très durement. «L'hôtellerie est le premier secteur économique dans la station et cette fermeture engendrera cet hiver une perte de recettes, directes et indirectes, estimées à un demi-million de francs. Dont 180 000 francs rien que pour les remontées mécaniques», ajoute Eric Liechti.

Le directeur de l'Office du tourisme des Diablerets regrette avant tout que la Banque cantonale vaudoise (BCV), principal actionnaire de l'Hôtel du Chamois, ait fermé l'établissement sans apporter de solution de rechange. Pour saisir ce qui s'est passé, il faut remonter à 1989, année de la construction du «Chamois». Peu après l'ouverture de l'hôtel, les taux d'intérêts explosent et la société propriétaire, plongée dans une spirale déficitaire, jette l'éponge en 1996. L'hôtel restera fermé pendant six mois. La BCV et le Crédit suisse décident alors de maintenir l'exploitation en effaçant une partie de l'ardoise et en créant une nouvelle société, Le Chamois-Les Diablerets SA, dont la BCV devient l'actionnaire principal.

Transformer les chambres d'hôtels en appartements

Après avoir évalué les risques liés à l'hôtellerie, la BCV a cependant décidé de fermer l'hôtel et de le transformer en appartements. «Cela nous préoccupe car des lits hôteliers génèrent un chiffre d'affaires supérieur à des appartements occupés seulement quelques mois par année. Je regrette que la BCV n'ait pas accepté l'alternative proposée par un groupe d'investisseurs qui souhaitaient racheter le «Chamois» et maintenir sa vocation hôtelière», conclut Eric Liechti.

Mirador Kempinski

A nouveau chef, nouvelle carte

■ A la fin de l'année dernière, le chef bavarois Peter Knogl a pris la tête des cuisines de l'Hôtel Mirador Kempinski au Mont-Pèlerin, au-dessus de Vevey. La nouvelle carte, qui retrouve la simplicité des produits du terroir, a été présentée jeudi dernier.

Jean-Jacques Ethenoz

Le Mirador a officiellement présenté la semaine dernière son nouveau chef exécutif, Peter Knogl. Outre la responsabilité de l'ensemble des cuisines, il dirige aussi le restaurant gastronomique «Le Trianon» avec lequel son prédécesseur, Thierry Bonfante, avait obtenu une étoile au Guide Michelin. Bavarois de 37 ans, Peter Knogl est un ancien bras droit de l'Allemand Heinz Winkler, crédité de trois étoiles à Aschau. Il a aussi inscrit dans son parcours des tables aussi prestigieuses que «Les Saveurs» à Londres, le «Negresco» à Nice et le «Las Dunas» de Marbella, qu'il a mené à une étoile, ou encore le «Tristan» à Palma et le «Tantris» à Munich.

Une cuisine «à la fois vitale et méditerranéenne»

Peter Knogl présente une cuisine «vitale et méditerranéenne», influencée par les années qu'il a passées sur les rives de la Méditerranée. Partout, les guides ont salué sa parfaite maîtrise de l'assaisonnement et le définissent comme un alchimiste des sauces qui lient harmonieusement les mets. La carte qu'il a élaborée pour le «Le Trianon» se veut beaucoup plus simple que celle de son prédécesseur toujours à la recherche de produits inédits. «Elle est surtout basée



■ Peter Knogl. Le nouveau chef de cuisine de l'Hôtel Mirador Kempinski du Mont-Pèlerin est un ancien bras droit de l'Allemand Heinz Winkler, un virtuose crédité de trois étoiles Michelin à Aschau. Photo: Jean-Jacques Ethenoz

sur des produits du terroir, ce qui correspond à une demande de la clientèle locale», se réjouit Eric Favre, le directeur du palace des hauts de Vevey, admettant à demi-mots que la philosophie du chef précédent ne correspondait plus à l'orientation voulue.

Peter Knogl salue pour sa part la qualité de ces produits du terroir avec cette formule: «Alors que toute la profession

doit toujours se battre pour trouver des ingrédients de qualité exceptionnelle, il me semble bien qu'ici, je sois arrivé au Paradis des Chefs, ce qui expliquerait d'ailleurs le nombre et la qualité des grandes tables dans la région.» Reconnu comme «Best Memorable Hotel Cuisine» par les Leading Hotels of the World dès 1996, il déclare vouloir continuer la tradition d'excellence instaurée au

Mirador par son prédécesseur, «mais sur d'autres modes». Il ne doute pas qu'après un indispensable temps d'adaptation «Le Trianon» continue de figurer dans les meilleurs guides.

Quant à Thierry Bonfante, qui a quitté le Mirador Kempinski à la fin du mois d'octobre, il devrait très bientôt se retrouver à la tête de son propre établissement à Paris.

Genève

L'Hôtel de la Paix veut récupérer ses étoiles

■ L'Hôtel de la Paix, un des plus anciens établissements cinq étoiles genevois entend bientôt retrouver son lustre d'antan. Sous l'impulsion du groupe Louvre Hôtels, il sera soumis à des travaux de grande envergure qui dureront jusqu'à sa réouverture, prévue en juin.

Véronique Tanerg

L'Hôtel de la Paix se lance dans un grand programme de rénovation. Cela faisait des années que cet établissement se détériorait, au point d'avoir perdu ses cinq étoiles. Le groupe Louvre Hôtels, propriétaire des quatre

marques Concorde, Première Classe, Campanile et Kyriad, s'occupe de la gestion. Il a convaincu les propriétaires, la famille Manz, de redonner une seconde jeunesse à ce bâtiment historique qui est situé en plein cœur de Genève et qui a notamment hébergé Grace Kelly et la famille princière de Monaco ou encore le chanteur Mike Brant.

«Nous voulons mettre en valeur le patrimoine historique de l'Hôtel de la Paix, construit en 1865, comme, par exemple, les colonnes, les moulures ou encore une splendide verrière dans la cour intérieure tout en utilisant les couleurs et les matériaux modernes», explique Denis Pourcher, directeur général de cet établissement depuis le début du mois de février. Les travaux

n'ont pas encore commencé, car toutes les autorisations n'ont pas encore été délivrées. Concrètement, les chambres seront agrandies et différenciées: «Il y a une demande pour des chambres qui ne se ressemblent pas toutes», affirme le nouveau directeur général.

Le nombre d'employés passera de 35 à 45

Les salons privés, d'une centaine de places en restauration, bénéficieront de la lumière du jour et la cour intérieure sera mise en valeur. Les travaux s'élèveront à plusieurs millions de francs. Le groupe Louvre Hôtels s'occupera des finitions et de la décoration. Il a mandaté à cet effet sa décoratrice. Le gros œuvre sera à la

charge de la famille Manz qui a mandaté un architecte local et le groupe Losinger.

Le nombre d'employés augmentera et passera ainsi de 35 à 45. «Nous mettrons le paquet à l'ouverture quitte à adapter notre offre par la suite», affirme Denis Pourcher. Cet hôtelier expérimenté a été recruté depuis peu par la chaîne Concorde. «J'avais divorcé de ce groupe il y a 13 ans», plaisante-t-il, «après avoir travaillé pour eux pendant six ans.» Denis Pourcher a ensuite collaboré avec des cinq-étoiles prestigieuses, comme l'Imperial Palace à Annecy ou la Cour des loges à Lyon. Il a occupé son dernier poste à l'Hôtel Président Wilson de Genève où il était directeur-adjoint et responsable de la restauration.

Respect de la CCNT critiquée

■ **Neuchâtel.** Le syndicat Unia Neuchâtel a dénoncé, la semaine dernière, lors d'une conférence de presse, l'application détaillée de la Convention collective nationale de travail pour les hôtels, restaurants et cafés (CCNT). Il a indiqué qu'il avait dû intervenir l'an dernier auprès de 42 établissements du canton qui étaient en infraction par rapport à la convention. Une quarantaine d'employés ont ainsi pu récupérer environ 160 000 francs dus par les employeurs. Les litiges portaient

principalement sur des retards dans le versement des salaires, l'absence de treizième salaire, des déductions abusives, des heures supplémentaires, ainsi que des jours de vacances non payés. Président par intérim de Gastro-neuchâtel, Michel Stangl a indiqué que son association soutenait la CCNT et qu'elle était favorable à la poursuite des contrôles volants dans les établissements effectués par l'office de contrôle de la CCNT. *ats/MH*

Vente acceptée par le canton

■ **Institut hôtelier «César Ritz».** Le Grand Conseil valaisan a accepté la semaine dernière de vendre à l'Ecole hôtelière «César Ritz» les bâtiments que cette dernière occupe au Bouveret. Cette transaction (cf. htr du 27 janvier), d'un montant d'environ 4 millions de francs, a été approuvée par 79 voix contre 19 et 3 abstentions. Le canton souhaitait, en effet, se séparer de ce bâtiment dont le rendement net était négatif et dont la remise en état nécessiterait

un investissement de 2,5 millions de francs au moins. L'institut hôtelier, cité par le quotidien «Le Nouvelliste», a souligné qu'il n'avait pas demandé cet achat, mais qu'il avait «été poussé» à le faire. L'école envisage se s'agrandir «à l'horizon 2008-2010». Cet agrandissement, qui prévoit la construction d'un nouvel immeuble destiné à l'hébergement, doit cependant faire l'objet d'une modification du plan d'affectation du secteur. *MH*

Des perspectives mitigées

■ **Hôtellerie et restauration.** Les perspectives pour le 1er trimestre sont mitigées dans l'hôtellerie et la restauration helvétiques. C'est ce qui ressort, en effet, de l'enquête conjoncturelle trimestrielle effectuée par le Centre de recherches conjoncturelles de l'Ecole polytechnique fédérale de Zurich pour le compte de Gastrosuisse. Ainsi, sur les quelque 460 entreprises interrogées, 32% d'entre elles s'attendent à un recul des ventes au premier trimestre et 26% tablent sur

une augmentation. Dans le détail, on note que les restaurateurs prévoient notamment une diminution des ventes de boissons, ceci en raison de l'abaissement de la limite d'alcoolémie autorisée au volant. Dans l'hôtellerie, le taux de réservation pour le trimestre en cours est inférieur à celui enregistré il y a un an. On relèvera qu'au 4e trimestre 2004, le chiffre d'affaires des hôtels de trois étoiles a diminué de 2% et celui des hôtels d'une, de deux et de cinq étoiles de 7%. *MH*

Nendaz

Fil rouge pour le développement

■ Les résultats d'une étude donnent à Nendaz le fil rouge pour son développement. Reste à se donner les moyens de réaliser les différentes mesures.

Danielle Emery Mayor

Une «statiocopie» de Nendaz a été réalisée sur la base d'un sondage auprès de la clientèle et des appréciations des partenaires touristiques impliqués dans la démarche. Le tout mis en perspective avec les études faites en Valais sur le tourisme. Pour Sébastien Epiney, le directeur de Nendaz Tourisme qui a piloté l'étude, la démarche a été intéressante dans la mesure où «elle a conduit tout le monde à réfléchir sur le produit Nendaz et à l'analyser en regard de ce que font les stations soucieuses de leur futur».

Très peu de lits dans le secteur hôtelier

Des mesures prioritaires ont été définies, notamment côté hébergement. Nendaz a la particularité de disposer d'environ 17 000 lits, mais très peu dans le secteur hôtelier (250). La station partage le domaine skiable et le Mont-Fort avec Verbier; à la différence de cette dernière, Nendaz dispose encore de nombreux terrains à construire à des prix abordables et commence à intéresser des investisseurs.

Comme le souligne Sébastien Epiney, il est temps de mettre au point un concept global de développement et de corriger les erreurs du passé (le centre de Nendaz n'a pas la typicité souhaitée par les touristes et pas non plus la convivialité attendue). Le potentiel des terrains disponibles pour la construction permettrait un développement jusqu'à 40 000 lits. «Il faut donc dès maintenant trouver des mesures pour limiter, ou encadrer le développement.»

Construire un hôtel 4 étoiles et étoffer l'offre en 3-étoiles

En priorité, Nendaz a besoin de nouveaux hôtels. «Tout d'abord un 4-étoiles, estime Sébastien Epiney, car nous ne sommes pas à même de répondre à la demande de courts séjours de la clientèle de la catégorie moyenne à élevée. Il faudrait aussi étoffer l'offre 3-étoiles. Pour répondre à la nouvelle clientèle qui se profile, il faudrait idéalement avoir un 5-étoiles...» Il existe plus de 300 lits en chalets et appartements (4 et 5 étoiles), mais pas un seul lit hôtelier de ce standing.

Nendaz cherche donc des investisseurs, mais réfléchit aussi «à l'interne» pour occuper les terrains encore disponibles au centre et créer un cœur de la station plus convivial. C'est dans cet esprit que la proposition sera faite de modifier les règles de circulation dans le centre et créer une zone de rencontre où les voitures laisseraient la priorité aux piétons.

Sierre

Didier de Courten devient hôtelier

■ Didier de Courten, le chef le plus titré du Valais d'après le Guide Michelin, s'apprête à devenir également hôtelier. En reprenant le Terminus à Sierre, c'est tout un concept de «restaurant-hôtel» qu'il proposera aux clients. Une révolution pour ce vénérable établissement.

Geneviève Zuber

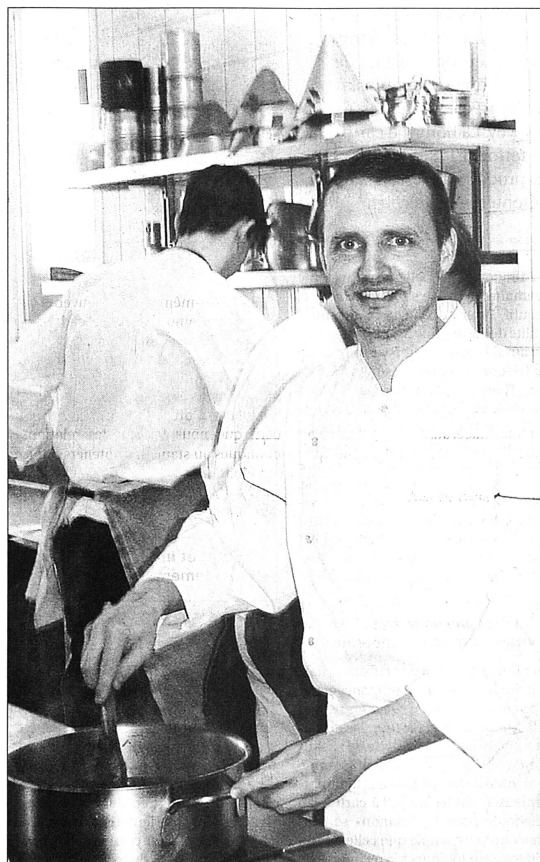
La date est désormais fixée: la réouverture du Terminus, du moins de ses parties hôtelière et brasserie, aura lieu le lundi 2 mai. La réouverture du restaurant gastronomique suivra dix jours plus tard. Didier de Courten, crédité de deux étoiles au Guide Michelin et de 18 points dans le GaultMillau, va quitter l'établissement de Corin, au-dessus de Sierre, où il était à l'étroit, pour s'installer au centre-ville de Sierre.

L'Hôtel Terminus, ses grands volumes, ses quatre étages vont permettre au jeune chef de se diversifier. Un passage quasi obligé par ces temps difficiles pour la haute gastronomie. Avec des produits chers et un personnel nombreux, les marges des grandes tables sont restreintes, guère suffisantes pour évoluer et innover. Didier de Courten: «Dans la haute gastronomie, il n'y a plus beaucoup d'établissements qui ne sont que des grandes tables. Pour garder le niveau, il faut trouver des marges ailleurs. Un exemple: à Corin, le restaurant de 45 couverts emploie 18 collaborateurs à plein temps. Du luxe ou presque! A Sierre, il suffira de 30 personnes pour faire tourner le tout.» C'est-à-dire le restaurant gourmet (45 places avec extension possible à 80, pour des mariages notamment), la partie brasserie avec une cinquantaine de couverts, une terrasse de 80 places, un grand bar à vin et l'hôtel de 19 chambres ouvert sept jours sur sept.

Des chambres pour satisfaire à la demande

Mais il faut aussi se diversifier pour satisfaire à la demande. Une sortie au «gastro» ne se résume plus à une simple affaire de papilles gustatives. «C'est devenu un loisir intégrant une activité ou une excursion dans la région, l'apéritif et le plaisir de passer la nuit sur place, une demande récurrente de nos clients à Corin. Une diversification hôtelière d'autant plus nécessaire avec le 0,5%...» En un mot, c'est un concept à mettre en place. Hôtel-restaurant pendant près de 150 ans, le Terminus devient ainsi «restaurant-hôtel» selon l'expression de Courten.

Il est vrai que, derrière la façade d'époque, les lieux ne se ressemblent plus. A l'intérieur de la carcasse, tout est encore en chantier, mais la révolution se dessine. Une rénovation lourde, de 4 à 4,5 millions de francs, dont 40% pour la partie hôtelière (avec un million



■ **Didier de Courten.** Le chef de Corin (VS) estime que l'hôtellerie est un créneau à développer pour garder le niveau en haute gastronomie. Photo: Geneviève Zuber

de francs de crédit LIM - Loi sur l'aide en matière d'investissements dans les régions de montagne - à la clé). Les propriétaires, Jean-Bernard et Dominique Rouvinez (Rouvinez Vins), qui ont ra-

cheté l'an passé le Terminus à la commune pour 1,3 million de francs, ont laissé carte blanche à Didier de Courten. «Par rapport aux budgets de rénovation annoncés par certains établisse-

ments en station ou à Genève, cela peut paraître ridicule, commente ce dernier. Si j'ai opté pour cette enveloppe, c'est que mon loyer est proportionnel à la hauteur de l'investissement.» Et puis, il estime que c'est une «bonne» somme, qui lui permet de réaliser son concept et de se faire plaisir.

Une ambiance résolument contemporaine

Lors de la visite de chantier s'esquisse une ambiance résolument contemporaine. Au rez, dans la partie réservée à la gastronomie, on imagine, en écoutant Didier de Courten et l'architecte, Eric Papon, du verre, de l'inox, un puits et des jeux de lumière, une sculpture derrière une grande baie vitrée, des bois chaleureux, du teck pour la terrasse, des dominantes noires aussi, comme la moquette du restaurant gastronomique, habillée de fils métalliques argentés.

Didier de Courten est enthousiaste: le programme d'Eric Papon «évolutif, très moderne, est en totale adéquation» avec son art culinaire. La mythique grande salle du Terminus, qui accueille le restaurant, a été totalement revisitée et structurée en plusieurs espaces. La cuisine, cœur stratégique des lieux, et devisée à près de 600 000 francs, présente une surface presque deux fois plus grande qu'à Corin. Elle desservira également, dans l'ancienne brasserie, le bar à vin et «l'Atelier gourmand», deux espaces où l'on pourra déguster des créations, sous forme de plat du jour par exemple.

«Hôtelier, restaurateur: le même métier»

Les trois étages sont réservés, eux, à la partie hôtelière, de niveau quatre étoiles (trois auparavant). Les chambres, toutes différentes, à cheval entre 19e et 21e siècle, sont équipées de TV murales à écran plat et d'une connexion internet gratuite. Trois étages, trois mondes différents, dont celui des soupentes, au dernier, avec baignoires Starck directement dans l'espace à vivre des suites. Les prix varieront de 360 francs à 120 francs la single (110 francs avant la rénovation), petit déjeuner compris. Une collation qui, comme le reste, se voudra dans le concept de Didier de Courten, avec service à table et produits maison, depuis le yogourt aux framboises du Valais jusqu'aux viennoiseries.

Mais, comment Didier de Courten se prépare-t-il à ce nouveau métier d'hôtelier? «Il n'est pas différent de celui que j'ai toujours pratiqué: satisfaire le client aux niveaux de l'accueil et du service. Comme certains moyens pour y parvenir sont spécifiques à l'hôtellerie, j'ai engagé des collaborateurs issus des écoles hôtelières...» Il est lui-même au bénéfice d'un certificat de capacité vaudois en restauration et en hôtellerie et c'est son épouse, plus spécifique-ment, qui gèrera ce secteur.

Avant tout un défi, mais aussi une sacrée pression

■ La renaissance du Terminus est avant tout un défi, mais aussi une sacrée pression pour les quatre acteurs principaux - Didier de Courten, les nouveaux propriétaires, les frères Jean-Bernard et Dominique Rouvinez, et l'architecte Eric Papon - tant l'attente, en ville, est grande. Comme le dit Dominique Rouvinez, «le centre se meurt» et bien des Sierrois espèrent que le Terminus lui donnera une impulsion nouvelle. Didier de Courten table, pour l'hôtel, sur un taux d'occupation de 35%, comme la moyenne suisse, alors que dans la cité du soleil, elle plafonne à 22%. Il sera, pour ce faire, important de casser le préjugé

d'un établissement désormais réservé à une certaine élite financière. «A l'hôtel», explique Didier de Courten, «des chambres doubles sont à 160 francs et, à l'Atelier gourmand, le plat du jour - une création - est à 22 francs. Il faut aussi savoir que 13 cuisiniers sont en coulisse. La population sera d'ailleurs invitée à une journée portes ouvertes.» Mais il faudra plus qu'un établissement, aussi prestigieux soit-il, pour que le centre retrouve son dynamisme. «J'espère que les autres commerçants et la commune y mettront aussi du leur, par exemple en limitant la circulation», conclut Didier de Courten. *6Z*

Salons touristiques

«Il faut avoir la bosse du commerce»

■ La saison des grands salons touristiques internationaux bat son plein. Pour les professionnels, leur fréquentation signifie une bonne préparation, une présence active sur place et un suivi intelligent. Quelques hôteliers ont détaillé leur manière de travailler.

Mirosław Halaba

Dans trois semaines, le salon touristique de Berlin (ITB) ouvrira ses portes. Auparavant, c'était le Fitur à Madrid, le BIT à Milan. En mars, ce sera le MITT à Moscou. Nombreux sont les professionnels du tourisme suisse qui fréquentent ces manifestations internationales, en qualité d'exposants ou de visiteurs. L'investissement financier nécessaire à une telle participation – qui comprend les frais de déplacement, l'hébergement et, dans la plupart des cas, la location des stands – est en général élevé. D'autre part, le succès de l'opération n'étant pas garanti, les participants se doivent de mettre toutes les chances de leur côté en préparant soigneusement leur visite, en étant efficace sur place et en assurant un judicieux suivi. Un tour d'horizon auprès de quelques hôteliers romands a permis de mettre en lumière un certain nombre de pratiques utiles.

S'informer et préparer les rendez-vous

L'information est une des clés d'une bonne préparation. «J'analyse la situation des marchés auxquels j'ai affaire», indique Michèle Liechti, directrice de l'Hôtel Drake à Genève. Je lis des revues économiques et de marketing qui vont au-delà des thématiques propres à la branche. Son homologue de l'Hôtel Bristol, Salvatore di Mare, étudie aussi l'évolution des marchés. Comme la grande majorité des professionnels de la branche, il prépare parallèlement ses rendez-vous. Pas tous, bien sûr, certains seront convenus sur place.

La préparation de la documentation à remettre aux visiteurs – prospectus, photos, listes de prix – joue aussi un rôle non négligeable. «Nous sommes toujours chargés comme des mulets lorsque nous nous déplaçons», note



■ Salon touristique. La présence aux salons touristiques est, pour les vendeurs, une épreuve d'endurance. Photo: Karl Josef Verding

Patrick Béro, qui, jusqu'à sa nomination comme directeur de l'Association hôtelière du Valais, représentait, ici et là, l'établissement qu'il dirigeait, à savoir l'Hôtel Crans-Ambassador. Il n'a jamais regretté d'avoir pris trop de documentation. «Il est cher de se créer une image, aussi est-ce dommage de ne pas distribuer les documents que l'on a imprimés», dit-il.

Les salons: une épreuve d'endurance

Une fois sur place, c'est le début du marathon. Une vraie épreuve d'endurance où le représentant doit développer de multiples talents. «Ce sont des journées intensives», note Marc Fassbind, directeur de l'Hôtel Cornavin, à Genève. «Nous demandons à nos vendeurs qu'ils aient une bonne forme physique», indique, non sans raison, le directeur de Genève Tourisme, François

Bryand, lui-même, très souvent en voyage de promotion dans le cadre des activités de la «Lake Geneva & Matterhorn Region». Il souligne en passant le caractère profitable de la collaboration qui s'instaure aux foires entre les hôteliers et l'office du tourisme. «Pendant que nous faisons des relations publiques au stand, les hôteliers ont la possibilité de visiter les exposants pour établir des contacts ou renouveler des contrats», dit-il.

Ecouter et informer honnêtement

Phase essentielle d'une promotion «salon», les entretiens avec les clients ou les futurs clients doivent faire l'objet d'une interaction bien sentie. «Il faut être honnête, ne pas promettre ce que l'on ne peut pas tenir», dit Klaus Wartner, directeur de l'Eurotel Victoria aux Diablerets. Il est particulièrement judi-

re de montrer que nous sommes au service du client», dit-il. Directeur de l'Hôtel Cornavin à Genève, Marc Fassbind relève l'importance de l'écoute. «C'est le point le plus délicat», dit-il. Outre la connaissance du produit, il insiste cependant aussi sur la capacité de décision que doit avoir le vendeur. «Il faut aussi être convaincu de son rôle et croire à ce que l'on fait», souligne Marc Fassbind. Bref, comme le résume Michèle Liechti: «Il faut avoir la bosse du commerce».

Suivi et appréciation des résultats

Les entretiens terminés, c'est le suivi des affaires qui commence. Dans la chambre d'hôtel déjà: «Je rédige un petit résumé de l'activité du jour», dit Marc Fassbind. Puis au bureau: «J'adresse un petit mot de remerciement à mes interlocuteurs», indique Salvatore di Mare. Ceci fait, il s'agit, dans la plupart des cas, de passer aux différents échanges d'information nécessaires à la signature d'un contrat.

Et si ceux-ci ne sont pas à la clé, il convient alors de s'interroger sur l'opportunité de participer une nouvelle fois à la foire que l'on vient de visiter. Une analyse qui n'est pas facile à faire. Pour Béatrice Benz, directrice de l'apparthôtel Helvetia Intergolf, à Crans-Montana, une seule participation ne suffit pas. Il en faut au moins trois pour apprécier son utilité. Pour Patrick Béro, c'est une fois de plus la bosse du commerce qui entre en jeu. «Continuer ou arrêter? C'est une question de feeling», répond-t-il.

Les salons: un instrument de marketing parmi d'autres

■ Les salons touristiques sont importants pour les établissements hôteliers, mais ils ne sont pourtant pas les seuls instruments de promotion. «Comme nous n'avons pas un gros budget et pas beaucoup de temps à consacrer aux foires, nous utilisons d'autres moyens de promotion, comme les offres pour les lecteurs, comme ceux du bulletin du TCS ou ceux du bulletin de la banque Raiffeisen», indique Béatrice Benz, directrice de l'apparthôtel Helvetia Intergolf à Crans-Montana. Bernard Lavanchy, directeur de l'Hôtel Grand-

Pré à Genève, rencontre régulièrement des clients aux foires, mais il estime que les visites individuelles durant l'année sont plus profitables. Pour Klaus Wartner, directeur de l'Eurotel Victoria aux Diablerets, il est tout aussi important, pour la promotion, de satisfaire les clients lorsqu'ils font un séjour à l'hôtel que de visiter les foires. Eric Fassbind, directeur de l'Hôtel Cornavin à Genève, lui emboîte le pas: «Le meilleur marketing, ce sont les relations que nous avons au quotidien et la publicité traditionnelle.» MH

Salons touristiques

«Les nouvelles foires ont du succès»

■ Les nouvelles techniques de communication aidant, les salons touristiques changent de visage, tout comme la manière de les travailler.

Mirosław Halaba

Les salons touristiques internationaux sont assidûment fréquentés par les hôteliers helvétiques. S'ils ne sont plus aussi incontournables, comme ils l'étaient il y a encore une vingtaine d'années, ils ont néanmoins conservé une place importante dans la palette des instruments de marketing.

Sous l'impulsion des nouvelles techniques de communication, ils sont, comme le souligne François Bryand, directeur de Genève Tourisme, devenus «un élément d'un marketing-mix plus complet» qu'auparavant. Une preuve que ces manifestations ne sont pas démodées: «Les nouvelles foires ont du succès», indique François Bryand. Que l'on songe au salon de Shanghai, de

Kiev ou encore de l'IMEX, à Francfort, pour s'en convaincre.

Il n'en reste pas moins que les formes de communication avec les tours-opérateurs ont changé. «Ceux-ci n'ont plus assez de temps pour passer à nos stands. Aussi avons-nous toujours plus tendance à les visiter directement à leur siège», note le directeur de Genève Tourisme. Il relève, par ailleurs, que le nombre de destinations présentes aux foires a été multiplié par deux, voire par trois.

Un nombre accru d'intermédiaires

D'autre part, l'usage des systèmes de réservation en ligne a augmenté le degré de complexité des relations que l'hôtelier noue aux foires avec ses clients.

«Avec ces systèmes, nous voyons apparaître un nombre toujours plus élevé d'intermédiaires», explique Michèle Liechti, directrice de l'Hôtel Drake à Genève. Conséquence: l'hôte-

lier doit avoir un œil très attentif sur les offres dont son établissement fait l'objet sur Internet. «Ces offres ont tendance à être enjolivées», indique Michèle Liechti. Directeur de l'Hôtel Grand-Pré à Genève, Bernard Lavanchy fait les mêmes constatations. «Cela devient difficile pour nous de suivre sur le web tout ce qui concerne notre hôtel», déclare-t-il.

Une offre helvétique plus compétitive

Les hôteliers qui visitent les foires ont aussi remarqué d'autres changements. Ainsi, ce qui a particulièrement frappé le directeur de l'Eurotel Victoria aux Diablerets, Klaus Wartner, c'est la perception que les visiteurs et les clients ont désormais des coûts de l'offre touristique helvétique. Il y a une dizaine d'années, explique-t-il, la Suisse était considérée comme une destination chère. Aujourd'hui, en revanche, et grâce à l'euro, l'offre est considérée comme bien plus compétitive.



■ Instrument de promotion. Les foires restent un moyen de promotion important, mais il y a d'autres instruments qui les concurrencent. Photo: Karl Josef Verding

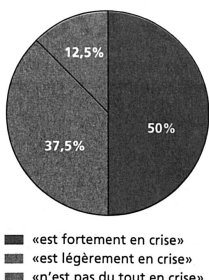
Quid du «yield management»?

■ **Votre avis par SMS.** Appliqué à l'hôtellerie, le «yield management» permet d'améliorer le taux d'occupation et la rentabilité. Utilisez-vous dans votre établissement le «yield management»? Si vous répondez oui, écrivez ht 1. Si vous répondez bientôt, écrivez ht 2. Si vous répondez non, écrivez ht 3. Envoyez votre réponse - par exemple ht 1 - au numéro 9889 (20 centimes par SMS). LM



Le tourisme suisse en crise?

■ **Résultats de notre précédent sondage par SMS.** Le tourisme helvétique est-il en crise?, avait-on demandé la semaine dernière à nos lecteurs. La moitié de ceux qui ont participé à notre sondage par SMS est de l'avis que le tourisme suisse est fortement en crise. 37,5% d'entre eux pensent en revanche que notre tourisme est légèrement en crise alors que 12,5% estiment au contraire que le tourisme suisse n'est pas du tout en crise (voir le graphique ci-contre). LM



Avec cent vingt exposants

■ **Swiss Alpina.** Le Salon international pour l'équipement des stations alpines, Swiss Alpina, qui se tiendra du 27 au 29 avril à Martigny, accueillera finalement 120 exposants contre 155 en 2003. Pour les organisateurs, le salon est, certes, de «moindre envergure», mais il correspond cependant à l'importance du marché suisse. Ceux-ci font remarquer qu'en dépit du «boycott de quelques grands exposants», des constructeurs tels que CWA ou Garaventa seront présents à Mar-

tigny. On rappellera que Swiss Alpina est, cette année, en concurrence avec le salon Interalp qui aura lieu du 6 au 8 avril à Innsbruck, salon qui se tenait auparavant en automne. Swiss Alpina devrait recevoir la visite de 7000 professionnels. Dès le 1er mars, ceux-ci pourront acquérir leur billet d'entrée sur Internet. Un service de bus sera mis sur pied pour les visiteurs des villes voisines françaises et italiennes. MH

www.swissalpina.ch

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

■ **Gstaad: attirer les touristes avec le «yield management».** En utilisant une méthode rationnelle de calcul des prix, le «yield management» permet d'apporter une solution optimale à la mise en adéquation de l'offre avec la demande. A l'instar des compagnies aériennes qui sont très nombreuses aujourd'hui à utiliser le «yield management», l'industrie hôtelière a tout intérêt à développer cette pratique. A Gstaad, on en est convaincu et 70% des hôteliers de la station misent désormais sur le «yield management» afin d'améliorer leur taux d'occupation. Page 7

■ **CarPostal: de nouvelles offres touristiques HPM.** La Communauté d'intérêts Human Powered Mobility (HPM) - communauté qui favorise les offres touristiques à mobilité humaine telles que le cyclotourisme ou la randonnée pédestre - a signé un partenariat avec la société CarPostal. Ce partenariat s'est traduit par la publication d'un catalogue de 40 pages et a valeur d'exemple selon Suisse Tourisme. Page 7

■ **Le tourisme français bat de l'aile.** Des nuitées hôtelières en baisse, des infrastructures d'hébergement vieillottes et un rapport prix-qualité insuffisant, tels sont quelques-uns des maux dont souffre actuellement le tourisme français. L'étude Protourisme, qui a mis en évidence ces différents maux, tire la sonnette d'alarme et préconise des mesures concrètes pour enrayer la baisse des nuitées. L'année passée, la France a perdu 15 millions de nuitées (-4%) par rapport à 2003. Page 17

Riviera vaudoise

Les hôteliers marquent la nouvelle année

■ **Les hôteliers de la Riviera vaudoise ont organisé, la semaine dernière, une réception à Montreux, histoire de bien entamer la nouvelle année.**

Mirosław Halaba

Pour la troisième année consécutive, les membres de la Société des hôteliers Montreux Vevey Riviera Lavaux (61 membres offrant 2250 chambres) ont marqué la nouvelle année par une réception organisée, la semaine dernière, au Montreux Palace. Une manifestation informelle et conviviale, comme l'a précisé le président Daniel Krähenbühl (Hôtel Helvétie), à laquelle ont pris part une centaine d'invités, hôteliers, fournisseurs et représentants du monde touristique, politique et économique.

Esquissant les perspectives pour l'année en cours, Daniel Krähenbühl a relevé la nécessité d'accroître la clientèle de passage dans la région, seul moyen, selon lui, «de maintenir un parc hôtelier suffisant». Pour atteindre cet objectif, la Riviera vaudoise a besoin de congrès et d'événementiel. Que serait-elle sans le Festival de jazz ou le marché de Noël? a-t-il demandé. Daniel Krähenbühl a aussi invité les partenaires à soutenir les initiatives de Montreux-Vevey Tourisme, ainsi que les autorités «à prendre toute initiative» permettant de faire connaître la région et à faciliter «financièrement» l'accueil des congrès importants.



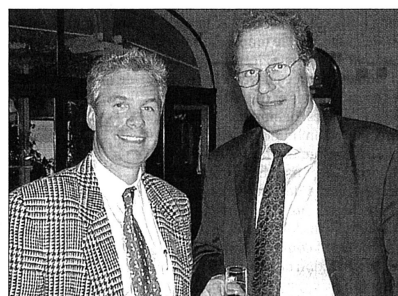
■ **Avec l'OT.** Christophe Ming (à g.) et Nicolas Ming (Hôtel Pavillon) entourent Harry John (OT Montreux-Vevey).



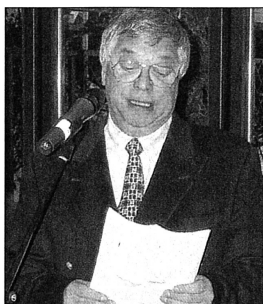
■ **Avec Hotela.** Jean-Paul Genoud (Hotela) avec Daniel Krähenbühl (à g.) et son épouse Roseline.



■ **Entre directeurs.** (de g. à dr.) Michael Smithuis (Montreux Palace) et Bernard Tschopp (Eden Palace Au Lac).



■ **Conseiller et hôtelier.** Fernand Donnet (à g.) avec Yves de Gunten (Signal de Chexbres). Photos: Mirosław Halaba



■ **Message.** Le président Daniel Krähenbühl s'est adressé à ses hôtes.



■ **Des fournisseurs.** Jacqueline Ritzmann et Olivier Curtet, de la maison Vranken Pommery Suisse SA.



■ **Hôtel des Trois Couronnes.** Charlotte Renaud (à g.) et Eva Kudon, représentantes du cinq-étoiles veveysan.

LES GENS

■ **Après avoir dirigé pendant quatre ans la Conférence des directeurs d'offices du tourisme régionaux (RDK), Olivier Federspiel, directeur de Graubünden Ferien, a passé cette semaine le relais à Markus Lergier, à la fois directeur de Berne Tourisme et de Schweizer Mittelland Tourismus.** LM

■ **Après avoir annoncé au mois de janvier que Martin Nydegger repren-**

drat le 1er juin le poste de responsable de projets marketing pour le marché helvétique à la place d'Alexandre Fricker qui quittera ses fonctions à la fin de cette semaine pour rejoindre le groupe Compass, Suisse Tourisme a finalement changé d'avis. Martin Nydegger, directeur depuis 1999 d'Engadine/Scul Tourisme, travaillera certes pour Suisse Tourisme à partir du 1er juin, mais en tant que directeur à Amsterdam du

marché néerlandais. Il succède à ce poste à Thomas Erne qui «quittera Suisse Tourisme à fin mai afin de donner une nouvelle orientation à sa carrière professionnelle». Suisse Tourisme est ainsi à nouveau à la recherche d'un chef de projet marketing pour le marché helvétique. LM

■ **En poste depuis 1989 chez Suisse Tourisme à Londres où elle travaille**

actuellement en tant que «Product & Account Manager», Evelyn Lafone occupera dès le 1er mars les fonctions de directrice de Suisse Tourisme pour la Grande-Bretagne et l'Irlande. Elle succède ainsi à Urs Eberhard, directeur adjoint de Suisse Tourisme et actuel directeur ad interim du marché britannique. La Grande-Bretagne est, après l'Allemagne, le marché étranger le plus important pour Suisse Tourisme. LM

IMPRESSUM

hotel-tourismus revue

Fondé en 1892
L'hebdomadaire pour l'hôtellerie,
la restauration et le tourisme

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

Responsable des médias:
Christian Santschi.

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

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

Rédacteur: Laurent Missbauer (LM).

Correspondants: Jean-Jacques Ethnoz (JJ),
Vevey; Danielle Emery Mayor (DEM), Valais;

Valérie Marchand (VM), La Chaux-de-Fonds; José
Seydoux (JS), Fribourg; Véronique Taner (VT),

Genève; Pierre Thomas (PT), Lausanne; Geneviève
Zuber (GZ), Valais.

Edition:
Cheffe d'édition: Iris Strebel.

Annexes: Marc Moser.

Publicité: Oliver Egloff (Chef de vente).

Impression:
Büchler Grafino AG, Druckzentrum Berne.
Tirage: 11'157 ex. contrôlés REMP 2003, 20'000 ex.
imprimés.

Prix de vente: (TVA inclus)

Vente au numéro Fr. 4,30.

Abonnement 1 an Fr. 145.-.

ISSN: 1424-0440

Contacts:
Adresse: 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

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

Internet: www.htr.ch

stellen revue

marché de l'emploi

htr

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

hotel + tourismus revue

DAVOS

Die Sunstar Hotels Davos, bestehend aus dem grosszügigen 4-Stern Ferien- und Seminarhotel mit 220 Zimmern und dem gemütlichen 3-Stern Familienhotel mit 69 Zimmern liegen an zentralster und ruhiger Lage im weltberühmten Ferien- und Kongressort Davos.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir ab der kommenden Sommersaison oder nach Vereinbarung eine selbstständige, aufgestellte und verantwortungsbewusste

Gouvernante

Ihre Hauptaufgabe umfasst:

- Begleitung und Führung des Etagentams
- Planung eines effizienten Mitarbeiterneinsatzes
- Überwachung der gesetzten Qualitätsstandards
- Ausbildung von Hofa-Lehrlingen
- Organisation von internen Schulungen

Idealerweise bringen Sie eine Ausbildung als Hotelfachassistentin und einige Jahre Berufserfahrung mit. Ihr Organisationstalent, Ihre Fremdsprachenkenntnisse (D.E.I.) erleichtern Ihnen die tägliche Arbeit. Es erwartet Sie eine abwechslungsreiche und vielseitige Stelle in einem kollegialen Team, modernste Mitarbeiterunterkünfte und vielseitige Freizeitmöglichkeiten in der schönen Alpenmetropole DAVOS.

Interessiert? Dann senden Sie uns Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen zu. Wir freuen uns auf Sie!

Sunstar Hotels Davos
Jörg Zürcher
CH-7270 Davos Platz
Tel. 081 413 14 14, Fax 081 413 15 79
E-Mail: direction.davos@sunstar.ch
<http://www.sunstar.ch/davos>

Sunstar
Hotels

Rein mit Liebe für mich wohl!

Arosa • Davos • Filis • Lenzerheide • Grindelwald • Wengen • Villars

DG
DOMINO GASTRO

Ihr Personal-Profi

Im Auftrag der drei Schweizer Stellenberger Hotels (Hotelkette des Jahres 2004) in Davos, Gstaad und Zürich suchen wir Sie:

Sales-Manager/in

Sie sind mit Herz und Seele eine Verkäufer-Persönlichkeit, Sie kennen den Schweizer Markt und haben Konzern-Erfahrung. Sie betreuen unsere bestehende Kundschaft vorbildlich und sind voller Ideen und Tatendrang für die Akquisition neuer Kunden im Seminar-, Gruppen- und Business-Bereich.

Sie sprechen Schweizerdeutsch, Französisch und Englisch, sind reise- und kontaktfreudig und freuen sich auf einen schönen Arbeitsplatz mitten in Zürich. Eintritt nach Vereinbarung.

Für nähere Auskünfte wenden Sie sich an Frau Simone Koller, Telefon 043 960 3151, zuerich@dominogastro.ch

Ihre neue Herausforderung?

Im Auftrag der Gemeinde Meggen (LU) suchen wir für das

► Restaurant Pyramide

das erfahrene Gastgeberpaar.

Der absolut modern eingerichtete Betrieb befindet sich an **vor-teilhafter Lage im Dorfzentrum** und verfügt über

- 60 Sitzplätze im Restaurant und
- 52 Sitzplätze auf der Terrasse

Für die Gäste stehen genügend **gebührenfreie Parkplätze** in der Tiefgarage zur Verfügung.

Die **vollständige und sehr gut erhaltene Infrastruktur** bietet einem innovativen und fachkompetenten Gastgeberpaar zu günstigen Bedingungen **ideale Voraussetzungen für die Umsetzung konzeptioneller Ideen**. Mobiliar und Inventar stehen zur Verfügung.

Interessenten mit Wirtepatent oder gleichwertiger Ausbildung richten Ihre schriftliche Bewerbung an Herrn **Urs Voney**. Er steht Ihnen bei Bedarf auch telefonisch gerne für weitere Auskünfte zur Verfügung.

www.gastrojob.ch
info@gastrojob.ch
Postfach 4870
CH-6002 Luzern
Tel. 041 418 23 33
Fax 041 418 23 40

GastroJob
Partner der Berufsverbände

SUNNE
Romantik Seehotel
Küsnacht am Zürichsee

Unsere 300-jährige Tradition hindert uns nicht daran modern zu arbeiten, professionell aufzutreten, den Gast willkommen zu heissen und... Gastfreundschaft zu zelebrieren.

Das aussergewöhnliche Vierstern Romantik Seehotel Sonne besteht aus 40 individuell eingerichteten Zimmern und einer anspruchsvollen und vielfältigen F&B-Abteilung: Restaurant Sunnegalerie mit bedienter Terrasse, Gaststuben und Selbstbedienungs-Sunnegarten, 4 Bankett- und Konferenzräume mit bis zu 120 Personen und einer lebhaften Bar.

Unsere neuen

Küchenchef

mit Eintritt April/Mai 2005 stellen wir uns vor:

Kreativ, guter Organisator, mit Herzblut für die Gastronomie, Führungserfahrung in Grossbrigaden bis zu 20 Köchen inkl. Lehrlingen, kommunikativ und mit gutem Durchsetzungsvermögen.

Diese herausfordernde Kaderposition richtet sich an einen engagierten und qualitätsbewussten Küchenchef mit höherer Fachprüfung im Alter zwischen 32-45 Jahren, der sich sowohl in der modernen Bankett- als auch in der A-la-carte-Küche auf hohem Niveau behaupten kann.

In unserem vielseitigen, stark F&B-lastigen Betrieb mit flachen Hierarchien verfügen die Abteilungsleiter über grosse Freiheiten und Selbstständigkeit, was wiederum ein starkes Verantwortungsbewusstsein erfordert.

Interessiert? Dann senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen per Post oder E-Mail an ROMANTIK SEEHOTEL SONNE KÜSNACHT, Persönlich/Vertraulich René Grüter & Catherine Julien, Seestrasse 120, 8700 Küsnacht-Zürich, Telefon 044 914 18 18, E-Mail: rgrueter@sonne.ch, www.sonne.ch. Selbstverständlich stehen wir Ihnen für erste Fragen auch telefonisch zur Verfügung.

ROMANTIK
HOTELS & RESTAURANTS
INTERNATIONAL

HOTEL du THEATRE
Betten, die die Welt bedeuten

Das aussergewöhnliche ***Bed & Breakfast-Hotel am Central in Zürich ist ein Haus mit Geschichte und Geschichten rund ums Theater. Der Betrieb mit 50 Hotelzimmern hat eine klare konzeptionelle Ausrichtung und modernste Infrastruktur.

Wir suchen eine initiative, motivierte Persönlichkeit als

Direktorin/Direktor

mit Erfahrung in leitender Stellung im Hotelfach.

Hohe Qualität der Dienstleistung ist Ihnen ebenso wichtig wie das Erreichen von wirtschaftlichen Zielen.

Sie führen gerne ein kleines Team und sind aus Überzeugung Gastgeber/in.
Eintritt nach Vereinbarung.

Fühlen Sie sich angesprochen?
Senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an folgende Adresse:

Turicum Hotel Management AG
Martin Emch
Kronenstrasse 42, 8006 Zürich
E-Mail: martin.emch@turicum-hotels.ch

**HOTELS WITH
A BOOKMARK**

www.bookmarkhotels.ch

jz

Nur für echte Gastgeber

Im Auftrage gesucht für einen bestens eingeführten ***Hotel-Restaurationsbetrieb im Berner Oberland ein erfahrendes

Direktions-Paar

Anforderungsprofil:

Ausgezeichnete/r Gastgeber/in bzw. Koch aus Leidenschaft. Wenn Sie einerseits verkaufstark, führungs- und kalkulationssicher und andererseits in der Lage sind, den Service und die Küche persönlich zu führen, dann sind Sie die richtigen Nachfolger.

Ideal für innovative Unternehmer

Was erwartet Sie:

Ein überregional bekannter Betrieb an sehr guter Geschäftslage mit Sonnenterrasse und grossem Parkplatz. Gute Erschliessung auch mit ÖV.

Andere wichtige Eckdaten des Jahresbetriebes:
– Je 70 Innen- und Aussensitzplätze
– 15 stilvoll eingerichtete Hotelzimmer, 1 Suite
– Umsatzgrösse über 1,5 Mio.

Ich freue mich auf Ihre Bewerbung:
Jürg Zumkehr, Unternehmensberatung,
3800 Interlaken, Tel. 079 656 56 88, Fax 033 823 63 88
www.zumkehr.ch jz@zumkehr.ch

INHALT | Deutsche Schweiz 2-8 | Svizzera italiana 9 | International 10 | Stellengesuche 10

SOMMAIRE | Suisse romande 9 | Marché international 10 | Demandes d'emploi 10

ANZEIGENSCHLUSS | Montag, 15 Uhr

DÉLAI D'INSERTION | Le lundi à 15 h

**www.gastrosuisse-
jobservice.ch**

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

GastroSuisse Job Service
Blumenfeldstrasse 20
CH-8045 Zürich
Tel. 044 377 55 35
Fax 044 377 55 90
E-Mail: jobservice@gastrosuisse.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
Grosses Stellenangebot – top aktuell im Internet

Beratung Selektion Vermittlung

Gastro Job

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

Adecco
HOTEL & EVENT

Stellenangebote Seite 3.
Offres d'emplois page 3.
www.adecco.ch

Making people
successful



GIesserei

Restaurant • Werkstatt • Subclub

Die Fidel Gastro AG betreibt in Zürich-Oerlikon mit der GIesserei einen multifunktionalen Gastrobetrieb in einer authentischen, suburbanen Industrielatmosphäre mit den Bereichen Restaurant, Bankett, Bar/Lounge und Club. Die GIesserei ist ein 7-Tage-Betrieb mit einer marktfrischen mediterran-asiatischen Küche.

Wir suchen:

Geschäftsführer(In)

Gesucht wird die Führungspersönlichkeit, die den Betrieb mit Geschick als Gastgeber und als verkaufs- und controllingstarker Manager erfolgreich führt.

Aufgaben:

- Ergebnisverantwortliche Leitung des Betriebes mit zwei Küchen und mehreren Betriebsteilen (à la carte, Bankett, Bar/Lounge, Club, Sommerterrasse)
- Führung und Förderung des Kaders und der Mitarbeiter
- Umsetzung und Verfeinerung des Marketings- und Betriebskonzepts
- Einkauf, Warenwirtschaft, F&B Controlling
- Fronteinsatz und Gästebetreuung als Gastgeber mit Herz und Leidenschaft

Anforderungen:

- fundierte gastronomische Ausbildung und Praxis in der gehobenen Gastronomie
- Unternehmerisches Denken und Handeln
- Mehrjährige erfolgreiche Führungserfahrung eines Betriebes
- sichere betriebswirtschaftliche Praxiskenntnisse (Budget, Kostenmanagement, Personalplanung, Einkauf, Logistik)
- Exzellente Produktkenntnisse im Bereich F&B (spez. Weine)
- IT-Kenntnisse in den gängigen Gastroprogrammen und Microsoft Office
- Sprachen: D/E einwandfrei, Kenntnisse in F und I wünschenswert
- Alter: 30-45 Jährig
- Inhaber einer Bewilligung, einen Betrieb mit Alkoholausschank im Kt. ZH zu führen

Eintrittstermin: Ab 1. April 2005 oder nach Vereinbarung

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Photo, selbstverständlich behandeln wir Ihre Bewerbung vertraulich. Bitte senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen persönlich an Michael Bellert:

Fidel Gastro AG · Birchstrasse 108 · CH-8050 Zürich-Oerlikon
oder per Mail an michael.bellert@diegiesserei.ch

165503



KLINIK SCHLOSS MAMMERN

Akutsptial für Innere Medizin
mit integrierter Rehabilitation

In grossem Park direkt am Untersee (Bodensee) gelegen,
125 Betten und 200 Mitarbeiter

Für die Betreuung unserer Patienten im Speisesaal, in den Salons, auf den Etagen und im Sommer im Garten suchen wir zur Verstärkung unserer jungen und aufgestellten Service-Brigade (25 Mitarbeiter) per 1. April 2005 oder nach Vereinbarung:

Chef de rang Commis de rang

Könnten Sie sich vorstellen, in einer der führenden Kliniken zum Wohle der Patienten tätig zu sein und sich in einem traditionellen Ambiente wohlfühlen? Dann lesen Sie weiter...

Was erwarten wir vom Chef de rang / Commis de rang?
Sehr gute Fachkenntnisse für einen professionellen und reibungslosen Service bei einer Grösse der Station von bis zu 20 Gästen, eine gepflegte Erscheinung und gute Umgangsformen. Eine abgeschlossene Berufsausbildung als Servicefachangestellte/r oder eine Ausbildung mit eidg. Fachausweis in einer ähnlichen Branche. Wenn möglich Berufserfahrung in ähnlicher Anstellung. Fremdsprachenkenntnisse könnten hilfreich sein.

Was bieten wir?

Angenehme Arbeitsbedingungen mit 42-Stunden-Woche (Abenddienst bis spätestens 21.30h) und fortschrittliches Personalmanagement. Alle 3 Stellen sind in 100% Arbeitspensum mit alternierendem Wochenenddienst. Frei wählbare Unterkunft (Zimmer oder Wohnung) ca. 5 Min. ausserhalb des Klinikareals direkt am See und vieles mehr, was für uns eine Selbstverständlichkeit ist.

Wenn Sie sich von diesem Inserat angesprochen fühlen, zögern Sie nicht. Senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Lebenslauf, Passfoto, Zeugnissen. Für Fragen steht Ihnen Herr Abraham, Maître d'hôtel oder Herr Harry, Chef de service, gerne zur Verfügung.

KLINIK SCHLOSS MAMMERN AG
Flandrina C. von Salis, Vizedirektorin/Personalchefin
CH-8265 Mammern (Bodensee) TG, Tel. 052 742 11 11
fvs@klinik-schloss-mammern.ch
www.klinik-schloss-mammern.ch

THE SWISS
LEADING
HOSPITALS

165481

See & Park Hotel Feldbach presents

Rollenwechsel



Sous-Chef
in Jahresstellung
Chef de partie und Commis de cuisine
Saison- oder Jahresanstellung
Eintritt 1. April oder nach Vereinbarung

Neue Rolle. Neues Bühnenbild. Neue Herausforderung.
Unser Ensemble freut sich auf Sie und Ihren neuen Part.

Mit Berufsstolz
und Leidenschaft
für Bankett wie auch
gehobenes A La Carte

kreativ + innovativ in
der Angebotsplanung

Führungstark + ver-
antwortungsbewusst
flexibel + teamorien-
tiert



Wir geben Ihren Fähigkeiten Raum.

SEE & PARK HOTEL FELD BACH, CH-8266 STECKBORN
TELEFON +41 52 762 21 21 TELEFAX +41 52 762 21 91
E-mail: info@hotel-feldbach.ch www.hotel-feldbach.ch

Flair für die
Lehrjahrsausbildung

angenehmes Arbeits-
klima in traumhafter
Umgebung

professionelle
Infrastruktur

Martin Knüsel, dipl.
Hoteller SHV/VDH
freut sich auf Ihre
Unterlagen.

165482

Member of
swiss golf hotels

Willst du dich bedingungslos engagieren
und mit mir mein Ein-Frau-Unternehmen
weiter ausbauen?

Ich suche eine/n

Geschäftspartner/in

mit Erfahrung und Netzwerk im Incoming
Tourismus für
Touren durch die Schweiz.

www.simply-switzerland.com

Simply Switzerland GmbH, CH-5400 Baden
sandra@simply-switzerland.com

165516

PARK HOTEL WALDHAUS

flims

Eine extravagante Wohlfühlwelt

Unser 5-Stern-Hotelresort ist noch schöner geworden und der GaultMillau hat uns zum «Hotel des Jahres 2005» gekürt: vier Gästehäuser im grössten Hotelpark der Schweiz, 2500m² SPA & Wellness im ultramodernen «delight» – spa & beauty, kulinarische Wonnen in sechs Restaurants.

Per 1. Mai 2005 oder nach Vereinbarung suchen wir:

Assistant F & B Manager (m/w)

Dank Ihrer Berufserfahrung im F&B-Bereich wissen Sie, wo Kosten entstehen, was Einkauf und Lagerbewirtschaftung bedeuten und was die Küchenrendite aussagt. Ihre Stärken liegen in der Administration und im Controlling, und Sie sind mit dem Micros-Kassensystem sowie Fidelio F&B vertraut.

Vorzugsweise sind Sie gelernter Koch mit abgeschlossener Hotelfachschule und mindestens 2 Jahren Berufspraxis in einer vergleichbaren Position.

Entzückt – erleuchtet?

Dann gehören Sie in unser Team!!

Adriano Frigo, Leiter Human Resources, freut sich auf Ihre einleuchtenden Argumente.

GaultMillau

HOTEL DES JAHRES 2005

FLIMS
LAAX
FALKER
DIE ALPENRENA

Park Hotel Waldhaus CH-7018 Flims Waldhaus Tel. 081 928 48 48
a.frigo@parkhotel-waldhaus.ch www.parkhotel-waldhaus.ch

165487

GUTE LEUTE FINDEN STELLEN... z.B. ALS



Koch: Chef de partie, versiert, in lebhaftes Stadrestaurant in Zürich (Sa. u. So. geschl.) / Commis in schönen G.M.-Betrieb im Berner Seeland

Sefa: weiblich, gelernt, in gepflegte Landgasthöfe in Gürbe- und Aaretal / weibl. od. männl. in mediterranen Stadrestaurant Kt. ZH / Versch. für Sommersaison für Hotels in Seelage

Küchenchef, Souschef: in mittlere Brigaden, z.B. lebhafter Gasthof am oberen Zürichsee / locker-gepflegtes Restaurant am Sempachersee / in betreuungsintensive Brigade Nähe Zürich

Betriebsassistent/in und GF/Stv.: Betreuung Hotelgäste, Administration, Stv. Gastgeber/in an der Front, Hotel zentraler Aargau. **Chef de service/Restaurantleiter/in:** weiblich, à la carte, viele Bankette, in grösseren Gasthof/Hotel Nähe Bern

www.gastrosuisse-jobservice.ch

165426

GASTROSUISSE
JOB SERVICE

GastroSuisse Job Service
Blumenfeldstrasse 20
8046 Zürich
Tel. 01 377 55 35
Fax 01 377 55 90
E-Mail: jobservice@gastrosuisse.ch

Schweiz / Graubünden / Arosa

Unser Leiterehepaar, welches seit 19 Jahren die Geschehnisse unserer Jugendherberge / Backpackers Downtown leitet, ist zum Leiterehepaar eines Zweitbetriebes berufen worden.

Aus diesem Grund suchen wir per 1. Juni 2005 oder nach Vereinbarung ihren Nachfolger.

Betriebs-Leiterpaar

hauswirtschaftsverantwortlich

Unser Betrieb liegt im Ferienort Arosa im Kanton Graubünden. Die Jugi versteht sich als Ort der Erholung und Begegnung für Familien, Jugendliche, Einzelreisende und Kursbesucher. Der Betrieb wird nach klar strukturierten Richtlinien und Grundsätzen geführt. Die Einarbeitung und Fortführung der Betreuung ist gewährleistet.

Was erwartet Sie:

- Unser Betrieb ist ein Zweisaisonbetrieb. Er besteht aus 130 Betten, einem Speisesaal mit 160 Sitzplätzen sowie TV-Raum/Spielraum
- Der Verkauf wird zentral geführt über eine Verkaufszentrale
- Eine 4-Zimmer-Wohnung im Annex
- Entlohnung sowie Beteiligung der Verantwortung entsprechend

Was erwarten wir von Ihnen:

- Wir suchen ein aufgestelltes Paar mit Sinn und Geist für junge Gäste
- Eine gewisse Erfahrung in der Gastronomie ist sicher von Vorteil
- Grundkenntnisse im Kochen
- Grundkenntnisse in Englisch
- Ihr Einsatzwille ist wirklich gefordert

Fühlen Sie sich von der Position angesprochen und haben Sie die entsprechenden Voraussetzungen, dann erwarten wir gerne Ihre kompletten und aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen mit Zielsetzungen, Handschriftprobe und Foto. Diskretion ist selbstverständlich.

Anschrift:

Persönlich
Andy Abplanalp
Hubelstrasse
Vermerk «Jugendherberge»
7050 Arosa

165399

Adecco HOTEL & EVENT



Personalberater/in

Adecco expandiert!

Wir konnten einen Mitarbeiter erfolgreich befördern und suchen deshalb Unterstützung für unsere Filiale. Wenn Sie eine Hotelfachschule in der Schweiz absolviert haben, Verkaufsfair besitzen und erste Erfahrungen im Personalwesen sammeln wollen, dann ist dies Ihr Einstieg. Wir suchen einen Berater – oder eine Beraterin – im Alter von 26 bis 32 Jahre, der mit der Region Zürich vertraut ist. Stellen Sie Ihre kommunikativen Fähigkeiten und Ihr Verhandlungsgeschick unter Beweis und rufen Sie mich an.

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

Chef de partie

Gourmetsküche

Für ein durch Charme geprägtes Relais & Châteaux-Hotel im Fürstentum Liechtenstein suchen wir auf Anfang März oder nach Vereinbarung einen Küchenkünstler. Idealerweise bringen Sie bereits einige Jahre Berufserfahrung in der Spitzengastronomie mit, sind bereit täglich Höchstleistungen zu erbringen und suchen eine längerfristige Anstellung. Ich freue mich auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen.

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

Commis de cuisine w/m

Chefs de partie w/m

Servicefachangestellte w/m

Wir suchen für Gastronomiebetriebe am Vierwaldstättersee und in der Stadt Luzern motivierte, einsatzbereite und flexible Fachkräfte für die kommende Sommersaison, aber auch für längerfristige Stellen. Auch für Sie ist bestimmt das Richtige dabei. Rufen Sie mich an, oder senden Sie mir Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen. Ich freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme.

Rosmarie Scherrer 041 419 77 66
Weinmarkt 15 | 6004 Luzern | luzern.hotelevent@adecco.ch

F&B-Assistent/in

Für ein traditionsreiches Fünf-Sterne-Haus in der Region Zürich suchen wir einen erfahrenen F&B-Manager. Sind Sie zwischen 28 und 35 Jahre jung, haben Sie die Hotelfachschule abgeschlossen und Erfahrungen in der Luxus-Hotellerie gesammelt? Sie sind ein Organisationstalent, bringen Sie hohe Sozialkompetenz sowie gute Kommunikationsfähigkeiten mit? Wenn Sie Ihre Mitarbeitenden zudem durch Ihre Freude am Beruf und Kompetenz motivieren können, dann freue ich mich auf Ihre Bewerbung.

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

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

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

www.adecco.ch

Making people
successful in a changing world

Traumjob nicht dabei?

Wir haben immer tolle Stellenangebote für

Küchenchefs | Chefs de partie | Sous chefs
Betriebsassistenten | Chefs de service

Wir finden für jeden die richtige Stelle – kostenlos und unverbindlich.
Kontaktieren Sie die Filiale in Ihrer Nähe.
Oder besuchen Sie unsere Homepage: www.adecco.ch

TOURING Frühlings-Chance!

CFI HOTEL & RESTAURANTS

Wir suchen: • Servicefachangestellte (w)
• Servicefachkräfte/leiterin (w)
• Receptionistin 50 bis 100%

Sind Sie motiviert, dann senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen oder stellen Sie sich persönlich bei uns vor.



HOTEL-RESTAURANT TOURING

Furkastrasse 16 • 3904 Naters • Telefon 027 922 99 99 • www.cfi-hotel.ch

Hotel NATIONAL Davos

Für unser schönes Erstklasshotel mit Stil und Charme suchen wir ab ca. 1. Juni oder 1. Juli 2005 in Jahresstelle eine junge, initiative und sprachgewandte

Hotelsekreterin/ Personalassistentin

mit Erfahrung im Hotelfach

Aufgabenbereich:

Sämtliche Sekretariatsarbeiten, Führung der Personaladministration. Mithilfe bei Aktionen, Werbung und vieles mehr.

Sind Sie kontaktfreudig und auch sonst ein fröhlicher Mensch? Liegt Ihnen das Wohl der Gäste und der Mitarbeiter am Herzen? Gerne zeigen wir Ihnen Ihren schönen Arbeitsbereich.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Foto, Lebenslauf und Zeugniskopien.

Albert Bachmann, Direktion
HOTEL NATIONAL, 7270 DAVOS-PLATZ
Telefon 081 413 60 46



BADEHOTEL BRISTOL
LEUKERBAD

Das Badehotel Bristol wurde im Jahr 2001 komplett renoviert und bietet folgende Infrastruktur: 85 Zimmer, Restaurant, Bar mit Piano-Lifemusik, privater Thermalbadepark mit 1 Hallenbad und 2 Aussenbädern, Biosauna, Fitnessraum, Therapieabteilung, Schönheitszentrum.

Das Besondere am Badehotel Bristol ist die persönliche und freundliche Betreuung unserer Gäste durch alle Mitarbeiter – die herzliche Atmosphäre.

Wir suchen eine

Empfangssekretärin/Rezeptionistin (m/w)

- mit ausreichend Berufserfahrung an der Rezeption
- mit abgeschlossener Berufslehre als Hotelfachassistentin/Rezeptionistin
- mit Fidiolenkenntnissen
- mit Sprachkenntnissen: Deutsch und Französisch oder Italienisch

An unserer Rezeption müssen Sie flexibel und belastbar sein, da Sie alle üblichen Rezeptionsarbeiten sowie Reservierungen, Korrespondenz und die Koordination der Therapie- und Kosmetikplanung übernehmen. Zudem erwarten unsere Gäste eine persönliche, freundliche und kompetente Betreuung. Wir bieten Ihnen ein interessantes Umfeld in einem jungen, motivierten Team. Gerne erzählen wir Ihnen bei Interesse mehr über uns.

Bitte kontaktieren Sie uns nur, wenn oben genannte Kriterien auf Sie zutreffen. In diesem Fall freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Lichtbild.

Hotel Bristol, Rathausstr. 51, CH – 3954 Leukerbad
www.bristolleukerbad.ch
Tel: 027 472 75 00 Fax: 027 472 75 52 bristolleuk@bluewin.ch



ALPINE CLASSICS
PRIVATE HOTELS



Herzlich willkommen im Engadin!

Für unser gepflegtes, persönlich geführtes Relais & Châteaux HOTEL WALTHER mit behaglich-komfortablen Zimmern, einer gehobenen Gastronomie und der Wellness-Badlandschaft «AQUA VIVA» suchen wir ab kommender Sommersaison folgende motivierte Mitarbeiter:

CHEF DE RÉCEPTION (m/w)

(in Jahresstelle)

EMPFANGSMITARBEITER (m/w)

Für beide Positionen setzen wir eine fundierte Ausbildung, Berufserfahrung mit guten Sprachkenntnissen in D, F, E (Italienisch von Vorteil), eine herzliche Ausstrahlung und Belastbarkeit voraus.

Interessiert an einem Arbeitsplatz unter der Engadiner Sonne? Wir freuen uns über Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto!

Hotels Walther & Steinbock

Anne-Rose Walther • 7504 Pontresina
Tel: 081 839 36 36 • Fax: 081 839 36 37
www.hotelwalther.ch
www.steinbock-pontresina.ch

PARK HOTEL WALDHAUS flims

«BE DELIGHTED» – unsere Gäste
entzücken heisst unsere Mission!

Eine extravagante Wohlfühlwelt

Unser 5-Stern-Hotelresort ist noch schöner geworden und nun hat uns der GaultMillau auch noch zum «Hotel des Jahres 2005» gekürt: 2500 m² SPA & Wellness im neuen «delight» – spa & beauty, kulinarische Wonnen in sechs Restaurants.

Für die kommende Sommersaison, mit Eintritt Mitte Mai 2005, suchen wir:

Ristorante Pomodoro – Pizza e Pasta:
Capo Cuoco - Chef de partie

Ristorante La Cena (15 GaultMillau-Punkte):
Commis de cuisine
Chef de rang

Panorama-Restaurants und Bankettwesen:
Chef de rang
mit Fachausweis sowie Erfahrung in der 4-5*-Hotellerie

Réceptionist/in
mit guten Sprachkenntnissen D/E/F
sowie Erfahrung in der 4-5*-Hotellerie

Entzückt – erleuchtet?

Adriano Frigo, Human Resources Manager,
freut sich auf Ihre einleuchtenden Argumente.

GaultMillau
HOTEL DES JAHRES 2005

FLIMS
LAAX
FALERA
DIE ALPENARENA

Park Hotel Waldhaus CH-7018 Flims Waldhaus Tel. 081 928 48 48
a.frigo@parkhotel-waldhaus.ch www.parkhotel-waldhaus.ch



Brasserie LIPP, l'esprit très français

Für die Service-Leitung dieses Gourmetlokals mit ausgesuchten französischen Spezialitäten, suchen wir per Mitte April oder nach Vereinbarung eine/n

Chef de Service

Dank Ihrer langjährigen Erfahrung in einer solchen oder ähnlichen Position und Ihrer Sprachgewandtheit (D/F) verkaufen Sie leidenschaftlich und sind gäste- und frontorientiert.

Offenheit, Freundlichkeit und Leistungsbereitschaft sind für Sie selbstverständlich. Sie wissen Ihre Mitarbeiter richtig einzusetzen und arbeiten gerne mit einem aufgestellten Team zusammen.

Wir bieten Ihnen einen attraktiven Arbeitsplatz mit viel Abwechslung, Herausforderung und Verantwortung.

Rufen Sie uns unter Tel. 043 888 66 66 an und verlangen Frau Michelle Eschle oder Herrn Thierry Ricklin bzw. schicken Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an:

Candrian Catering AG, Restauration in der Sternwarte
Uraniastrasse 9, 8001 Zürich
www.brasserie-lipp.ch

Wir suchen auf den 1. Mai 2005 einen
innovativen und kreativen

Küchenchef/in

Sie arbeiten gerne mit frischen, saisonalen Produkten. Kalkulation und betriebswirtschaftliches Denken und Handeln ist für Sie kein Fremdwort. Sie sind flexibel, ehrgeizig und behalten einen kühlen Kopf bei hohem Geschäftsaufkommen, dann sind Sie die Person, die wir suchen!

Wir bieten Ihnen:
Jahresstelle in 2-Saison-Betrieb, zeitgemässe Entlohnung und einen attraktiven Arbeitsplatz. Sie geniessen eine grosse Selbstständigkeit und sind verantwortlich für sämtliche Tätigkeiten im Küchenbereich.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann senden Sie uns einfach Ihre komplette Bewerbung.

Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.
Restaurant St. Cassian
Frau R. Meyer
7083 Lantsch/Lenz, Tel. 081 384 14 57

AG

ACTIVE GASTRO ENG

Sous-chef (w/m)

Wir suchen die rechte Hand des Küchenchefs. Sie führen Ihr Team souverän durch die Arbeit und verlieren im hektischen Alltag nie die Übersicht. Es erwartet Sie ein traditionelles Haus in der Stadt Zürich mit Speiserestaurant und Bankettmöglichkeiten bis zu 200 Personen.

Jungkoch / Chef de partie (w/m)

Für einen geschmackvollen Betrieb an bezaubernder Lage in Zürich suchen wir junge Berufsleute mit abgeschlossener Kochlehre. Als Chef de partie bringen Sie 2-3 Jahre Erfahrung in der Gourmet-Küche mit.

Weitere interessante Stellen finden Sie unter www.activegastro.ch

Senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen inklusive Foto zu, oder rufen Sie uns an. **Herr Roland Eng oder Frau Fabienne Galuba freuen sich auf Ihre Kontaktaufnahme.**

ACTIVE GASTRO ENG GMBH, Postfach, 8048 Zürich
E-Mail: r.eng@activegastro.ch / 01-432 73 73

165474

Hotel ★★★ NATIONAL Davos

Für unser schönes Erstklasshotel mit Stil und Charme suchen wir für die kommende Sommersaison 2005 mit anschliessendem Winter ab 1. Juni 2005 oder nach Übereinkunft nach folgende freundliche und erfahrene Mitarbeiter:

Réceptions-Praktikantin

(mit Hotelerfahrung)

Demi-Chef Entremetier

Nachtportier

HOFA-Lehrling Beginn Sommer 2005

Wir heissen Sie in unserem schönen Erstklasshotel heute schon herzlich willkommen.

Nun liegt es an Ihnen – wir erwarten Ihren Lebenslauf mit Foto und Zeugniskopien.

Familie R. & A. Bachmann
HOTEL NATIONAL, 7270 DAVOS-PLATZ
Telefon 081 413 60 46, Fax 081 413 16 50
www.national-davos.ch

165409

New Challenge

Hotel + Gastro-Personalvermittlung

Bankett- und KongresskoordinatorIn

Auf den Sommer wird bei meinem Kunden im Grossraum Zürich eine interessante Sales- und Koordinationsaufgabe frei. Gewünscht wird ein Hotelfachschulabschluss sowie Erfahrung im Service- und Administrationsbereich in Verbindung mit Grossanlässen.

Service-Leiter-Assistenz

Möchten Sie Ihre Berufserfahrung und Ihr Flair als GastgeberIn in ein junges, dynamisches Konzept am Zürichsee einbringen? Sie unterstützen das Restaurant/Bar/Lounge-Team in allen anfallenden Aufgaben.

Chef de Service/Betriebsassistent

Möchten Sie Ihre Kenntnisse in einem vielseitigen Gasthof in der Agglomeration Zürich einsetzen? Gewünscht wird ein Hotelfachschulabschluss, Erfahrungen als Chef de Service sowie erste Erfahrungen in der Administration. Eintritt auf Sommer 2005.

Bereit zu neuen Taten! Dann freue ich mich auf Ihren Anruf oder Ihre schriftliche Bewerbung.

165504

New Challenge

Gabriela Weber Tel. 01/201 24 66
Seestrasse 160 Fax 01/202 58 68
8002 Zürich www.newchallenge.ch



Arbeitsplätze mit Aussicht!
Persönliche und fachliche Entwicklung!

Möchten Sie zum Wohl unserer Gäste beitragen?

Réceptionistin Servicemitarbeiter/innen Jungkoch

Wenn Sie Menschen mögen und Ihre Gaben in einem lebhaften, christlichen Betrieb einsetzen möchten erhalten Sie weitere Informationen von Thomas Bettler.

Wir freuen uns auf Sie!
Tel. 033 847 13 41, 3706 Leissigen am Thunersee

149514

Eine neue Herausforderung...
Unser persönlich geführtes 4 Sterne Ferienhotel liegt auf einer autofreien Sonnenterrasse gegenüber Eiger Mönch und Jungfrau. Als Geschwister sind wir ein Dream Team und führen das Hotel mit viel Herzblut. Wegen baldigem Mutterglück suchen wir als Ergänzung im Führungsteam eine/n

Betriebsassistentent/in

Zu Ihren Hauptaufgaben gehören:
Im Food & Beverage Bereich der Getränke Einkauf, Angebotsplanung, Organisation von Banketten und Anlässe, Vertretung des Chef de Service. Im Backoffice Bereich unterstützen Sie die Betriebsleitung bei administrativen Arbeiten des Mitarbeiterbüros und des Rechnungswesens. Sie übernehmen nach Einarbeitung die Vertretung der Betriebsleitung. Der Kontakt zu unseren Gästen ist Ihnen dabei wichtig und hilft Ihnen Prioritäten zu setzen.

Sie wollen Ihre Kenntnisse und Erfahrungen ausbauen und weiterkommen. Sie sind loyal, flexibel, interessiert und kreativ, verfügen über Führungserfahrung und suchen Verantwortung in einem motivierten Team. Eintritt Mai/Juni 2005.
Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto

165484

Sandra und Adrian Stähli, Hotel Eiger, 3825 Mürren
www.hoteleiger.com / sandra@hoteleiger.com
Tel 033 856 54 54 Fax 033 856 54 56



HOTEL eiger MÜRREN

Wir sind ein alteingesessenes Weinhandelshaus mit einem gepflegten, internationalen Weinsortiment. Zur Betreuung unserer anspruchsvollen Gastronomie-Kundschaft in der Zentralschweiz suchen wir eine dynamische und initiative

Verkaufspersönlichkeit

(Verkäufer/In im Aussendienst)

Sie haben Freude am Wein, sind kontaktfreudig, selbständig und zwischen 30 – 40 Jahre alt.

Sind Sie interessiert - dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto. Für Fragen wenden Sie sich bitte an Thomas Fischer.



GEBR. FISCHER ZUM WEINHOF AG
BAHNHOFPLATZ 7 | CH-6210 SURSEE
TEL. 041 925 11 85 | FAX 041 925 11 88
tf@fischer-weine.ch | www.fischer-weine.ch

165422

Viele Hotels tun fast alles für ihre Gäste. Wir auch für unsere Mitarbeiter!

Die meisten Karrieren beginnen mit einem Anruf!

RAMADA-TREFF
Hotel Regina
Herr Martin Brühlmann
Dorfstrasse 7
CH-3715 Adelboden
Telefon +41 (0)33 673 83 83
Telefax +41 (0)33 673 83 80
Internet www.ramada-treff.ch

RAMADA führt in der Schweiz an den Standorten Adelboden, Basel, Biel, Engelberg, Gené und Locarno 8 Business- und Ferienhotels im gehobenen 3- und 4-Sterne-Bereich mit total rund 1'600 Betten. Als Partnerhotelgruppe der Candant Corporation – der weltweit führenden Hotelkette im Franchise-System – steht RAMADA für hohe Qualitäts- und Servicestandards.

Zur Komplettierung unseres Teams in Adelboden suchen wir ab Anfang April oder nach Vereinbarung:

Chef de Réception (m/w)

Sie sind zwischen 25 und 35 Jahre jung, verfügen über eine abgeschlossene Ausbildung in diesem Beruf sowie über sehr gute D und E Kenntnisse in Wort und Schrift (F von Vorteil). Grundkenntnisse in Buchhaltung und haben bereits Erfahrung in einer vergleichbaren Position. Check-in/out und Reservationsüberblick mit Fidelio sind Ihnen bestens vertraut. Sie arbeiten exakt und sind kontaktfreudig, zuverlässig und gepflegt, ein Organisationstalent, belastbar und bleiben auch in hektischen Zeiten gelassen und freundlich. Es unterstützt Sie ein Team von 2-3 MitarbeiterInnen, denen Sie ein Vorbild sind.

Réceptionsmitarbeiter/in

Sie verfügen über eine abgeschlossene Ausbildung in diesem Beruf, sehr gute Kenntnisse in D und E in Wort und Schrift (F von Vorteil), sind zwischen 20 und 25 Jahre jung und haben eine gepflegte Erscheinung. Zudem haben Sie Kenntnisse von Fidelio und arbeiten exakt, sind belastbar und bleiben auch in hektischen Zeiten ruhig und freundlich.

Herr Martin Brühlmann freut sich auf Ihre schriftliche Bewerbung.

● IHRE SCHRIFTLICHE BEWERBUNG RICHTEN SIE BITTE DIREKT AN
HERRN MARTIN BRÜHLMANN. ER FREUT SICH AUF SIE.

RAMADA-TREFF

Krimi Hotel PARK HOTEL DU SAUVAGE

Für unser erlebnisreiches Seminar- und Ferienhotel (75 Zimmer) mit diversen Sälen im Jugendstil und dem Bistro Restaurant Kristall suchen wir ab Frühling 2005 qualifizierte und gewiefte Persönlichkeiten.

Réceptionist (m/w)

Réceptionspraktikant (m/w)

ab März / April, Sprachen D/E, Fidelio Kenntnisse

Chef de partie

Commis de cuisine

ab April / Mai Jahres- oder Saisonstelle

Servicefachmitarbeiter (m/w)

Servicepraktikant (m/w)

ab Mai / Juni Jahres- oder Saisonstelle

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

Parkhotel du Sauvage

CH 3860 Meiringen, Stefan Röösli, Dir.

165488

Tel. +41 33 971 41 41 Fax +41 33 971 43 00
personal@sauvage.ch www.sauvage.ch



Für unser spezielles, modernes ****-Hotel (und Restaurant) mit höchstem Komfort mitten im wunderschönen Sils-Maria/Engadin bei St. Moritz suchen wir zur Ergänzung unseres jungen, dynamischen Teams auf die kommende Sommersaison (Anfang Juni bis Ende Oktober) und Wintersaison (von Mitte Dezember bis Mitte April) motivierte Mitarbeiter

SOUS-CHEF

Sie sind begeisterungsfähig, belastbar, qualitätsbewusst mit fundierten Kenntnissen, arbeiten gerne mit einem kleinen Team und wollen Ihre gehobenen gastronomischen Ziele verwirklichen.

CHEF DE PARTIE

Sie sind kreativ, arbeiten gerne selbstständig und sind bereit Verantwortung zu übernehmen. Sie haben Freude an einer marktorientierten Frischproduktküche.

RÉCEPTIONISTIN

Sie haben Berufserfahrung und Freude am Kontakt mit Menschen. Kompetent kümmern Sie sich um das Wohl unserer Gäste von der Anreise bis zur Abreise. Sie setzen gerne Ihre guten Fremdsprachen- und PC-Kenntnisse ein.

165495

Hotel Post****
Fam. Hp. & T. Nett
CH-7514 Sils-Maria
Tel. 081 838 44 44
Fax 081 838 44 00
www.hotelpost.ch
mail@hotelpost.ch

Sils
ENGADIN

ENGADIN

Als branchenführendes Dienstleistungsunternehmen in der Stadt Bern
suchen wir per **sofort oder nach Vereinbarung**
erfahrene, sprachgewandte
DIREKTIONSEKRETÄRIN 80 % (D/F/E)

Unsere Erwartungen:

Sie sollten abwechslungsreiche und spontane Arbeitseinsätze lieben;
selbständig, speditiv und mit Begeisterung arbeiten,
den Chef administrativ unterstützen und Ihre Sprachkenntnisse täglich anwenden.
Tadellose Umgangsformen, Verantwortungsbewusstsein und Diskretion sind eine Selbstverständlichkeit
sowie Freude am Umgang mit moderner EDV.

Wir bieten:

Flexible Arbeitszeit innerhalb jungem, dynamischem Team, vorteilhafter Arbeitsplatz in ruhigem Quartier und im Grünen (7 Bus-Min. vom Hauptbahnhof entfernt).

Fühlen Sie sich für eine neue Herausforderung angesprochen? Bitte senden Sie Ihre detaillierten Bewerbungsunterlagen (mit Foto) an:

Innere Enge AG, Engestrass 54a, 3012 Bern

Frau A. Murgotti

Wir freuen uns auf Sie!



seit 1865
INNERE ENGE
Hotel • Restaurant

165435



Ein kleines aber feines Hotel mit exquisitem Fischspezialitätenrestaurant am schönsten Flecken des Vierwaldstättersees sucht per 1. März 05

Chef de Service m/w (Jahresstelle)

Servicemitarbeiterin m/w (April-Oktober)

Jungkoch m/w (April-Oktober)

Gerne erwarten wir ihre Bewerbung

Seehof Hotel du Lac, Iris und Fritz Wyder-Notter
Gotthardstrasse 4, 6353 Weggis, Telefon 041 390 11 51
info@hotel-du-lac.ch www.hotel-du-lac.ch

165427



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.

Zur Ergänzung unseres Führungsteams suchen wir im Bereich Hauswirtschaft eine motivierte und initiative:

Leiterin Etage

Sie haben Ihre Berufslehre als Hotelfachfrau erfolgreich abgeschlossen oder haben mehrjährige Erfahrung im Bereich Hauswirtschaft, die Sie in einem komplexen Unternehmen mit vielfältigem Angebot einbringen möchten. Sie können vernetzt denken, arbeiten selbstständig und sind bereit, Verantwortung zu übernehmen. Auch administrative Arbeiten bereiten Ihnen keine Mühe.

Wir bieten Ihnen in einem interessanten Umfeld eine abwechslungsreiche und vielseitige Aufgabe sowie ein gutes Arbeitsumfeld und grosszügige Mitarbeitervergünstigungen.

Haben wir Ihr Interesse geweckt, dann senden Sie Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an Frau Beatrice Bucher, Personalabteilung, Telefon +41 41 825 50 20 beatrice.bucher@shp.ch



SWISS HOLIDAY PARK
Immer ein Erlebnis

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

165510



Alterszentrum Hottingen

Freiestrasse 71, 8032 Zürich
Telefon: 01 268 77 00
www.alterszentrum-hottingen.ch

In unserem Alterszentrum im Herzen der Stadt Zürich leben 220 betagte Menschen in drei Altersheimen, in Alterswohnungen und auf der Pflegeabteilung.

Die Abteilung Ökonomie sucht per sofort oder nach Vereinbarung eine

Leiterin Speisesaal/Cafeteria 70-80%

Aufgaben:

- Verantwortung für den gepflegten Service im Speisesaal Sunnypark (104 Sitzplätze) und in der Cafeteria (46 Sitzplätze)
- Führung von 6 Mitarbeiterinnen
- Angebotsplanung in der Cafeteria
- Durchführung von Anlässen
- Gestaltung des Blumenschmucks und der Dekoration in einem Teil des Zentrums

Sie verfügen über eine fundierte Ausbildung und Erfahrung im hauswirtschaftlichen Bereich/Hotellerie als auch in der Führung, sind fröhlich und arbeiten gerne interdisziplinär. Der Kontakt zu betagten Menschen bereitet Ihnen Freude. Sie scheuen sich nicht, auch selber Hand anzulegen und bringen Ihre Kreativität gerne ein.

Wir bieten ein selbstständiges Aufgabengebiet in angenehmer Arbeitsatmosphäre und fortschrittliche Sozialleistungen.

Ihre schriftliche Bewerbung nimmt Frau Elisabeth Naef, Leiterin Ökonomie, bis zum 28.2.2005 gerne entgegen.

165424



ARBEITEN AM FUSSE DES WELTBERÜHMTE MATTTERHORNS

Das Hotel National & Spa ist ein renommiertes 4*-Hotel mit 108 Betten, im Zentrum von Zermatt gelegen. Ihnen macht es Spass, in stressigen Zeiten Ihr Lächeln zu behalten, in einem jungen, gut qualifizierten und motivierten Team zu arbeiten.

Sie verfügen über Sprachkenntnisse (D/E/F) und schätzen den Umgang mit Gästen. Sie sind qualifiziert, motiviert und teamfähig. Sie bringen Verantwortungsbewusstsein mit und sind zuverlässig. Dann sind Sie bei uns richtig. Wir bieten Ihnen eine abwechslungsreiche und selbstständige Arbeitsstelle.

Wir suchen zur Ergänzung unseres Teams folgende neuen Mitarbeiter:

Bardame (ab sofort)

D/E/F

Serviceangestellte w/m (nach Vereinbarung)

Réceptionist/in (nach Vereinbarung)

Haben wir Ihr Interesse geweckt?
Dann senden Sie uns Ihre detaillierten Bewerbungsunterlagen mit Foto an folgende Adresse:

HOTEL NATIONAL
Stefan Steinle
Matterstrasse 39
3920 Zermatt
Tel. +41 27 966 99 66
Fax +41 27 967 59 07
E-Mail: national@active.ch

165490

NAVILLE

Avec plus de 190 points de vente en Suisse romande, Naville Détail est le leader dans son domaine d'activités. Dynamisme, Professionnalisme, Esprit d'équipe et Innovation sont l'expression formelle de notre engagement.

CRÉER SON ENTREPRISE AU SEIN D'UN RÉSEAU ? AUJOURD'HUI C'EST POSSIBLE AVEC NAVILLE !

Devenez **Entrepreneur - Agent** de magasin de presse et de produits d'actualité (Canton de Vaud et Fribourg), tout en bénéficiant de la structure et des avantages que Naville vous met à disposition

- Une enseigne réputée
- Un emplacement stratégique
- Une clientèle existante
- Un point de vente « clés en main »
- Un stock de marchandises complet

Vous vous engagez en tant qu'**Agent** à mettre à contribution votre capacité d'entreprendre, vos compétences dans la vente, contact clients, gestion administrative (financière, du personnel et commerciale), animation et encadrement d'équipe. Votre financement de départ se limite à l'apport du capital nécessaire à la création d'une Sarl.

Nous vous proposons notre savoir-faire au travers de conseils professionnels dans le cadre d'une relation de partenariat.

Saisissez votre chance en envoyant sans plus tarder vos données concrètes + CV, sur base desquels nous vous inviterons à une première entrevue.

Naville Détail
Mayra Vez
38, Avenue Vibert - 1227 Carouge
ou envoyer vos documents à : mayra.vez@naville.ch



165434

Gemütliche Gastlichkeit an kalten Wintertagen



PAULANER'S Passugg

Wir suchen per 1. März eine **begeisterte junge Servicefachkraft**

- die stolz auf ihren Beruf ist
- gerne in einem kleinen Team arbeitet
- eine Jahresstelle an einem modernen Arbeitsplatz sucht
- Freude am Umgang mit nationaler und internationaler Kundschaft hat

Fehlen Sie in unserem Paulaner's-Team? Dann senden Sie bitte die Bewerbungsunterlagen an:

Jürg Raschein, SSTH AG
Commercialstrasse 19, 7007 Chur
Für Fragen steht Jürg Raschein unter Tel. 081 255 18 85 gerne zu Ihrer Verfügung.

165479

513-405383



Für unseren Landgasthof Schöneck in Wädenswil suchen wir

Servicefachkraft (w/m)

Sie sind Gastgeber aus Leidenschaft und möchten Ihre Berufsbegeisterung im täglichen Gästekontakt unter Beweis stellen. Selbständiges, flinkes Arbeiten, Herzlichkeit und unsere Gäste mit einem Lächeln zu verwöhnen zeichnen Sie aus? Gute Weinkenntnisse und Verantwortungsbereitschaft werden erwartet.

Ich freue mich Sie kennen zu lernen.

Werner Mettler, Geschäftsführer
Restaurant Vinothek Schöneck
8820 Wädenswil, 044 789 89 60
werner.mettler@remimag.ch



165491

Seeking a

Qualified part-time

TEACHER/LECTURER

with extensive hotel experience.

Must be fluent in English and with best references.

Please contact
Philipp Terry c/o
Benedict International
Baselstrasse 57
6003 Luzern
terry@benedict.ch

165438

DOMINO GASTRO

Ihr Personal-Profi
• Für Stellensuchende kostenlos
• Bei uns sind Sie in guten Händen
• Rufen Sie an - wir haben stets eine Auswahl guter Stellen und Fachleute

Wir suchen dringend!

JungköcheInnen/Chef de Partie/Servicefachangestellte/RéceptionistInnen

Zürich u. Umgebung	043 960 31 51
Basel u. Solothurn	061 261 56 50
Luzern, Zug, SZ, SEE	055 415 52 84
Bern, Ober, Interlaken	043 960 31 51
St. Gallen, Bodensee	043 960 31 55
Zürichsee, Rapperswil	055 415 52 84
Aargau, Baden, Tessin	055 415 52 84
Graubünden, Davos	043 960 31 51
Engadin, St. Moritz	043 960 31 53
Wallis, Zermatt, Genéve	061 261 56 50
Romandie, Lausanne	061 261 56 50

www.dominogastro.ch
personal@dominogastro.ch

DOMINO GASTRO

165434



Arbeiten wo Gäste sich wohl fühlen
Arbeiten damit Gäste sich wohl fühlen
Wir suchen für die Sommersaison ab Mitte April oder nach Vereinbarung

KOCH/SOUS-CHEF/IN (Chefstellvertreter/in)

sprachgewandte und selbstständig arbeitende

SERVICEFACH-ANGESTELLTE(N) (CH, A, D)

für à la carte und Hotelgäste

und

AIDE DU PATRON (CH, A, D)

(Réception und Service)

Wenn Sie sich angesprochen fühlen, dann freuen wir uns über Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto

Hotel Brienz
Fam. Beat Wettach
CH-3855 Brienz
Telefon 033 951 35 51
info@hotel-brienz.ch

165472

Sie haben Talent, wir haben Arbeit.

www.kellyservices.ch

Servicefachkräfte m/w

Für unsere Kunden in der Region Bern, Thun und Burgdorf suchen wir nach qualifiziertem Fachpersonal für diverse Saison- und Feststellen. Sie sind CH/D oder auch österreichischer Staatsangehöriger mit Servicefachabschluss und haben eventuell bereits im gehobenen Service gearbeitet. Bereit für eine neue Herausforderung? Ich freue mich auf Ihre Bewerbung!

Qualifiziertes Küchenpersonal m/w

Für unsere Kunden, Betriebe in Bern, Berner Oberland und in der Region um Burgdorf sind wir auf der Suche nach qualifiziertem Küchenpersonal. Sie haben die Ausbildung als Koch mit Erfolg abgeschlossen und sind idealerweise im Besitz eines Fahrausweises. Dann zögern Sie nicht lange und nehmen Sie mit mir Kontakt auf.

Ihre Kontaktperson: Frau Caroline Stauffer Tel. 031/313 26 26

Kelly Catering, Marktgasse 6/8, 3011 Bern

165507

Talent an der Arbeit

Seit 25 Jahren in der Schweiz

KELLY CATERING



Lust auf einen heissen Sommer in der Fischerbucht am **Brienzersee, Berner Oberland?**
Wir haben folgende sonnige Jobs für junge, aufgestellte Leute:

- Service (deutschsprachig) ab März/April
- Serviceangestellte (w/m)
- SEFA
- Praktikant

• Buffet-Boy/-Girl ab März

Küche (w/m) ab April

- Commis
- Jungkoch

Infos unter Telefon 079 342 13 78 oder im (Fischer)Netz
www.dulac-iseltwald.ch

165369



Chalet Du Lac
Direkt am Brienzersee
ISELTAL
bei Interlaken

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Gesucht per 15. März 2005

Koch/Serviceangestellter(in)

Für die Neueröffnung unseres Restaurants in Finstersee suchen wir einen jungen, kreativen, selbstständigen Koch sowie eine freundliche, motivierte Serviceangestellte.

Sie möchten in einem sehr jungen Team mitarbeiten, Ihre Ideen ins Konzept einfließen lassen und haben die Liebe fürs Detail und der Gastronomie entdeckt.

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbungsunterlagen.

Paul von Holzen, Bleick 6, 6313 Edlibach

165493

GASTHOF SUR ALTEN KANZLEI

Dorfstrasse 13, 8606 Greifensee
Tel. 01 940 58 87 / Fax 01 940 58 04
Hermann und Helene Jochum

Wir sind ein Familienbetrieb mit gutbürgerlicher Küche. Unser Haus besteht aus einem Restaurant mit 50 Sitzplätzen, einem Saal mit 90 Sitzplätzen und einer Terrasse mit 120 Sitzplätzen. Wir verfügen auch über 22 Gästezimmer.

Um für den Sommer optimal gerüstet zu sein, suchen wir noch folgende Mitarbeiter:

Servicefachmitarbeiter/In Koch/Köchin Hausangestellte

Wir bieten gute Entlohnung und geregelte Arbeitszeiten. Zimmer im Hause möglich.

Wenn Sie u. a. Freude am Beruf und Teamfähigkeit besitzen, dann senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an H. und H. Jochum.

165511



Stellenangebote

SwissDeluxeHotels.com
Committed to quality and individuality

Marché de l'emploi

MONT CERVIN PALACE ZERMATT

★ ★ ★ ★ ★

Im Jahr 2005 feiern die SEILER HOTELS ZERMATT ihr 150-jähriges Jubiläum. Ein seltenes Ereignis, welches wir im Verlaufe dieses Jahres mit diversen Anlässen gebührend feiern werden.

Für die kommende Sommersaison, mit der Möglichkeit der Verlängerung auf die Wintersaison 2005/06, suchen wir folgende qualifizierte Mitarbeiter:

Réceptionist/in und Reservierungssekretär/in
(mit Erfahrung und sehr guten D/F/E-Kenntnissen)

Praktikantin Housekeeping

Chef de partie
Commis de cuisine

Chef de rang
Commis de rang

Restaurationskellner für das
à-la-carte-Restaurant
Grill Le Cervin
(mit Berufserfahrung und guten D/F/E-Kenntnissen)

Wir freuen uns darauf, Ihre
Bewerbung prüfen zu dürfen.

Seiler Hotels Zermatt AG
HOTEL MONT CERVIN PALACE
Frap Jeannette Allet
3920 Zermatt

Tel. 027 966 87 54, Fax 027 966 87 57
E-Mail: personalburo@seiler-zermatt.ch
www.seilerhotels.ch/de/montcervin



165517



MONT CERVIN PALACE ZERMATT

★ ★ ★ ★ ★

Mitglied der «Leading Hotels of the World» und der Swiss Deluxe Hotels, im weltbekannten Zermatt gelegen, sucht ab Frühling 2005 oder nach Vereinbarung in Jahresstelle einen:

Vizedirektor

mit folgenden Voraussetzungen:

- Idealter zwischen 28 und 35 Jahren
- Abschluss einer Hotelfachschule
- Ausbildung und Erfahrung in internationalen 5*-Häusern, mit Schwerpunkt F&B-Bereich
- Deutsch, Englisch und Französisch mündlich wie schriftlich fliessend, weitere Sprachkenntnisse von Vorteil
- Organisationstalent und gute Administrationskenntnisse
- Erfahrung in Führung und Motivation der Mitarbeiter
- Frontorientiert, qualitätsbewusst und kontaktfreudig

Aufgaben:

- verantwortlich für den F&B-, Konferenz- und Incentivebereich
- Stellvertretung Direktion
- Gästebetreuung
- Betreuung der technischen Kommunikationsmittel

Wir bieten:

- langfristiges Engagement
- interessante, abwechslungsreiche Position in einem lebhaften Hotelbetrieb mit internationaler, grosser Stammkundschaft
- zeitgemässe Arbeitsbedingungen und Entlohnung

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie bitte Ihre vollständigen Unterlagen mit Foto an:

Seiler Hotel Mont Cervin Palace *****
Wolfgang Pinkwart, Direktor
3920 Zermatt
Tel.: 027 966 88 88
Fax : 027 966 88 99



165265



Nr. 1 | WIRD MAN NICHT ZUFÄLLIG



DAS BESTE FERIENHOTEL DER SCHWEIZ 2002/03/04 & 2005

(Bewertung des Wirtschafts-Magazin BILANZ)

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

Ab März oder nach Vereinbarung suchen wir zur Unterstützung des Küchenteams unseres RESTAURANT EDEN ROC (14 Punkte Gault Millau) folgende Mitarbeiter:

CHEF PATISSIER DEMI-CHEF PATISSIER

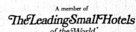
Sie sind bereit eine neue, interessante Herausforderung anzunehmen und bringen bereits Erfahrung aus der gehobenen Hotelgastronomie mit.

Gespannt sehen wir Ihren vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Zeugnissen und Foto entgegen.



Claudia Bischofberger - Leiterin Human Resources
Via Albarello 16, CH - 6612 Ascona
Tel. +41 (0)91 785 7171 Fax +41 (0)91 785 71 43
www.edenroc.ch team@edenroc.ch

165501



GANZJÄHRIG | GEÖFFNET



EXPRESS-Stellenvermittlung

Für ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen aus Hotellerie und Gastgewerbe

Service de placement express

Pour employeurs et employé/e/s de l'hôtellerie et de la restauration

031 370 42 79

08.00 bis 12.00 Uhr und 13.30 bis 17.00 Uhr

Fax 031 370 43 34

Eine Dienstleistung von

hoteljob

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
9728	Sous-chef/Entremetier	51	DE	B	sofort	D/E/F	Deutsch-CH
9729	Koch/Alleinkoch	45	CH		sofort	TC, temporär 6 Wochen	
9732	Alleinkoch/Güfner	38	CH		März	D/E/F	LU/ZG
9734	Küchef/Sous-chef	30	CH		n. Ver.	D/E	BE-Oberl.
9735	Alleinkoch/Küchef	51	CH		März	D/F	
9736	Koch	49	CH		sofort	D/F	AG/Tagesbetrieb
9737	Sous-chef/Alleinkoch	28	CH		April	D/F	SO/BL/BS/BE/AG
9738	Küchenchef	35	CH		sofort	D/F	Zürich/Tagesbetrieb
9742	Chef de partie	31	DE	B	sofort	D/E	Deutsch-CH
9743	Küchenchef/Sous-chef	34	DE	C	Mai	D/E/I	Inner-CH
9745	Küchenchef	50	CH		April	D/E/F/I	Klein-/Mittelbetrieb
9746	Koch-Stagiaire	23	HU	L-22	n. Ver.	D/E	ZH
9754	Koch/Alleinkoch	54	CH		n. Ver.	D/F	Deutsch-CH
9755	Koch/Sous-chef	46	DE	L-EG	April	D	Deutsch-CH
9758	Hilfskoch/w	28	CH		sofort	D	AG/ZH
9759	Chef de partie	26	CH		Mai	D/E	VS (Oberwallis), nur 4 Mte.
9760	Sous-chef/Alleinkoch	60	NL	C	sofort	D/E	Restaurant, ZH/Zentral-CH
9761	Hilfskoch/Pâtissier	40	DE	L-EG	März	D/E/F	BE/ZH/AG/Ost-CH
9764	Sous-chef	32	CH		n. Ver.	D/E	ZH
9768	Küchenchef	43	FR	L-EG	n. Ver.	E/F	GE
9770	Chef de partie/Sous-chef	21	CH		sofort	D/E	ZH/LU/BE
9772	Commis de cuisine/w	22	DE	B	April	D/E	TI
9776	Küchenchef/Koch	43	DE	C	sofort	D/E	Ost-CH

1	2	3	4	5	6	7	8
9717	Kellner/Barman	39	CH		April	D/E/I	ZH
9720	Chef de bar/w	29	DE	L-EG	Mai	D/E/F	
9721	Kellner	33	SK	B	April	D	
9722	Pâtissière	49	CH		sofort	D/E	ZH/AG/SG
9723	Sommelier	38	CH		n. Ver.	D/F/I	
9725	Service/Hofa	26	CH		Mai	D	
9726	Kellner	31	MA	B	sofort	D/F	Thunersee/Bern
9727	Restaurantleiterin	30	CH		März	D/E/F	BE+Umgeb./FR/Biel
9730	Bardame	30	DE	B	sofort	D/E	Luern, 4-5*-Hotel
9731	Barman	25	CH		März	D/E/F	VS/GR/BE-Oberl.
9739	Service/w	38	DK	C	April	D/E	SG/ZH/Rest./50%
9741	Sefa	26	DE	L-EG	März	D/E	Thun/Bern/Luern
9744	Bardame/Réception	32	LI	L-EG	sofort	D/E/I	SG/Chur
9751	Sefa	50	CH		sofort	D	TG/SG
9757	Chef de rang/Barman	35	PT	B-EG	sofort	D/E/F/I	VS/VD
9765	Buffetdame	58	CH		sofort	E/F	
9766	Service/Pontier	45	PT	L-EG	April	D/E/F/I	Ost-CH/VS
9767	Chef de service/Betriebsass./w	38	DE	C	n. Ver.	D/E/I	TI
9771	Barman/Kellner	53	CH		sofort	D/E/F	Deutsch-CH

Administration/administration

1	2	3	4	5	6	7	8
9718	Réceptionspraktikant	24	BR	B	sofort	D/E/F	BS/AG/ZH/BE/SO
9719	Gerantin	60	CH		n. Ver.	D/E/F/I	TI/Hotel Garni
9733	1. Réceptionist	28	CH		n. Ver.	D/E/F	ZH-See/3-4*Seminarhotel
9747	Réceptionist/Night Auditor	30	CH		März	D/E/F	TI/BS
9749	Betriebsleiter/-ass.	38	CH		n. Ver.	D/E/F	BE
9750	Réceptionspraktikantin	31	CH		n. Ver.	D/E/F/I	ZH/LU/ZG/AG
9753	Event-Koordinatorin	28	CH		n. Ver.	D/E/F	

1	2	3	4	5	6	7	8
9769	Geschäftsführer/-ass.	36	CH		sofort	D/E/F/I	ZH/Tagesbetrieb
9773	Güfner/Betrassistent	40	CH		sofort	D/E/F	Thun-Bern
9774	Direktor	39	FR	B-EG	sofort	E/F	West-CH

Hauswirtschaft/ménage

1	2	3	4	5	6	7	8
9724	Zimmerfrau	29	KE	B	sofort	D/E	Zürich/ZH-Oberl.
9740	Zimmerfrau	43	AL	B	sofort	D	ZG/LU/NW/OW
9748	Hofa	21	CH		April	D	ZH+Umgeb.
9752	2. Gouvernante	21	CH		sofort	D/E/F	BE/Luern/West-CH
9756	Zimmerfrau	36	GH	B	sofort	D/E	Zürich
9762	Wellnessleiterin	55	CH		n. Ver.	D/E/F/I	LU
9775	Portier/Chasseur	38	BR	B	sofort	D/E/I	Zürich+Umgeb.

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)

SUCHEN SIE EINE STELLE?

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

CHERCHEZ-VOUS UN EMPLOI?

Si vous êtes qualifié/e dans l'hôtellerie ou la restauration, remplissez le talon ci-dessous et vos données paraîtront gratuitement pendant 2 semaines sous cette rubrique dans l'hotel + tourismus revue.

Bewerbungstalon / Talon de demande d'emploi

(Bitte gut leserlich ausfüllen / Prière de remplir en capitales)

Gewünschte Stelle / Emploi souhaité:	Eintrittsdatum / Date d'entrée:
Arbeitsbewilligung / Permis de travail:	Jahresstelle / Place à l'année ☐ Saisonstelle / saison ☐
Art des Betriebes / Type d'établissement:	Bevorzugte Region / Région souhaitée:
Name / Nom:	Vorname / Prénom:
Strasse / Rue:	PLZ/Ort: / NPA/Lieu:
Geburtsdatum / Date de naissance:	Nationalität / Nationalité:
Telefon privat / No de téléphone privé:	Telefon Geschäft / No de téléphone professionnel:
Bemerkungen / Remarques:	
Sprachkenntnisse / Connaissances linguistiques:	
Deutsch / Allemand:	Französisch / Français:
Italienisch / Italien:	Englisch / Anglais:
(1 = Muttersprache / Langue maternelle, 2 = gut / bonnes, 3 = mittel / moyennes, 4 = wenig / faibles)	
Meine letzten drei Arbeitsstellen waren / Mes trois derniers emplois:	Funktion / Fonction:
Betrieb / Etablissement:	Ort / Lieu:
Dauer (von/bis) / Durée(de/à):	
1.	
2.	
3.	

Hiermit bestätige ich, dass die obgenannten Angaben der Wahrheit entsprechen. / Le soussigné/la soussignée certifie l'authenticité de ces informations.

Datum / Date:

Unterschrift / Signature:

Ich bin mit der Bekanntgabe der Daten (Name, Adresse, Telefon etc.) einverstanden: ☐ Ja – ☐ Nein / J'accepte la publication de mes coordonnées (nom, adresse, téléphone, etc.): ☐ Oui – ☐ Non
 Wenn nein, können wir den ausgefüllten Talon nicht in der Zeitung publizieren. / En cas de réponse négative de votre part, nous ne pourrions pas publier le talon dans le journal.

Bitte mailen oder schicken Sie uns den vollständig ausgefüllten Bewerbungstalon an folgende Adresse: / Veuillez nous retourner le talon de demande dûment rempli à l'adresse suivante:
hoteljob.be@hotelleriesuisse.ch / Schweizer Hoteller-Verein, Express-Vermittlung, Monbijoustrasse 130, Postfach, CH-3001 Bern



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, 2 Terrassen und 3 Bankettsäle.

Zur Ergänzung unseres Mitarbeiterteams suchen wir noch

SAUCIER – SOUS-CHEF CHEF DE PARTIE

Melden Sie sich bitte bei uns mit Ihren vollständigen Bewerbungsunterlagen oder rufen Sie uns an, damit wir Ihnen über das Hotel, unser Team und Ihre zukünftige Aufgabe Informationen geben können. Wir freuen uns auf den ersten Kontakt.

Urs und Ruth Ming-Odermatt
HOTEL WYSSSES RÖSSL
am Hauptplatz
6430 Schwyz

Tel. 041 811 1922
E-Mail info@roessli-schwyz.ch
Homepage www.roessli-schwyz.ch

165502



Park-Hotel Inseli

Für unseren Hotel- und Restaurantsbetrieb direkt am Bodensee mit Rôtisserie, Panoramarestaurant und im Sommer grosser Seeterrasse

suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung in Jahresstelle

einen Sous-chef (m/w)

Sie sind fachlich qualifiziert, motiviert, belastbar und verantwortungsbewusst. Sie kochen auf dem Entremetier-beziehungsweise auf dem Saucierposten und können den Küchenchef bei dessen Abwesenheit kompetent vertreten.

Interessiert? Ich freue mich auf Ihren Anruf oder Ihre schriftliche Bewerbung.

Heinz Rub, Küchenchef

Parkhotel Inseli
8590 Romanshorn

Telefon 071 466 88 88
E-Mail: info@inseli.ch
www.inseli.ch

165433



CH-7310 Bad Ragaz · Telefon 081 302 23 55 · Telefax 081 302 62 26
www.hotelschlossragaz.ch · E-mail: info@hotelschlossragaz.ch

Das Hotel Schloss Ragaz ist ein 3-Sterne-Haus, Mitglied der Relais du Silence Hotelgruppe, zählt 115 Betten und liegt an schönster Lage direkt am Golfplatz und dem Thermalbäderzentrum angrenzend.

In Ergänzung unseres Teams suchen wir

1 Saalkellner

Sprachkenntnisse D/F
per März 2005 in Jahresstellung

Wir bieten Ihnen einen modern eingerichteten Betrieb, ein motiviertes Team sowie ein familiäres Arbeitsklima. Mitarbeiterstudios mit Dusche/WC, Kochnische, TV- und Telefonanschluss stehen zur Verfügung.

Fühlen Sie sich angesprochen, so senden Sie uns Ihre Unterlagen mit Foto an:

Hotel Schloss Ragaz
Fam. P. und B. Zettel, Dir., 7310 Bad Ragaz

165480

hoteljob

Ihr Weg zur nächsten Stelle als

- Chef de partie m/w
- Commis de cuisine m/w
- oder
- Servicefachangestellte/r

führt zu hoteljob

hoteljob
Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
Telefon 031 370 43 33
Fax 031 370 43 34
www.hoteljob.ch
hoteljob.be@hotelieresuisse.ch



165469

HOTEL METROPOL BASEL

das moderne, persönliche
Geschäftshotel in Basel/SBB sucht

Rezeptionist

zwischen 25 und 30 Jahren mit Hotelausbildung und Erfahrung, D/E/F und Fidelienkenntnissen. Es erwartet Sie eine Tätigkeit im Schichtdienst, die Sie selbstständig, mit Freundlichkeit und Teamgeist ausführen werden.

Schriftliche Bewerbungen senden Sie bitte an:
Hotel Garni Metropol
Direktion
Elisabethenanlage 5
4002 Basel

165213

Ausflugs-Restaurant **Hotel Hultegg**
Hulteggpass, 9613 Mühli SG/ZH

Wir suchen in Saison, April/Mai–Oktober

Koch/Köchin, Jungkoch w/m
Hilfskoch, Mitarbeiter/in Hofa

Wir würden uns freuen auf ein Telefon von Ihnen. Frau Ruoss, 071 983 33 66.
www.hultegg.ch

Anrufe anderer Zeitungen unerwünscht.

165425

Hotel • Restaurant



Gesucht per 1. März 05 oder nach Über-
einkunft in Saison- oder Jahresstelle

Servicekraftmitarbeiter/in

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbungs-
unterlagen.
Hotel-Restaurant Enge AG
3280 Murten / Herr Ehrsam
Tel. 026 670 41 36

165435



Wir suchen per sofort oder nach Verein-
barung einen

Küchenchef/Koch Serviertochter/Kellner

Sie sind gepflegt, zuverlässig, freundlich
und aufgestellt.

Interessiert? Wir freuen uns auf Ihre Be-
werbung. Tel. 062 751 93 77 (11–14 oder
16–23 Uhr), Herrn Antonazzo verlangen.

165445



Hotel **** Restaurant Krebs Interlaken

Für lange Sommersaison (ab April, Mai
oder Juni 2005) suchen wir noch
folgende Mitarbeiter/-innen

CHEF DE PARTIE/TOURNANT (m/w)

GARDEMANAGER/PATISSIER (m/w)

ENTREMETIER (m/w)

Koch/Köchin

KÜCHENBURSCHE

CASSEROLIER

Schriftliche Bewerbungen mit den übli-
chen Unterlagen inkl. Passfoto bitte an

Peter Koschak, Dir.
Hotel Krebs
CH-3800 Interlaken

165475

Gesucht per 1. März 2005

Koch – chef de partie

Saisonstelle bis Mitte Oktober

Schriftliche Bewerbungen an:

Hotel-Restaurant Enge
3280 Murten
Herr Ehrsam
Tel. 026 670 41 36

165436

Gesucht
Raum Schaffhausen,
erfahrene, motivierte

Servicekraftmitarbeiterin und Aushilfen

Mitte/Ende März.

Möglichst motorisiert, nur CH.

Haben Sie Interesse, rufen Sie uns an.

Restaurant Reiatstube
Opfershofen
Tel. 079 480 44 88

165516

Restaurant Falken Neuheim (bei Zug)

Wir sind ein kleines und junges Team und
suchen für unsere 14-Punkte-Küche auf
den 1. April oder nach Vereinbarung

Servicefachangestellte(r) Commis de cuisine

Öffnungszeiten: Mittwoch–Sonntag
Nach Wunsch Personalstudio im Haus.

Schriftliche Bewerbung an:
Peter Doswald, Hinterburgstr. 1
6345 Neuheim, Tel. 041 756 05 40

165437



SCHÖNEG
RESTAURANT • VINO • CAFE www.schoenegg.ch

Für unseren Landgasthof Schönegg in Wädenswil
suchen wir

gelernten Koch (w/m)

Sie besitzen Berufserfahrung und schätzen eine
vielseitige und anspruchsvolle Herausforderung?
Unsere saisonale Küche mit eigenem Kräutergarten
bietet Ihnen Gelegenheit Ihre Kenntnisse und
Kreativität in einem dynamischen Team unter
Beweis zu stellen. Ein moderner Betrieb in herr-
licher Lage über dem Zürichsee erwartet Sie.

Rufen Sie an oder senden Sie Ihre Unterlagen.
Werner Mettler, Geschäftsführer und Uli Uedlke,
Küchenchef freuen sich, Sie persönlich kennen zu
lernen.

Restaurant Vintothek Schönegg, 8820 Wädenswil,
044 789 89 60, e-mail: werner.mettler@remi-mag.ch
www.schoenegg.ch

165492

RISTORANTE ITALIA

Für unseren sehr lebhaften
7-Tage-Betrieb suchen wir per sofort
oder nach Vereinbarung

einen jungen Sous-Chef (m/w)

dessen Leidenschaft die authentische,
italienische Küche ist.

Bringst du auch noch etwas
Führungserfahrung mit?

Dann melde dich bitte bei

Ristorante Italia
Mischa Käser
Zeughausstr. 61
8004 Zürich
Tel. 043 233 88 44

165471



Zur Ergänzung unseres Teams
suchen wir für unser bekanntes
Speiserestaurant in Bern

Chef de partie

Fachabschluss oder Hotelfachschule
sowie Erfahrung in einem Gault-Millau-
Restaurant sind erforderlich.

Eintritt nach Vereinbarung.
Sonntag geschlossen.

Für weitere Informationen melden
Sie sich bitte bei

Herr John Harper

Restaurant zum Zähringer
Badgasse 1, 3011 Bern
Tel. 076 372 68 34, Fax 031 311 21 31

164834

Ich suche eine/n erfahrene/n, kreative/n
Kollegin/Kollegen (nicht älter als 34 J.)
auf dem

Saucier-Posten

in einem kleinen Team mit hohen Zielen!

Wir sind ein einmaliges Erlebnisresta-
urant in der Nähe von Thun.

Beginn 1. April 2005.

Wir bieten unseren Gästen eine interna-
tionale Küche an mit asiatischen Inspi-
rationen.

Schriftliche Bewerbungen unter Chiffre
165429 an hotel+tourismus@revue.ch,
Postfach, 3001 Bern.

165429

Gewinnen Sie mit uns!

**F&B Assistent, Küchenchef, Réception,
Service, Hofa, Commis de cuisine (m/w)**

Weitere Angebote und Infos zur Verlosung finden Sie unter

www.gastro-s.ch

Wir freuen uns von Ihnen zu hören.



Gastro S Haus Howald GmbH
XL-Zentrum
5080 Laufenburg
E-Mail: jobs@gastro-s.ch, Tel. 062 869 40 40

Wir verlosen 1 Flug nach San Francisco

Wir suchen in unserem einmaligen Er-
lebnisrestaurant in der Nähe von Thun
eine

Front-Persönlichkeit (w)

mit sehr guten Servicekenntnissen und
das Flair, die Gäste diplomatisch zu ver-
wehren.

Schriftliche Bewerbungen unter Chiffre
165430 an Hotel+tourismus@revue.ch,
Postfach, 3001 Bern.

165430



Hotel du Commerce
Das Hotel bei der Messe Basel

Das persönliche ****Hotel bei der Messe Basel
freut sich über eine neue oder einen neuen

Receptionsmitarbeiterin oder Mitarbeiter

Diese sehr interessante und abwechslungsreiche
Stelle erfordert eine dynamische und exakte
Persönlichkeit mit Erfahrung im Receptions /
Verkaufsbereich.

Sie stehen in engem Kontakt mit den Kunden, geben
die Zimmerreservierungen im PMS ein, bewirtschaften
das Buchungssystem im Internet, bearbeiten die
laufende Korrespondenz, sind mitverantwortlich für
die optimale Zimmerauslastung und überwachen die
Debitoren.

Sprachkenntnisse: D, E, und französisch in Wort und
Schrift fließend, italienisch vorteilhaft.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

**Hotel du Commerce, Patrik Bucher und Raffaella
Pedrazzetti Bucher,**
Riehenring 91, 4058 Basel Tel. 061 690 23 23
www.ducommerce.ch / info@ducommerce.ch

165487

Für unseren lebhaften Stadtbetrieb suchen
wir auf anfang Mai 2005 in Jahresstelle einen

Chef pâtissier Commis pâtissier

Suchen Sie eine neue Herausforderung
und wissen, wie man die Wünsche
und Bedürfnisse der Gäste umsetzen kann...

...dann richten Sie Ihre kompletten
Bewerbungsunterlagen an
Herr Emil Bolli, eidg. dipl. Küchenchef.

HOTELBERN

Zeughausgasse 9, CH-3011 Bern, Telefon +41 (0)31 329 21 60
hotelbern@hotelbern.ch, www.hotelbern.ch

165468

Romantik-Hotel

Chesa Grischuna

7250 Klosters

Das originelle Bündner Kleinhotel im Herzen von
Klosters mit A-la-carte-Restaurant und kreativer
Frühmarktküche (13 Gault-Millau-Punkte) zählt zu
den führenden und beliebtesten Häusern in der Ferien-
region Klosters und verlangt von jedem Mitarbeiter viel
Kreativität, Spontaneität und Flexibilität.

Wir suchen für die Sommersaison 2005 (Ende Juni bis
Mitte Oktober) und für die folgende Wintersaison

Chef de partie Commis de cuisine

Bitte senden Sie Ihre aussagekräftigen Unterlagen mit
Foto oder kontaktieren Sie für erste Fragen

Romantik-Hotel Chesa Grischuna
Bahnhofstrasse 12, 7250 Klosters
Tel. 081 422 22 22, Fax 081 422 22 25
www.chesagrischuna.ch
hotel@chesagrischuna.ch

165489



NOUS CHERCHONS pour date à convenir un(e)

Chef de Cuisine Maître d'Hôtel

VOTRE PROFIL

Vous êtes un(e) professionnel pour qui le travail rime avec passion et pensez que rigueur n'est pas incompatible avec créativité. Vous avez une grande ouverture d'esprit, des affinités avec la culture orientale et la volonté de participer à l'essor d'un nouvel établissement, et par là, vous donner l'occasion d'accomplir une carrière hors normes.

Vous vous sentez inspiré(e) par cette annonce, alors adressez votre lettre de motivation, accompagnée de votre CV avec références et d'une photo à l'adresse en bas de page :

LE PROJET

Créer une cuisine exceptionnelle : allier cuisine occidentale du 21^{ème} siècle et haute gastronomie orientale du 17^{ème} siècle, inspirée des recettes glanées par Jean-Baptiste Tavernier (1605-1689) au cours de ses voyages à travers l'empire Ottoman, la Perse, l'Inde et dans les pays de l'Asie du Sud-Est, à cette époque.

L'ÉTABLISSEMENT

Une situation exceptionnelle pour un bijou perché au-dessus des vignes du Lavaux, bénéficiant de travaux de transformations et de rénovations importants afin de correspondre aux ambitions de ses propriétaires pour leurs clients.

gestRcom SA - case postale 2 - 1807 Blonay

Tout dossier incomplet ne pourra être traité

165506

Hôtel-Restaurant BEL-AIR

Cuisine bourgeoise, spécialités de poissons et diverses quinzaines selon les saisons.

Vous cherchez une place, dans une petite brigade, vous êtes dynamique et vous vous intégrez facilement dans une équipe, alors vous répondez au profil du

COMMIS de CUISINE, Tournant, avec CFC
Que nous recherchons pour de suite

Faite nous votre offre de service

R&R CHERVET TEL. 026 673 14 14
1788 Praz-Vully (bord du lac de Morat)
www.bel-air-lac.ch
e-mail: bel-air@bel-air-lac.ch

165325



Le Palais Oriental

القصر الشرق

Spécialités iraniennes,
Libanaises et marocaines

cherche

**1 cuisinier
1 chef de rang**

faire offres à:
6, Quai E. Ansermet
1820 Montreux 2

165439

HOTEL HELVETIE MONTREUX

CHERCHE

UN CHEF DE CUISINE

HOTEL HELVETIE
32, ave du Casino
1820 MONTREUX
Téléphone 021 966 77 77

165378

Hôtel-Restaurant de Sonloup
1833 Les Avants sur Montreux
Cherchons pour dès mi-mars ou à
convenir

**Serveurs/euses
Aides de cuisine**

Possibilité de logement.
Merci de nous adresser vos offres
écrites.

165431

Maître d'hôtel

POUR HOTEL-RESTAURANT A GENEVE

De formation hôtelière
avec quelques années d'expérience
dans le service, vous devrez être
capable de diriger et soutenir une
brigade.

Motivé, jeune, dynamique,
vous aurez le sens de
l'organisation,

ainsi qu'un talent pour la
communication.

Le français et l'anglais seront des
langues indispensables pour le
contact avec notre clientèle
internationale.

Vous correspondez au profil
demandé, envoyez-nous votre
dossier complet sous chiffre no
165372

à HôtelRevue, case postale
3001 Berne

165372



HOTEL RESTAURANT ARCADIA

6612 Ascona

Nahe Golf, Lido et Piazza.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen
wir für die Sommersaison 2005
(Mitte März bis Oktober)

eine Servicemitarbeiterin

für unser Restaurant mit Terrasse.
Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungs-
unterlagen mit Foto.

Fam. M. Bolz, Hotel Arcadia
Via Patrizia 47, 6612 Ascona
Telefon 091 791 10 15

165509

DIRECTEUR DE LA RESTAURATION

POUR GRAND HOTEL GENEVOIS

Diplômé d'une école hôtelière, ce candidat aura
plusieurs années d'expérience comme cadre dans
la restauration.

Notre futur collaborateur devra pouvoir assumer
l'entière responsabilité d'un département F&B
important, tant sur le terrain qu'au niveau
administratif.

Doté d'une excellente présentation, il devra être
dynamique, positif, avoir de l'entregent, et apte à
assurer la formation continue de son département.
De bonnes connaissances parlées et écrites des
langues française et anglaise ainsi qu'une parfaite
maîtrise des travaux administratifs sont requises.

Les candidats correspondant aux critères sont invités à
adresser leur dossier complet avec photo
sous chiffre n° 165476
à HôtelRevue, case postale 3001 Berne

165476

An fantastischer Aussichts-lage über dem Lago
Maggiore, inmitten mediterraner Parkanlage.
Betrieb mit 52 Hotelzimmer und Apparte-
ments. 2 Schwimmbäder, Tessiner Grotto und
Panoramarestaurant. Diverse Sportanlagen.
Für die kommende Saison 2005, von März bis
Oktober, suchen wir eine neue

Masseurin...

...die über eine abgeschlossene Ausbildung
verfügt, wenn möglich mit EMR-Anerkennung.

...die freundlich, aufgestellt und
pflichtbewusst ist.

...die es versteht, auf Menschen zuzugehen.

...die gerne selbstständig arbeitet und unser
Massagecenter alleine führt.

...die mithilft, das neue Massageangebot
für die Saison 2005 zu gestalten.

...die Freude am Sport hat und bereit ist, das
morgendliche Fitnessprogramm zu leiten.

...die sich auch in Französisch und Italienisch
verständigen kann.

...die Ihren Beruf nicht nur liebt,
sondern auch lebt.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?
dann besuchen Sie uns: www.campagnola.ch

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbungsunterlagen:

Stefano Zoppè, Direktion
La Campagnola, 6575 S. Nazzaro-Vairano.

165383

...fantastische "Aussichten"!

Mehr brauchen Sie nicht.

Die htr stellen revue bietet jede Woche den grössten Stellenmarkt der Branche.
Hier finden Sie die besten Fachkräfte.



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

htr

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



CHÂTEAU DE MONTCAUD

(une île en terre de Provence)

www.chateau-de-montcaud.comà 3 heures au sud de Genève,
près d'Avignon (à 2h45 en TGV de Paris)Je cherche à compléter mon
«Equipe Montcaud 2005»
jeune, dynamique et internationale

dès avril ou mai jusqu'à septembre ou octobre

Assistante Gouvernante**Réceptionnistes (f ou m)**
bonne connaissance du Français et
expérience hôtel 4/5 étoiles indispensables**Chef de Service Restaurant**
Chefs de rang
Serveuses et serveurs**Chef de partie**
Commis de cuisine

Envoyez CV et photo par courrier, fax ou e-mail à

Rudy W. Baur
CHÂTEAU DE MONTCAUD
F-30200 Sabran - Bagnols/Cèze
Fax: 0033(0)4 66 89 45 04
e-mail: montcaud@relaischateau.com

165494

General Manager

4 star hotel, which belongs to developing private hotel chain, in the city center of Tallinn, Estonia, is looking for an experienced General Manager to lead the team.

The hotel has 170 rooms, big restaurant, conference center, café and own pastry production and luxury guest-house (with 7 apartments and conference facilities) near the Tallinn bay.

Required skills & experience:A strong background in sales and marketing (especially in Scandinavia and Great Britain);
A Bachelor Degree or equivalent management experience;
Strong team leadership;
Good communication skills;
Supervision of up to 120 employees;
Strong working knowledge of rooms and food & beverage management;
Ability to budget and understand Profit & Loss Statements;
Age 30-45 years;
A minimum of 3 years experience at General Manager level.

Languages: English, German (Finnish or Swedish is advantageous).

Please send your CV, salary expectation and suitable starting time to following address:

HARUSAMBLA 4
76401 ALLIKU KÜLA
SAUE VALD
ESTONIA

165500



Hier spielt die Phantasie.

»Die Gastronomie mit der schönsten Aussicht auf Genuss«Am 11. März 2005 ist Premiere des neuen Musicals Ludwig² in Füssen. Durch den Zauber der einzigartigen Lage mit Blick auf das Schloss Neuschwanstein sind wir eine aufregende und faszinierende Alternative für jedermann.

Unsere Gastronomie bietet für jeden Geschmack, jeden Anlass und jede Tageszeit etwas Besonderes: Im Café, im Wirtshaus, im Romantik-Restaurant, im schönsten Allgäuer Biergarten und in unserer Ludwigs Bar & Lounge.

Und da zu einem unvergesslichen Erlebnis der kulinarische perfekte Genuss gehört, wollen wir unsere Musical-Gäste in bester Manier verwöhnen: Bei der Ankunft, in der Pause und nach der Vorstellung.

Dazu brauchen wir Sie:

- jung oder jung geblieben
- freundlich und serviceorientiert
- teamfähig
- musikalisch und der Kunst zugeneigt

Wir suchen:

- Chef de Partie, Jungköche, Commis de Cuisine und Pâtissier

Bitte richten Sie Ihre aussagefähige Bewerbung mit Foto an: Musiktheater Füssen GmbH & Co. KG
Im See 1, D-87629 Füssen, z. Hd. Herrn René Opitz

165513

FESTSPIELHAUS NEUSCHWANSTEIN
www.festspielhaus-neuschwanstein.de

RELAIS & CHÂTEAUX

Gallia Palace Hotel

58040 PUNTA ALA (Toscana) ITALIA

Fax 0564 920229, e-mail: info@galliapalace.itCerca per la prossima stagione estiva
(maggio – settembre):**Secondo Maître d'Hotel E/D/F**
Secondo Barman E/D/F
Portiere Turnante E/D/F**Pasticcere****Chef e commis de rang**

Sono richieste precedenti esperienze in alberghi di 4/5 Stelle. Inviare curriculum vitae dettagliato alla direzione.

165507

AU PAIR

gesucht in Hotelierfamilie in Südfrankreich, 2 Kinder (11 J. u. 3 J.) und Mithilfe im Haushalt.

März/April bis Okt.

Tel. 055 284 21 82
www.magnanerie-de-bernas.com

165498

Sommer 2005 in Kanada!

(Mai bis November 2005)

Top Hotel Resorts in Kanada
(Ontario) suchen (m/w):**Chef de Rang****Commis de cuisine****Spa-Wellnessbereich-allrounder.**

Abgeschlossener Lehre oder

Gastrodiplom, guten Englisch-

kenntnissen, Alter bis 35 Jahre.

Interviews 28. Februar 05 in Zürich.

Wir freuen uns auf Ihre komplette

Bewerbung: www.1291jobs.com**S. Solenthaler, Chileacherstr. 11,****CH-5272 Gansingen, 062 875 04 46**

165376

Suche einen neuen Wirkungskreis als

Gastgeberin

in einem kleinen Hotel (Garni bevorzugt), einer Pension in den Bergen oder am Wasser (2-Saison-Betrieb).

Bringe als Quereinsteigerin und Allrounderin, z.z. bin ich Geschäftsleiterin eines grossen Hotels, viel Erfahrung und Begeisterung mit. CH, 42 J., D/E, etwas F.

Freue mich auf Angebote unter Chiffre 165508 an **hotel + tourismus revue**, Postfach, 3001 Bern.

165508

Küchenchef sucht neue Herausforderung

in Mittel- oder Kleinbetrieb, Inner-schweiz. Bin kreativ, organisationsstark, führe und bilde gerne junge Leute aus. Hygiene, Qualitätsdenken, betriebswirtschaftliche Zusammenhänge sehen, zielorientiertes Arbeiten, sind für mich eine Selbstverständlichkeit. All dies wird gemischt mit Humor, viel Fachwissen und einer ganzen Menge an Erfahrung. Dieses Rezept sollte Ihnen zusagen.

Sie erreichen mich unter Chiffre 164381 an **hotel + tourismus revue**, Postfach, 3001 Bern.

164381

hoteljob**Ihre Stellenvermittlung**hoteljob
Monbijoustrasse 130
Postfach, CH-3001 Bern
www.hoteljob.chPersonalberatung
Telefon 031 370 43 33
Telefax 031 370 43 34
e-mail: hoteljob.be@swiss-hotels.ch**HORESTO-jobs****HOTellerie - RESTAURATION - TOURISmus**
Stellenangebote im In- und Ausland
Offres d'emploi en Suisse et à l'étrangerwww.horesto.ch www.horesto.com
Tel.: 01 721 19 47 info@horesto.com**htr IMAGE****WIRTEPRÜFUNG!**

- ✗ Sie möchten Ihre Zukunft sichern und mehr Geld verdienen? Unser moderner Fernkurs führt Sie direkt zum Ziel – ein Lokal unter Ihrer Führung. Interessiert?
- ✗ Senden Sie noch heute den Coupon ein.

WIRTE-COUPON
GASTWIRTS AG
Badenerstrasse 678, 8048 Zürich

150994

Name: _____

Strasse: _____

PLZ/Ort: _____

Beruf: _____

Tel.: _____

Alter: _____

htr 95

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 / Editor: Schweizer Hotelier-Verein / Société suisse des hôteliers, 3001 Bern
Verlag und Redaktion / Edition et rédaction: Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23
Leitung Medien / Responsable des médias: Christian Santschi
Verlagsleitung / Chef d'édition: Iris Strebel
Anzeigenverkauf / Vente des annonces: Oliver Egloff (Anzeigenleiter), Marc Moser
E-Mail: inserate@htr.ch**Anzeigenentwurf (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: Fr. 1.57 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Tourismus / Stellenangebote / Offres d'emploi: Fr. 1.46 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Stellengesuche / Demandes d'emploi: Fr. 1.43 (exkl. MwSt. / TVA incluse)
- Zuschlag Aufschaltung Internet: Fr. 25.– pro Woche/Anzeige

Termine:

– Ausgabe	Nr. 8/2005	Nr. 9/2005	Nr. 10/2005	Nr. 11/2005
– Erscheint	24. 2. 2005	3. 3. 2005	10. 3. 2005	17. 3. 2005
– Anzeigenschluss	21. 2. 2005	28. 2. 2005	7. 3. 2005	14. 3. 2005
– Wiederholungen	21. 2. 2005	28. 2. 2005	7. 3. 2005	

Herstellung / Production: Büchler Grafino AG/ Druckzentrum Bern, 3001 Bern

Auflage / Tirage: 18 000 Ex. Versand / Expedition, 11 157 WEMF-beglaubigt / contrôlé REMPS

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwertet werden. Ausgeschlossen ist insbesondere auch eine Einspeisung auf Online-Dienste, unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht. Der Verleger und die Inserenten untersagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Jeder Verstoß gegen dieses Verbot wird vom Verlag rechtlich verfolgt.