

Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 114 (2006)
Heft: 18

Heft

Nutzungsbedingungen

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

Conditions d'utilisation

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

Terms of use

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

Download PDF: 17.08.2025

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

hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE UND TOURISMUS

Avec cahier français



AKTUELL 2
Regula Grünenfelder | Die Theologin vom Lassalle-Institut äussert sich zum Thema des Ferientags 2006: «Werte».



AKTUELL 4
«Bellevue-Palace» | Die Victoria-Jungfrau AG war nicht die einzige Interessentin für das Berner Luxushotel.



FOKUS 13/14
Bier | Die Brauereien in der Schweiz hoffen auf einen heissen Sommer und durstige Fussballfans.



KOMMENTAR

Jeden Tag von Neuem aktuell: Qualität

Marietta Dedual

«Speziell in unserer Branche wird Qualität mit Empfindungen gleichgesetzt.» So Vic Jacob, Präsident der Swiss Deluxe Hotels, letzte Woche am Kaderworkshop der Vereinigung.

Empfindungen sind auch entscheidend, ob ein Kunde zum Repeater wird oder ob er sich eine neue Destination oder ein neues Hotel als Ferien- und Freizeitziel sucht. Damit diese Emotionen «stimmen» und sich der Kunde mit dem Produkt identifizieren kann, wird den Hotelmitarbeitenden einiges abverlangt. Es ist nicht mit einer guten Matratze, perfektem Service, einem blitzblanken Badezimmer und einer beeindruckenden Wellness-Abteilung getan. Der Kunde erwartet auch Wertschätzung, Freundlichkeit und Zuwendung – Qualität auf jeder Stufe.

Die Swiss Deluxe Hotels gehören zu den ersten, die vor Jahren Anforderungen an die Qualität formulierten. Was damals noch auf wenig Gegenliebe stiess, gehört heute zum Daily-Business – wird gepflegt, überprüft, optimiert und weiter entwickelt. So haben sich die SDH ins Pflichtenheft geschrieben, dass bis Ende 2008 alle Mitgliederhotels gemäss den Anforderungen des Q III zertifiziert sein müssen. Eine lobenswerte Initiative – ein Must, um im Luxussegment auf dem internationalen Markt mithalten zu können. Einige Mitglieder der Swiss Deluxe Hotels sind mitten im Qualitätsprozess, andere haben ihn bereits hinter sich.

Doch auch wer die Zertifizierung erarbeitet hat, ist nicht am Ziel, sondern «nur» auf dem Weg. Denn Qualitätsmanagement heisst: kontinuierliche Verbesserung und Weiterentwicklung. Aber handkehrum: Heisst es nicht «Der Weg ist das Ziel»?

Siehe auch Seiten 6 und 7

Ferienwohnungs-Projekt am Ferientag 2006

Schneller finden und buchen

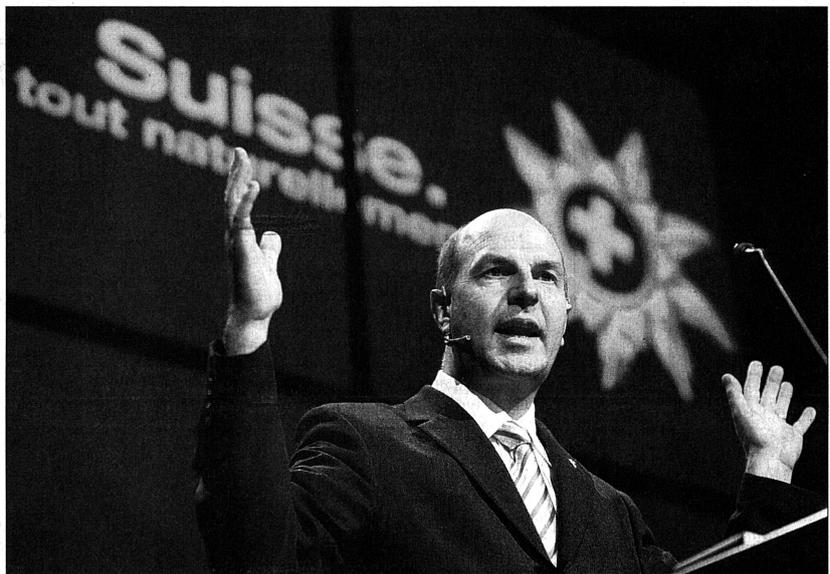
Am heutigen Ferientag wird das Projekt E-Marktplatz vorgestellt. Auf der neuen Plattform können über 15 000 Ferienwohnungen direkt gebucht werden.

Christine Künzler

Schweiz-Gäste haben es ab sofort einfach, eine passende Ferienwohnung zu finden und zu buchen. Das Projekt E-Marktplatz ist im Rahmen der Fewo-Offensive, die die Reka am Ferientag 2005 vorgestellt hatte, realisiert worden. Management, Angebot und Vermarktung: das sind die drei Standbeine der Fewo-Offensive. Der Bereich Vermarktung ist mit dem E-Marktplatz nun realisiert worden: Entstanden ist kein neues Reservationssystem, sondern eine benutzerfreundliche Plattform, die die Buchungen an bestehende Reservationssysteme weiterleitet. Angeschlossen sind derzeit fünf Reservationssysteme grosser Anbieter, weitere folgen.

Der in Zusammenarbeit mit der Reka und Schweiz Tourismus entstandene E-Marktplatz bringt nicht nur Nutzen für den Gast, sondern auch für die Region und Destination sowie den Wohnungsanbieter.

Siehe Seite 3



«So viele Ferienwohnungen auf einer Plattform», scheint Thomas Winkler, Leiter Portal-Management bei Schweiz Tourismus, zu sagen. Er hat die technische Umsetzung des Projekts E-Marktplatz betreut. Foto: Swiss-Image, Ferientag 05

Tessin

Umstrittener Tourismuskredit

Für einigen Wirbel sorgt im Tessin ein Rahmenkredit in der Höhe von 32 Mio. Franken zur Förderung des Tourismus. SP und Lega wollen den Anteil für das Marketing des kantonalen Verkehrsvereins von 8 auf 7 Mio. Franken kürzen. Dieser jedoch wehrt sich gegen die Kürzung des Rahmenkredits. «Dieser Betrag ist für uns vital», sagt Tiziano Gagliardi, Direktor von «Ticino Turismo». Der Grosse Rat wird Mitte Mai über den Kredit entscheiden. DST/GL

Siehe Seite 4

Sechs Neue bei «Enjoy Switzerland»

Die Alpenregion.ch, Genf, Klosters, Lenk-Simmmental, Leysin und Nyon Region setzen ab 2007 auf «Enjoy Switzerland». Das gab Schweiz Tourismus (ST) gestern bekannt.

Gastfreundlichkeit und Angebotsqualität verbessern: Das steht im Zentrum des ST-Programms «Enjoy Switzerland». Ab dem nächsten Jahr machen die Alpenregion.ch (Brienz Meiringen Hasliberg), Genf, Klosters, Lenk-Simmmental, Leysin und Nyon bei der Gastfreundschafts-Initiative mit. Sie folgen damit dem Beispiel der vier Pilotdestinationen

Siehe Seiten 4 und 17

Restaurant Outpost

Die andere Art «Menu surprise»

Das Restaurant Outpost gleich neben dem Zürcher Zoo möchte ein neues Gästesegment erreichen und bietet deshalb seit rund einer Woche ein ungewöhnliches Angebot an, das «Essen nach Bildern». Experimentierfreudige Gäste – abends sind dies bereits die Hälfte der Speisenden – wählen sich Vorspeise, Hauptgang und Dessert anhand von zehn abstrakten Bildern aus. Das psychologisch gestützte Konzept dazu stammt von Zutt & Partner. RD

Siehe Seite 10



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

BOMMER + PARTNER
TREUHANDGESELLSCHAFT
 Bern

Steuern steuern!

ALLES FÜR JEDE GASTRONOMIE.

DAS SCHWEIZER KOMPETENZ-CENTER, DAS SIE BRAUCHEN.

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

BOMMER + PARTNER
TREUHANDGESELLSCHAFT
 Bern

Steuern steuern!

www.bommer-partner.ch
 Treuhandspezialisten für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

WELLNESS

ILLY CAFE AG 8800 THALWIL www.illycafe.ch

Wellness fängt mit Fidelio an.

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

CHECK IN DATA
 www.checkindata.com

Es muss doch
nicht alles so
kompliziert sein.



www.rebag.ch
8813 Horgen, Tel. +41 44 711 74 10

htr AUS DEM INHALT

Tessin 4	Best Western Swiss Hotels 8	Spezial-Bier aus Appenzell 14
Ein Rahmenkredit zur Förderung des Tourismus sorgt im Tessin für einigen Wirbel. SP und Lega wollen den Anteil für das Marketing des kantonalen Verkehrsvereins kürzen. Dieser wehrt sich, will er doch das Marketing verstärken.	Die internationale Zusammenarbeit bei Best Western habe sich «spürbar verbessert». So das Urteil des Präsidenten an der GV der Best Western Swiss Hotels in Bern. Die Schweizer Gruppe will die Umsätze um 10% steigern.	Die Appenzeller Brauerei Locher ist eine Ausnahmereihe. Sie hat ihre Produktion in den letzten Jahren mehr als vervielfacht. Mitbesitzer Raphael Locher setzt auf das neueste Produkt, ein «Flauder-Panaché».
Swiss Deluxe Hotels 7	Culinary Challenge 2006 10	Tourismus an der Schule 17
Was ist Qualität? Und welche Trends beeinflussen die aktuellen Kundenbedürfnisse? Mit diesen Fragen setzen sich in Bern rund 100 Kadermitarbeiter der Swiss Deluxe Hotels auseinander.	Beim Culinary Challenge 2006 in Asien – in den Top 5 der vom Weltbund der Köche anerkannten internationalen Wettbewerbe – holte die Schweizer Kochnationalmannschaft zweimal Gold.	Sensibilisierung für den Tourismus: Dieses Ziel verfolgte eine Projektwoche an der Sekundarschule in Scuol. Die siebte Klasse besuchte unter anderem einen Hotelbetrieb.

htr CAHIER FRANCAIS

Schweizer Ferientag CF 1	François Seppey CF 4
Das Leitthema des heute in St. Gallen startenden 9. Schweizer Ferientags sind die Werte. Die Entwicklung des Phänomens, das man «Swissness» nennt, gibt dem Thema eine gesteigerte Aktualität.	Die «kalten Betten» sind heisses Thema im Walliser Tourismus. François Seppey, Chef du Service cantonal de l'économie et du tourisme, äusserte sich dazu bei Gelegenheit des Tourism Professional Meetings in Siders.
Mövenpick Hotels CF 2	Tourismus-Finanzierung CF 5
Die expandierende Schweizer Hotelkette Mövenpick betreibt seit kurzem ein Hotel mit dem Attribut «grand luxe» auf der Insel Mauritius. Es hat 160 Zimmer und 21 Suiten.	Der Kanton Wallis könnte die bestehenden Kurtaxen abschaffen – zugunsten einer kantonalen Steuer, die den Tourismus fördert. Auch Zweitwohnungsbesitzer sollen Beiträge leisten.

STANDPUNKT

Der andere Sommer

Jürg Schmid

■ *Bekanntlich ist das Gras auf der anderen Seite des Zauns immer grüner. Angesichts des ungebrochenen Trends zu Sonne, Sand und nackter Haut heisst dies, dass Meer-Destinationen für potenzielle Feriengäste nach wie vor attraktiv sind. Feriengäste notabene, die wir in der bevorstehenden Sommersaison gerne auf unserer Seite des Zauns begrüssen würden. Aber eben. Der andere Sommer ist sexier. Nur: Ist er es wirklich? Meine Antwort auf diese Frage erhalten Sie.*



Alpine Werte wie Natürlichkeit, Authentizität, aktive Freizeitgestaltung und Gesundheit sind zunehmend wieder erstrebenswert. Neu erfinden müssen wir ihn also nicht, unseren alpinen Bergsommer, nein, zur Perfektion gereift ist er schon lange. Aber neu verpacken müssen wir ihn. Die Werte, für die er steht, ins 21. Jahrhundert transportieren. Das Bedürfnis nach diesen Werten kultivieren. Und ihn so als begehrtere Alternative zu h&k-Ferien (hinlegen und konsumieren) positionieren.

Noch funktioniert das nicht optimal. Zwar ist viel guter Wille vorhanden, doch ist die Umsetzung noch zu wenig gekommt. Geprägt von zu viel Behäbigkeit und falsch verstandenem Traditionsdenken. Unsere Gedanken und wie wir den Sommer mit Werten aufladen, verraten wir Ihnen ab heute am 9. Schweizer Ferientag in St. Gallen. Um den Schweizer Sommer zu geniessen, muss man aufstehen. Nicht zwingend früh am Morgen, aber vom Liegestuhl aus erschliessen sich einem die alpinen Wunder, Werte und Erlebnisse nur in den seltensten Fällen. Denn den wirklich anderen Sommer, den mit den wahren Werten, gibt es in der Schweiz.

Dass die Sommerbotschaft ankommt, ist essenziell. Denn eine Ein-Saison-Strategie funktioniert in der Schweiz nicht. Wir können auf den Sommer als zweites Standbein nicht verzichten. Machen wir also unseren Sommer zu dem, wozu er das Zeug hat: einer strategisch wichtigen Saison. Mit der richtigen Verpackung gelingt uns das; genauso wie es den Pionieren unserer Branche vor weit mehr als 100 Jahren gelungen ist, überzeugte Sommergäste erstmals für Winterferien zu gewinnen.

* Jürg Schmid ist Direktor von Schweiz Tourismus.

Regula Grünenfelder

«Es braucht Momente der Stille»

■ **«Werte» ist das Leitthema des Ferientags, den Schweiz Tourismus heute in St. Gallen durchführt. Regula Grünenfelder, Mitarbeiterin am Lassalle-Institut und Mitautorin des Buches «Ethik 2006», sagt in einem Interview, welche Werte ihr wichtig sind.**

Christine Künzler

► **Frau Grünenfelder, welches sind für Sie persönlich die drei wichtigsten Werte, denen Sie nachleben?**
Gerechtigkeit, Friede und Transparenz. Transparenz verbunden mit Herzlichkeit. Max Frisch hat einmal gesagt, man soll Menschen die Wahrheit nicht wie ein nasses Tuch ins Gesicht schleudern, sondern wie einen warmen Mantel umlegen. Das ist die Art Transparenz, die ich meine.

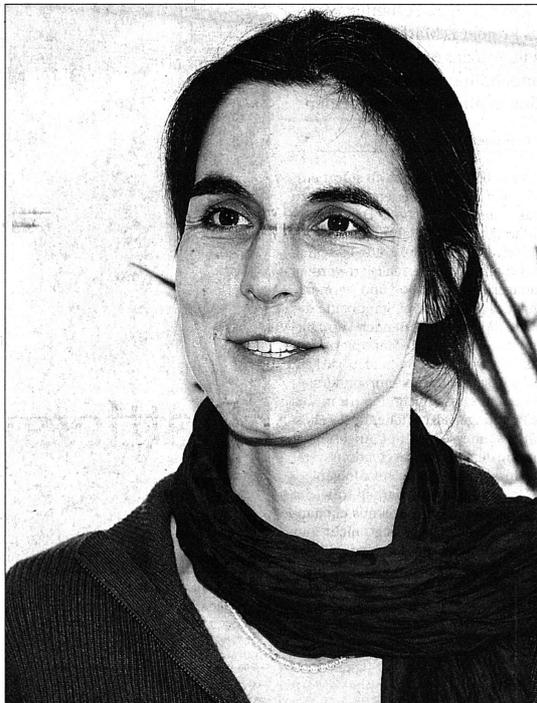
► **Was kommt Ihnen bei der Verbindung der beiden Begriffe Werte und Tourismus in den Sinn?**
Aus Sicht der Gäste denke ich an Spannung und Entspannung, an freie Zeit, um Neues zu erleben und auf neue Ideen zu kommen. Aus Sicht der Gastgeber denke ich an Gastfreundschaft sowie an Nachhaltigkeit im Angebot.

► **Stehen für Sie Wohlstand und Nachhaltigkeit im Widerspruch?**
Wenn ich sehe, wie die Menschheit global und lokal mit den begrenzten Ressourcen umgeht, dann ja. Doch einen grundsätzlichen Widerspruch sehe ich nicht. Ich denke, Wohlstand im vollen Sinn des Wortes – Wohlstand, ein guter Stand auf dieser Erde – ist erst möglich, wenn man nachhaltig wirtschaftet. Das zeigt sich zum Beispiel am Unternehmen Mobility Car Sharing.

«DIE VISION EINES MITEINANDERS IN DER GLOBALISIERTEN WELT WIRD IMMER WICHTIGER.»

► **Welcher Wertewandel wird den Schweizer Tourismus am meisten beeinflussen?**
Die äusseren Instanzen wie zum Beispiel kirchliche Institutionen, die das menschliche Verhalten über Jahrhunderte mittels Ge- und Verbote wesentlich bestimmt haben, nehmen immer mehr an Bedeutung ab.

► **Wie können die Touristiker darauf reagieren?**
Wellness, Spa und ganzheitliche Erholung liegen ja bereits heute im Trend. Der nächste Schritt geht in Richtung Sinn und Sinngewinn. Ruheräume in Gebäuden und Erholungsräume im Freien bilden dazu die Basis. Was



■ **Regula Grünenfelder** ist Mitautorin des Buches «Ethik 2006» – eine Ethikbilanz in der Schweizer Politik. Foto: zvg

Menschen heute immer mehr suchen, ist Erfüllung und innere Zufriedenheit, eine Zufriedenheit, die jenseits des Materiellen liegt. Das hat mit Spiritualität zu tun, dem Hören der inneren Stimme. Die Herausforderung der Touristiker liegt darin, Produkte zu entwickeln, in welchen Touristen mehr und mehr zu sich selbst finden. Die Kunst wird darin liegen, authentische Begegnungen zwischen Mensch zu schaffen, in welchen Spiritualität zum Leben erweckt wird – jenseits von Dogmen.

► **Was muss die Schweiz bieten, um für den Gast «Wert-voll» zu sein?**
Lebendigkeit und Leadership. Dies knüpft an Traditionen an wie Pünktlichkeit, Ordnung und Sicherheit, aber auch an Werte wie eine intakte Natur oder der Sinn für spannende Events. Die Gäste, die vom Ausland in die Schweiz reisen, dürfen eine interkulturelle Kompetenz der Touristiker erwarten. Engelberg beispielsweise hat Wege entwickelt, speziell auf die Bedürfnisse von Menschen aus Indien und Israel einzugehen.

► **Wie kann der Hotelier, der Wirt, der Touristiker in seinem Betrieb Werte vorleben und vermitteln?**
Indem er die Chance packt, selber Werte zu setzen. Menschen sind erfol-

reich, wenn sie sich nicht als Opfer oder Täter sehen, sondern sich als Leader erleben. Das kann man lernen: Aus der Verbundenheit mit allem Leben den Sinn für das Ganze entwickeln und einsetzen. Dazu braucht es Momente der Stille, des Loslassens von vorgefassten Meinungen und Konzepten, die den Blick auf das Ganze verstellen. So kann, mit offenem Blick, wahrgenommen werden, was im Betrieb auf den verschiedensten Ebenen, strukturell und emotional, läuft. In der Fachsprache heisst diese Fähigkeit spirituelle Intelligenz. Sie strahlt sowohl auf Mitarbeitende als auch auf Gäste aus.

► **Was zeichnet für Sie ein nach ethischen Grundsätzen geführtes Unternehmen aus?**
Die Mitarbeitenden stehen dort im Zentrum, denn ein Unternehmen ist so gut wie seine Mitarbeitenden. Die Führung hat die Fähigkeit, deren einzigartiges Potenzial zu aktivieren. Die Vision eines Miteinanders in der globalisierten Welt wird immer wichtiger.

► **Hedonismus, die Suche nach Glück und Genuss: ein Wertezwiesell?**
Nein, das würde ich so nicht sagen. Wer selber nicht geniessen kann, wird kaum in der Lage sein, andern Gutes und Genussvolles zuzugestehen. Genuss-

fähigkeit und Gerechtigkeit sind eine Basis für ethisches Verhalten.

► **Aus den Werten leiten sich Normen und Regeln ab: Ist die heutige Welt schlechter als jene vor 30 Jahren?**
Jein. Vor 30 Jahren sagten Institutionen wie politische Parteien und Kirchen, was man tun darf und was nicht. Man spendete für wohltätige Zwecke, man wusste, wie man sich zu benehmen, wie man sich anzuziehen hat. Der Preis für diese Normen von aussen war aber hoch, individuelle Lebensentwürfe oder Möglichkeiten, sein Leben gut zu gestalten, waren eingeschränkt. Heute haben diese normgebenden Institutionen an Macht eingebüsst. Der Preis ist Heimatlosigkeit, Organisationslosigkeit. Der Gewinn ist die Möglichkeit zur Selbstbestimmung und die Möglichkeit, sich zu entfalten und zu schulen, um im eigenen Leben und dem eigenen Betrieb zum wertestehenden Leader zu werden. Das ist eine Chance, die es auf dieser Welt bis anhin noch nie gab. Alle können Selbstverantwortung für ihre Werte übernehmen.

«WER SELBER NICHT GENIESSEN KANN, WIRD ES SCHWER HABEN, ANDEREN ETWAS GUTES UND GENUSSVOLLES ZUZUGESTEHEN.»

► **Gibt es auch globale Werte?**

Es gibt die «Goldene Regel», die in allen Kulturen seit vielen Jahrhunderten bekannt ist: «Was du nicht willst, dass man dir tut, das füg auch niemand anderem zu.» Das ist eine globale ethische Grundregel. Wenn ich weiss, was mir gut tut und was mir schadet, und ich dafür Sorge, dass andere Menschen Gutes erfahren und nicht leiden, handle ich ethisch.

Zur Person

■ **Dr. Regula Grünenfelder** (41) hat Theologie studiert und verschiedene Lehraufträge inne. Sie ist Mitarbeitende am Lassalle-Institut in Edlibach, das Kurse, Vorträge, Coachings und Unternehmensberatung mit dem Schwerpunkt einer Ethik aus ganzheitlichem Bewusstsein anbietet. Regula Grünenfelder ist Mitautorin des Buches «Ethik 2006», das das Lassalle-Institut im NZZ Buchverlag herausgegeben hat. Das Buch zeigt Wege, wie ethisches Verhalten im politischen Alltag umgesetzt werden kann und eröffnet neue Perspektiven. Seit 1991 hält Regula Grünenfelder Vorträge und Seminare und verfasst Publikationen zu biblischen, bibelpastoralen, feministisch-theologischen, friedenspolitischen und spirituell-politischen Themen. CK

Ferienwohnungen.
Find. Rent. Relax.

Home FAQ Deutsch English Français Italiano Español Niederlande

Schweiz.
ganz natürlich

Ihre Ferien:
Anreise: Sa, 24.06.2006
Toleranz von +/- in Tagen: [dropdown]
Dauer: 1 Woche
Region: [dropdown]
Ort: [dropdown]
Preis: egal
Qualität: egal

Ihre Ferienwohnung:
Anzahl Zimmer: 03
Anzahl Personen: 04
Doppelbetten: [dropdown]
Objekt: egal
Lage: egal
 Rollstuhlgang
 Hundebegleit

Ihre Extras:
 Parkplatz
 Schwimmbecken/Whirlpool
 Kabel-TV/Sat-TV
 Gesamtpreis
 Wäscheservice

Ihr Anbieter:
Alle

Kartensuche Merkleliste Objektcode: [input] OK Suchen

Ihre Suchergebnisse:
Tabelle Ansicht Galeriesicht Seite drucken

reka:
CHF 449
OESTER-MÜLLER
Aedelboden, Berner Oberland mehr...

INTERHOME
CHF 1344
CHALET BEAUREGARD
Troistorrens - Chablais, Wallis mehr...

CHRISTIANIA
CHF 483
Nendaz, Wallis plus...

■ **E-Marktplatz.** Die Internetplattform E-Marktplatz vereinigt über 15 000 direkt buchbare Schweizer Ferienwohnungen. Der Zugang erfolgt über MySwitzerland.com. E-Marktplatz wird am heutigen Ferientag lanciert. Screenshot: Schweiz Tourismus

E-Marktplatz

15 000 Fewos auf einer Plattform

Am letzten Ferientag war die Ferienwohnungs-offensive der Reka präsentiert worden, am heutigen Ferientag wird das erste Projekt lanciert: der E-Markt für Ferienwohnungen. Der Gast findet dort über 15 000 Ferienwohnungen auf einer einzigen Plattform.

Christine Künzler

Rund 18 Mio. Logiernächte werden in der Schweiz jährlich mit Ferienwohnungen generiert. Bis jetzt mussten die Gäste ihre Ferienwohnung bei verschiedenen Anbietern zusammensuchen. Mit dem E-Marktplatz haben die Reka und Schweiz Tourismus (ST) nun eine Plattform geschaffen, die das Image der Ferienwohnungen schlagartig stärken dürfte: Der Gast kann auf

einer einzigen Plattform schweizweit mehr als 15 000 Ferienwohnungen direkt buchen, wenn er auf MySwitzerland.com den Button «Ferienwohnungen» anklickt. Ein wichtiges Ziel dieses Fewo-Projekts ist, schweizweit möglichst viele kalte Betten zu wärmen.

Die klar und übersichtlich gestaltete Benutzeroberfläche und das anwenderfreundliche Suchsystem helfen dem Gast, die geeignete Wohnung sofort zu finden und abzuklären, ob sie zum gewünschten Termin frei ist. Dann kann der Gast auch gleich buchen: Die Buchung wird – provisionsfrei – auf das entsprechende Reservationssystem weitergeleitet. Zurzeit sind die fünf grossen Reservationssysteme Reka, Deskline, Tomas, Interhome und Switzerland Travel Centre angeschlossen. Weitere sollen folgen, wie Roland Lyman, Vizedirektor und Projektverantwortlicher der Reka, festhält. Es bestehe bereits eine Wartequeue. «Diese Fremd-

systeme alle in ein Boot zu holen, war eine Herausforderung», zieht Thomas Winkler, Leiter Portal-Management bei ST, Bilanz. Er war bei der Realisierung der Plattform massgeblich beteiligt.

Klassifizierte Objekte haben Vorrang

Der Gast kann seine Ferienwohnung sowohl nach Preis als auch nach Ort oder Region suchen. Zudem sind alle Angebote mit Bild und Wort beschrieben, und Links führen zu Ortsinfos. Neu werden auch Luftbilder eingebaut, die die genaue Lage und die Umgebung des Objekts zeigen. Fast alle Ferienwohnungen auf dem E-Marktplatz sind klassifiziert nach dem System des Schweizer Tourismusverbands. «Die unklassifizierten Ferienwohnungen und die ohne Bilder werden auf der Liste hintangestellt», so Lyman. Das soll die Eigentümer dazu motivieren, ihre Wohnungen klassifizieren zu lassen. Später soll auch ein Bewertungssystem für Ferienwohnungen geschaffen werden, sagt Winkler. «Wir sind an der Evaluierung eines geeigneten Systems.»

«Eine so einheitlich dargestellte und buchbare Ferienwohnungsplattform ist in Europa einzigartig», sagt Lyman. Die Projektleitung des E-Markts liegt bei der Reka. Sie trägt, zusammen mit anderen Partnern, die Hälfte der Realisierungskosten von rund 600 000 Franken. Die andere Hälfte wird aus Innoutour-Geldern finanziert. ST übernimmt vorerst für fünf Jahre den Betrieb und die Weiterentwicklung der Plattform. Sie beteiligt sich jährlich mit rund 150 000 Franken am E-Marktplatz. Die ST-Partner können die Plattform jedoch kostenlos nutzen. ST übernimmt zudem die Kommunikation der Fewo-Plattform. «Allen bestellten Broschüren legen wir eine Karte mit dem Hinweis auf den E-Marktplatz bei», sagt Winkler. «Je nach Markt schalten wir noch Online-Werbung.»

Mit dem Fewo-Projekt Swiss Apartments harzt es

Weniger erfolgreich als der E-Marktplatz ist das Projekt Swiss Apartments, ein Dachverband für Schweizer Ferienwohnungsanbieter. Swiss Apartments, ursprünglich ein Innoutour-Projekt, wird heute nicht mehr auf der Liste der Innoutour-Projekte geführt. Laut Statuten will Swiss Apartments eine tragfähige Struktur für Ferienwohnungsanbieter aufbauen, die Interessen seiner Mitglieder gegenüber Behörden und Tourismusorganisationen vertreten, Weiterbildungen organisieren und Serviceleistungen entwickeln (siehe htr 35/04). Ein Blick auf die Homepage www.swissapartments.ch lässt in zwei Jahren Aufbauarbeit wenig Aktivität vermuten: Die letzte Meldung unter «News» datiert vom Oktober 2005. Geschäftsführer Marcus Waldmeier jedoch versichert, sein Projekt laufe «sehr gut». Er

versprach der htr, bis letzten Montag einen Businessplan zukommen zu lassen, der die Entwicklung des Projekts festhalte. Eingetroffen sind die Unterlagen bis Redaktionsschluss nicht. Er habe viel dazu beigetragen, dass die Besitzer ihre Ferienwohnungen klassifizieren liessen, sagt Waldmeier. Auch habe Swiss Apartments EDV-Standards eingeführt, die die Kommunikation zwischen der E-Marktplatz-Plattform und den einzelnen Systemen überhaupt erst ermöglichen. «Wir haben die Vorarbeiten geleistet, Schweiz Tourismus und die Reka sind auf den Zug aufgesprungen.» Eine Aussage, die Roland Lyman, Projektleiter und Vizedirektor Reka, und Thomas Winkler, Leiter Portal Management bei Schweiz Tourismus, erstaunt: «Swiss Apartments war zu keinem Zeitpunkt aktiv in unser Projekt integriert.» CK

Anzeige

Reines Bündner Bergquellwasser. Auch mit Hopfen und Malz.

1780
seit 1780
Depuis
CALANDA
gebraut aus reinem Bergquellwasser
Bière Normale • Lagerbier • Bière Normale

Natürlich anders.

www.calanda.com

SGH-Forum: Gewinner gekürt

■ **Stelldichein der Branche.** Die Htr-Glücksfee hat die drei Gewinner eines Gratiseintritts für das

htr medienpatronat

«Hotel Finance Forum 2006» der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) gezogen. Es handelt sich dabei um folgende Personen:

- Martin Albrecht, Fiesch
- Bernhard Schmid, Reckingen
- Guido Buob, Appenzell

Wer bei der Ziehung leer ausging, kann sich eine Teilnahme an der Veranstaltung, die am Mittwoch, 24. Mai 2006, im Kongresszentrum in Lugano stattfindet, immer noch überlegen: Die Anmeldefrist läuft bis am 10. Mai. Die Gebühr beträgt 150 Franken. Das Forum beschäftigt sich dieses Jahr mit dem Thema «Hotelsterben – Chancen und Gefahren für Wirtschaft und Politik». **TL**

Informationen und Anmeldungen: www.sgh.ch oder Tel. 044 209 16 16

Jugi und Zelt

■ **Jugendherberge und Camping.** Schweizer sind die häufigsten Gäste in Schweizer Jugendherbergen und auf Campingplätzen. Die 61 Jugis generierten im 2005 860 000 Übernachtungen, rund zwei Drittel von Schweizern. Deutsche Gäste brachten 123 000 Logiernächte. Rund ebenso viele brachten Gäste aus den anderen europäischen Ländern. Auf den 249 berücksichtigten Campingplätzen wurden letztes Jahr ohne Dauermieter 2,72 Millionen Übernachtungen gezählt. **CK/sda**

Mehr Umsatz

■ **Vierwaldstättersee.** In den ersten vier Monaten 2006 stieg der Buchungsumsatz von Hotels und Ferienwohnungen der Destination um 44% auf 229 555 Franken. Die Zahl der Buchungen stieg gegenüber 2005 um 7% und der durchschnittliche Betrag pro Buchung (Fr. 751.–) um rund 200 Franken. Gründe für das Plus sind Marketingaktivitäten in den neuen deutschen Bundesländern sowie das erfolgreiche Produkt «Sommer-Safari», schreibt Vierwaldstättersee Tourismus. **CK**

Naturpärke

■ **Naturpärke.** Der Berner Regierungsrat unterstützt den Aufbau der vier regionalen Naturpärke Chasseral, Diemtigtal, Gantrisch und Thunersee-Hohgant. Der Regionalpark Diemtigtal muss sich allerdings vergrössern oder mit dem Regionalpark Gantrisch fusionieren. Auch die Schaffung eines Naturparks im Emmental fördert der Regierungsrat nur unter klaren Auflagen. Nicht unterstützt wird der Aufbau eines Naturparks Wassermatten im Oberaargau. **CK**

Ein Plus

■ **Graubünden.** Die Bündner Hotellerie hat im Februar die Logiernächtezahlen des Vorjahres um 0,5% übertroffen (total 834 803). Das Plus dürfte nicht zuletzt auf einen Aufschwung bei den Hotels kleinerer Wintersportorte zurückzuführen sein, schreibt Graubünden Ferien. Das März-Ergebnis werde wegen der späten Ostertage wohl schlechter als im Vorjahr ausfallen. Trotzdem dürfte das gesamte Winterergebnis leicht höher sein als im Vorjahr. **CK/sda**

Hotel Bellevue Palace

Luxus-Hotel zu Luxus-Hotels

■ Die Victoria-Jungfrau Collection nimmt das Berner 5-Sterne-Hotel Bellevue Palace ab 2007 in Pacht. Direktor Melchior Windlin geht Ende Jahr.

Christine Künzler

Was seit Monaten hinter vorgehaltener Hand gesagt wurde, hat sich bestätigt: Die Victoria-Jungfrau Collection wird das dem Bund gehörende «Bellevue Palace» ab 2007 führen. Die Victoria-Jungfrau-Gruppe habe sich für «ein kontrolliertes Wachstum» entschieden, steht in der kurzen Pressemitteilung.

Das Berner Luxushotel passt in das Portefeuille der Hotel-Gruppe mit dem «Victoria-Jungfrau», Interlaken, dem «Palace», Luzern und dem «Eden au Lac», Zürich. Peter Siegenthaler, Chef der Eidgenössischen Finanzverwaltung und Verwaltungsratspräsident des «Bellevue», ist zum jetzigen Zeitpunkt zu einem Interview mit der htr nicht bereit. Er verweist auf die «Bellevue»-Bilanz-Präsenzkonferenz am 9. Mai, an der Einzelheiten bekannt gegeben würden.

Auch die Rezidor-Gruppe war am «Bellevue» interessiert

Sicher ist: Die Eidgenossenschaft hat die Verpachtung Ende 2005 vorbereitet, indem sie der Bellevue Palace AG den Boden abgekauft und mit ihr einen Baurechtsvertrag abgeschlossen hat. Damit ist die Bilanz des Hotels verbessert und der Mietzins reduziert worden. Erst so wird die Vermietung des Hotels überhaupt realistisch. Die Bellevue Palace AG bleibt Besitzerin des Gebäudes und hat mit der Victoria-Jungfrau-Gruppe einen «langjährigen Pachtvertrag» abgeschlossen. «Der Pachtzins enthält zwei Elemente», hält Peter Bratschi, Verwaltungsratspräsident der Victoria-Jungfrau AG fest. Eins der Elemente sei fix, das andere variabel und erfolgsabhängig. Das heisst, die Eidgenossenschaft bekommt zum Mietzins auch noch eine Erfolgsprämie.

Die Victoria-Jungfrau Collection war nicht einzige Interessentin. Auch die Rezidor SAS Hospitality wollte das «Bellevue Palace» übernehmen. Warum sich die Hotel Bellevue Palace AG für die Victoria-Jungfrau-Gruppe entschieden hat, darüber kann Bratschi nur spekulieren: «Rezidor wollte das Hotel im Management führen, wir in Pacht.»



■ Neue Leitung fürs «Bellevue». Foto: zvg



■ **Talfahrt gestoppt.** Trotz besserer Stimmung im Tessiner Tourismusgewerbe sollen das Angebot weiter verbessert und die Marketing-Anstrengungen nicht vernachlässigt werden. Im Bild Gandria am Luganersee. Foto: Swiss-Image

Tessin

Tourismuskredit im Kreuzfeuer

■ Ein Rahmenkredit zur Förderung des Tourismus sorgt im Tessin für einigen Wirbel.

SP und Lega wollen den Anteil für das Marketing des kantonalen Verkehrsvereins kürzen. Dieser wehrt sich, will er doch die Marketinganstrengungen verstärken.

Gerhard Lob

Das Ostergeschäft in der Tessiner Tourismusbranche ist gut bis sehr gut gelaufen. Das ist die übereinstimmende Meinung der Touristiker. Insbesondere Deutschschweizer nutzten die Ostertage für ein verlängertes Wochenende, häufig sogar für einen regelrechten Kurzurlaub – Stau am Gotthard hin oder her.

Die Stimmung im Tessiner Tourismusgewerbe und bei den Hoteliers ist besser als auch schon. Denn nach dem Einbruch der Übernachtungszahlen zwischen 2001 und 2003 um 18 Prozent ist seither eine leichte Trendwende feststellbar. «Wenigstens die Talfahrt ist gestoppt», freut sich Tiziano Gagliardi, der Direktor des kantonalen Verkehrsvereins «Ticino Turismo».

Jährlich 2 Millionen für die Promotion

Doch auf den Lorbeeren ausruhen kann man sich deshalb noch lange nicht. Und gute Auslastungen an Ostern machen keine ganze Saison aus. Aus diesem Grund fordert die Branche

einmütig, wachsam zu bleiben, das Angebot zu verbessern und die Marketing-Anstrengungen nicht zu vernachlässigen.

Ein zentrale Rolle, um dieses Ziel zu erreichen, spielt ein Tourismusrahmenkredit von 32 Mio. Franken, über den der Grosse Rat in der nächsten Session Mitte Mai zu entscheiden hat. Analog zu einem Vierjahresrahmenkredit von 40 Mio. Franken für die Jahre 2002 bis 2005 hat der Staatsrat vorgeschlagen, für die Jahre 2006 bis 2009 nun 32 Mio. Franken bereitzustellen. 24 Millionen können in Form von Subventionen bei Investitionen in touristische Infrastrukturen ausgeschüttet werden, darunter Hotels und Verkehrsbetriebe. 8 Millionen sind für die Promotion gedacht, die der Tessiner Verkehrsverein betreibt – das macht ungerechnet 2 Mio. Franken pro Jahr.

Im Grossen Rat gibt es allerdings Widerstand gegen dieses Kreditbegehren. SP und Lega sind der Meinung, dass wegen der angespannten Finanzlage nur 7 Mio. Franken für die Promotion gesprochen werden sollten. Der Tessiner Verkehrsverein warnt hingegen davor, den Rahmenkredit zu kürzen. «Dieser Betrag ist für uns vital», sagt Gagliardi.

Investitionszuschüsse für Hoteliers

Auch Hoteliers drängen auf eine schnelle Verabschiedung des Rahmenkredits. Denn dann können sie wieder Zuschüsse für dringend benötigte Investitionen beantragen. Vom letzten Rahmenkredit (2002–2005) flossen al-

lein 8 Mio. Franken in die Hotellerie, für gut 1 Mio. Franken wurden beispielsweise Zuschüsse für den Einbau von Klimaanlage bewilligt.

Die Debatte um den Rahmenkredit fällt in eine politisch aufgewühlte Situation. Mehrfach wurde das Traktandum bereits verschoben, weil Finanz- und Wirtschaftsministerin Marina Masoni (FDP) wegen eines Unfalls krankgeschrieben ist. Die FDP-Politikerin ist zugleich Präsidentin von Ticino Turismo und steht seit Monaten im Mittelpunkt der so genannten Steueraffäre. Politisch ist sie stark angeschlagen.

Was hat die Restrukturierung tatsächlich gebracht?

SP und Lega wollen diesen Moment nutzen, um über die Ära des ehemaligen Tourismusdirektors Giuseppe Stinca zu diskutieren. Dieser hatte zwischen 2001 und 2003 ein Mandat von mehr als 3 Mio. Franken zur Restrukturierung des Verkehrsvereins erhalten und war ein Schützling Masonis. Doch was hat die Restrukturierung unter Stinca tatsächlich gebracht? War er so viel Geld wert?

Wegen dieser politischen Konnotation drängt die Lega darauf zu warten, bis Marina Masoni wieder gesund ist und den Regierungsvorschlag vor dem Grossen Rat verteidigen kann. Die Tourismuskreise wollen aber nicht länger zuwarten. Ironie des Schicksals: Sollte Masoni verhindert sein, wird ihre interne Widersacherin Patrizia Pesenti (SP) den Rahmenkredit für die Regierung verteidigen.

«Enjoy Switzerland»

Die sechs neuen Destinationen

■ Die neuen Destinationen, die «Enjoy Switzerland» umsetzen, werden am heutigen Ferientag bekannt gegeben. Neu sind auch Städte dabei.

Christine Künzler

Die Alpenregion.ch (Brienz-Meiringen-Hasliberg), Genf, Klosters, Lenk-Simmatal, Leysin und Nyon Région sind die sechs Destinationen, die ab nächstem Jahr auf «Enjoy Switzerland» setzen. Sie wollen sich für eine «umfassende und nachhaltige Steigerung der Gastfreundlichkeit und der Angebotsqualität» engagieren, schreibt Schweiz Tourismus (ST). ST, die das Projekt lanciert hat, zahlt 54 000 Franken pro Destination an die Umsetzung, die drei Jahre dauert, und stellt zwei Projektleiter zur Verfügung. Die Destination müssen je 136 000 Franken beisteuern.

Die vier Pilotdestinationen Scuol, Lenzerheide, Villars-Gryon und Zermatt haben «Enjoy Switzerland» in den letzten drei Jahren umgesetzt und alle direkten Nutzen daraus gezogen, wie ST schreibt.

Die Gästezufriedenheit ist gestiegen

In Zermatt beispielsweise ist aufgrund von «Enjoy Switzerland» das Projekt Zermatt 2015 entstanden. Es umfasst langfristige, tiefgreifende Massnahmen im Bereich Verkehr, Umwelt, Raumplanung und Kommunikation. In Villars-Gryon ist unter anderem die Karte «Free Access» eingeführt worden. Sie ermöglicht Übernachtungsgästen freien Zutritt zu Bahnen, Sportinfrastrukturen und anderem. Lenzerheide hat beispielsweise ein grosses Schulungsangebot für die Leistungsträger realisiert. In Scuol hat «Enjoy Switzerland» unter anderem Sensibilisierungswochen in Schulen ausgelöst (vgl. Seite 17).

Die Gästezufriedenheit in den vier Destinationen habe gesteigert werden können, so ST. Eine Gästenumfrage habe gezeigt, dass sich der Anteil jener Gäste, die die Destination mit der Höchstnote auszeichnen, von 35% im Jahr 2003 auf 42% im 2006 erhöht hat.

KURZ UND BÜNDIG

Fehlende Mittel beschaffen

■ Durch die Abschreibung der Aktien auf 10 Rappen und die anschließende Neuzeichnung durch die bisherigen Aktionäre will der Mystery Park in Interlaken die zurzeit fehlende Liquidität von 4 Mio. Franken beschaffen. Das Kapital könnte so auf 26,6 Mio. Franken erhöht werden. Die alles entscheidende Generalversammlung wurde auf den 9. Juni festgesetzt. **DST/sda**

Rhazünser Plus mit 4% Fruchtsaft.

Unverwechselbar erfrischend und spritzig

Viel Genuss bei wenig Kalorien

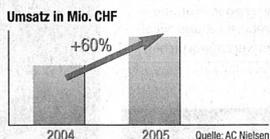
6 wichtige Vitamine

Keine Farb-, Konservierungs- und Süsstoffe



Das Plus für Ihren Umsatz und Ihre Gäste!

- **Grosses Umsatzpotential:**
Aromatisierte Mineralwässer boomen!
- **Attraktive Margen**
- **Kein Risiko:**
 - Hohe Bekanntheit aus Werbung und Handel
 - Mehrheitsfähige Geschmacksrichtungen
Zitrone und Pfirsich
 - Beliebter als die Konkurrenz
 - Idealer Durstlöcher in jeder Situation



Feldschlösschen Getränke AG,
Tel. 0848 80 50 10, Fax 0848 80 50 11, shop@fgg.ch, www.rhazuenserplus.ch

Milestone 2006 – es geht wieder los

■ **Tourismuspreis.** Ab sofort können innovative und witzige Projekte für den Milestone 2006 eingegeben werden. Die Eingabefrist endet am 1. September 2006. Die Preisverteilung – ein gesellschaftlicher Höhepunkt im schweizerischen Tourismus – findet am 14. November im Hotel Bellevue Palace in Bern statt. Mit den «Milestones» soll die Vermittlung von Know-how und damit die Wettbewerbsfähigkeit der Tourismus-Destination Schweiz gefördert werden. Vergeben wer-

den «Meilensteine» in den Kategorien «Lebenswerk einer Persönlichkeit», «Herausragende Projekte» und «Nachwuchs mit aussergewöhnlichen Leistungen». Trägerin des Milestone ist die hotel+tourismus revue (htr), Partner sind das Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) und der Schweizer Tourismus-Verband (STV). htr

Weitere Auskünfte: www.htr-milestone.ch; Sekretariat «Milestone», Regina Frech, htr, 031 370 42 16; Dr. Josef Zehnküsner, Milestone-Projektleiter, 031 311 33 00 / 079 244 14 21



Selbstläufer

■ **Schweiz Tourismus (ST).** Der WM-TV-Spot, mit dem ST die Frauen männlicher Fussballfans zu den schönen Schweizer Männern lockt, ist ein – kostenloser – Selbstläufer: Im April beispielsweise haben über 100 000 Internetusers den Spot heruntergeladen, wie Thomas Winkler, Leiter Portal-Management von ST, festhält. Gezeigt wurde der Spot bisher erst einmal öffentlich: an der Silvesterfeier in Berlin. Diesen Monat erst wird er bei verschiedenen TV-Sendern geschaltet. CK

Bodypainting

■ **Saas-Fee.** Anlässlich des 60-Jahr-Jubiläums der Bäckerei Im seng lud der Walliser Hotelier Lukas Im seng ein Bodypainting-Team nach Saas-Fee ein. Eines der beiden Models wurde öffentlich im Selbstbedienungs-Drehrestaurant Allalin auf 3500 Meter über Meer gebrüht. Die Fotos der beiden Models Linda und Nina für den Bodypainting-Kalender 2007 von Felix Bruhin wurden bei Minustemperaturen morgens früh draussen und in der Eisgrotte gemacht. DST

ZITAT DER WOCHE

«Bier ist nicht nur gesund, es macht auch schön.»

Raphael Locher
von der Appenzeller
Brauerei Locher
im Interview
auf Seite 14

BUSINESS-PEOPLE



■ Im 4-Sterne-Seehotel Kastanienbaum am Vierwaldstättersee ist **Karim Madhour** (im Bild rechts) ab Mitte Mai der neue Chef de Cuisine und **Fabian Inderbitzin** (im Bild links) der neue Souschef. Als letzte Station seiner Karriere war Karim Madhour im Park-Hotel Weggis als Souschef beschäftigt. **Walter Kandi**, Pächter des Seehotels, will mit den beiden Neubesetzungen die hoch gesteckten Ziele des Betriebes erreichen: Ziel ist es, im Gourmetrestaurant Chrüztrichter die bisher erreichten 13 Gault-Millau-Punkte noch zu steigern. Im Restaurant Hechtstube und auf der Seeterrasse soll eine innovative, leichte und marktfähige Küche verwirklicht werden. GSG



■ **Marco von Euw** (Bild) übernimmt neu die Leitung des Vier-Sterne-Hotels Metropole in Interlaken. Der 33-jährige Marco von Euw hat die Hotelfachschule in Thun und ein Betriebsökonomiestudium in Luzern absolviert. Weiter hat er ein Hotel in Engelberg geführt. Marco von Euw tritt die Nachfolge von **Stéphane** und **Sandra Graul** an. Stéphane Graul wechselt als Inhaber der Firma Gastro Prof Consult in die Unternehmensberatung. DST

■ **Roman Vock** und **Regina Memleb** heissen die neuen Leiter des Öko-Hotels Ucliva in Waltensburg GR. Sie traten die Nachfolge von **Alfred Kral** an, der sich einer neuen Herausforderung stellt. DST

■ **Regula Grünenwald** und **Adrian Duppenhaler** verlassen nach 17 Jahren das Restaurant National in Bern, so «Der Bund». Das Wirtespaar setzte auf Slow Food und arbeitet mit Pro Specie Rara, der Schweizer Stiftung für die kulturhistorische und genetische Vielfalt von Pflanzen und Tieren, zusammen. Nachfolger sind **Brigitte Hoekstra** und **Yves Jakob**, die die Philosophie des Hauses fortsetzen sollen. GSG

■ An der Valora-Generalversammlung 2006 wurde **Beatrice Tschanz Kramel**, Ex-Swissair-Kommunikationschefin, für eine weitere Amtszeit von drei Jahren in den Verwaltungsrat gewählt. Gleichzeitig endete die Amtszeit von **Hanne de Mora**. Neu gewählt wurde **Felix Weber**, der im Verwaltungsrat von Glacier Holding/Cablecom ist. GSG

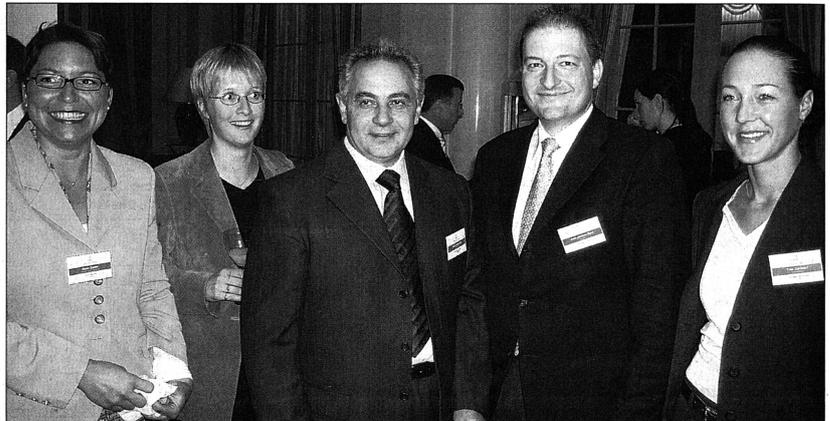
Get-together am SDH-Kaderworkshop

Qualität als Schlüssel zum Erfolg

■ Am Kader-Workshop der Swiss Deluxe Hotels im Berner «Bellevue Palace» waren sich die Teilnehmer einig: Qualität ist das oberste Prinzip. In der Pause nutzten sie die Möglichkeit zum Gedankenaustausch. Und da einige Hotels mit mehreren Personen an der Weiterbildung vertreten waren, bot der Tag auch Gelegenheit, um in anderer Atmosphäre departementübergreifend ins Gespräch zu kommen. MD



■ **Maria Gaugler**, «Les Trois Rois» Basel, und **Peter Molnar**, Park Hotel Vitznau, beide HR Manager.



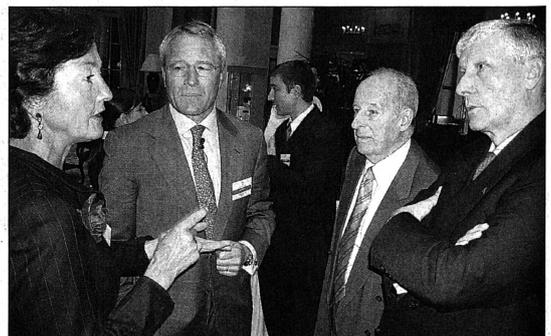
■ **Fröhliches Quintett:** Karin Zuber, Sales & Marketing Manager, Tschuggen Hotel Group, Angela Stricker, Reservierungsleitung, Colaiccio Nevio, Maitre d'Hotel, Jean-Jacques Baur, Executive Assistant Manager, alle drei vom Kulm Hotel, St. Moritz, und Tina Caviezel, Tschuggen Grand Hotel, Arosa. Fotos: Marietta Dedu



■ **Andreas Bakmeier**, IT Manager, und **Stephan Ramseier**, Finanzbuchhalter, beide «Dolder», Zürich.



■ **Arosa Kulm Hotel:** Nina Heukamp, Stv. Empfangschefin, und Alexander Schäfer, Admin. Leiter/HR.



■ **Gelungener Anlass.** Helen und Vic Jacob, Direktion Suvretta House St. Moritz, Albert Rikli, Senior General Manager Royal Park Hotel Kandersteg, und Marco R. Torriani, General Manager Mandarin Oriental Hôtel du Rhône, Genf.



■ **Zufriedene Teilnehmer:** Eric Favre, General Manager Le Mirador Kempinski, Mont-Pèlerin, und Henry Vergnaud, Hotel du Rhône, Genf.



■ **Dreimal Beau Rivage, Genf:** Victor da Cunha, HR Manager, Marlène Perraudin, Secrétaire HR und Nicolas Housset, Bankettverantwortlicher.



■ **Vom «Palace» St. Moritz:** Illu Tirasci, Director of Sales Benelux, Germany, UK und Scandinavia, Christopher Cox, Direktor Sales & Marketing, und Regula Peter, Qualitätsleiterin.



■ **Drei vom «Les Trois Rois» in Base:** Claudia Abu Khadrah, Quality Manager, Tanja Wegmann, Resident Manager und Brigitte Bachmann, FO Manager (v. l.).



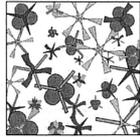
■ **Vom «Splendide», Lugano, angereist:** Rossella Neuroni Bianchi, F&B-Manager, Ursula Omischl, Gouvernante (hinten, v. l.) und Katja Müller, FO-Manager, Giovanna Lia, Chef Concierge und Remus Bagaian, Quality Manager (vordere Reihe, v. l.).



HOTELLERIE 8
Best Western Schweiz | Die Hotelgruppe forciert das Key Account Management und will die Mitglieder-Umsätze um 10% steigern.



HOTELLERIE 8
Peter Tschirky | Ab August 2006 leitet Peter Tschirky den neuen Geschäftsbereich Resort der Grand Hotels Bad Ragaz AG.



GASTRONOMIE 10
«Essen nach Bildern» | Im Restaurant Outpost beim Zürcher Zoo wählt man ein abstraktes Bild - und bekommt ein Gericht dazu.



Nicholas Clayton, Mandarin Oriental Hotels

«Mittleres Kader im Fokus»

■ Führungspersönlichkeiten auf allen Hierarchiestufen: Das fördert die Qualität im Betrieb. Davon ist Hotelmanager Nicholas Clayton* überzeugt.

Theres Lagler

► Nicholas Clayton, Sie sagen, dass sich alles um «Leadership» dreht. Gilt das auch für das Qualitätsbestreben in einem Hotel?

Auf jeden Fall. Der Führungsstil widerspiegelt sich im ganzen Hotel, bestimmt das Verhalten der Mitarbeiter, diktiert gewissermassen deren Auftritt. Wenn ein Hotel den Direktor oder General-Manager wechselt, wird es sich in den meisten Fällen verändern. Deshalb gibt es - gerade auch in Schweizer Hotels - viele General-Manager, die ihre Arbeit schon seit langer Zeit ausüben. Das ist gut so, da auf diese Weise Kontinuität gewährleistet wird.

► Die Mandarin Oriental Hotel Group besitzt Hotels rund um den Globus. Was muss ein General-Manager für Ihre Hotelgruppe mitbringen? Er muss seine Verantwortung im Bereich Human Resources erkennen. Wir glauben, dass ein exzellenter Service-Standard nur durch das Wohlbefinden der Mitarbeiter erreicht werden kann. Wenn ein General-Manager seine Mitarbeiter motiviert und fördert, alle mit Namen kennt, die Richtigen auswählt und Begeisterung für Führungsarbeit an den Tag legt, dann hat ein Hotel gute Chancen auf Erfolg.

► Sie räumen damit der Sozialkompetenz auf Führungspositionen einen grossen Platz ein. Ist diese Fähigkeit eine Frage des Talents oder ist sie auch erlernbar?

Ich glaube daran, dass gewisse Leute für Führungsaufgaben geboren sind und förmlich nach Verantwortung suchen. Wer dazu bereit ist, nicht nur für sein eigenes Tun, sondern auch für die Handlungen von anderen Personen Verantwortung zu übernehmen, kann im Laufe der Zeit seine Führungsqualitäten und -fertigkeiten verbessern. Wer sich aber dabei nicht wohl fühlt, der sollte gar nicht erst eine Führungsposition annehmen.

► Im Qualitätsprozess der Mandarin Oriental Hotels ist die tägliche Weiterbildung ein Schlüsselfaktor. Wie viel Geld investiert die Hotelgruppe jährlich in diesen Bereich?

Das kann ich nicht beziffern. Wir haben keine Richtlinie, die besagt, dass wir beispielsweise einen Zehntel des Budgets in die Weiterbildung investieren. Jedes Hotel muss aber einen jährlichen Weiterbildungsplan erarbeiten, der alle Hierarchiestufen umfasst und von einem regionalen Supervisor überprüft wird. Unser spezielles Augenmerk gilt dabei dem mittleren Kader. Das mittlere Kader setzt sich häufig aus Mitarbeitern zusammen, die zuvor beispielsweise als Chefkellner tätig waren und dann plötzlich nach oben rutschen. Meistens fehlt ihnen noch ein Training in Führungsarbeit. Unsere Weiterbildungsangebote auf diesem Management-Level sind deshalb gut investiertes Geld. Auf diese Weise wird das Umfeld für das ganze Team verbessert.

► Wenn bei einer Stellenbesetzung ein Kandidat falsch eingeschätzt wurde, lässt sich das später im Betrieb noch korrigieren?

Natürlich sprechen wir immer vom Idealfall, bei dem jede Stellenbesetzung gelingt. Das ist aber nicht die Realität. Wer mit einem Selektionssystem arbeitet, das zuverlässig eine Trefferquote von 60 Prozent erzielt, muss alles daran setzen, eine Trefferquote von 75 Prozent zu erreichen. 100 Prozent muss man sich aber aus dem Kopf schlagen.

► Zum Schluss: Wie schätzen Sie die Schweizer Hotellerie ein?

Ich habe den Eindruck gewonnen, dass die Schweizer Hotels ein reiches kulturelles Erbe haben, das einerseits wunderschön ist, andererseits aber auch den Schritt in die Moderne erschwert. Zudem hat die Schweiz international gesehen nicht den Stellenwert, den sie haben sollte. Das ist wohl eine Frage des Landesmarketings.

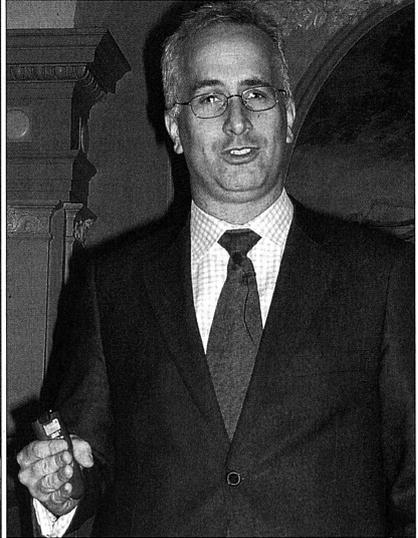
* Nicholas Clayton ist seit Juni 2001 für die Mandarin Oriental Hotel Group tätig. Der gebürtige Amerikaner ist als Operation Director unter anderem zuständig für die Kundenservice- und Weiterbildungsinitiativen der Hotelgruppe.



■ Nicholas Clayton plädiert für stete Weiterbildung. Foto: Marietta Dedual



■ Zeigten Wege zur Qualitätsverbesserung auf. Frank Hoehn, Lehrbeauftragter an verschiedenen Hotelfachschulen (links), und Trent Walsh, Direktor der Leading Quality Assurance, die umfangreiche Hoteltests durchführt. Fotos: Marietta Dedual



Kaderworkshop der Swiss Deluxe Hotels

Qualität als Grundvoraussetzung

■ Was ist Qualität? Wie kann sie im Betrieb verbessert werden? Und welche Trends beeinflussen die aktuellen Kundenbedürfnisse? Mit diesen Fragen setzten sich letzte Woche im Hotel Bellevue in Bern rund 100 Kadermitarbeiter der Swiss Deluxe Hotels auseinander.

Theres Lagler

«Es ist nicht von der Hand zu weisen: Der Aufwand für ein Qualitätsmanagement-System ist substanzial, der Erfolg aber ebenso.» Mit diesen Worten machte Vic Jacob, Präsident der Swiss Deluxe Hotels (SDH), den Kadermitarbeitern Mut, sich ganz aufs Thema «Qualität» einzulassen. Als erster Gastreferent am SDH-Workshop von letzter Woche in Bern trat Guglielmo L. Brentel auf. Der Präsident von hotellerieuisse liess keine Zweifel daran aufkommen, welchen Stellenwert er der Qualität einräumt. «Wir haben heute keinen Distanzschutz mehr. 190 Länder buhlen um die Gäste. Das bedeutet, dass wir entweder billiger oder besser sein müssen als die anderen. Billiger können wir nicht sein, deshalb müssen wir auf Qualität setzen», so Brentel. Doch was bedeutet das

genau? Welche Qualitätsanforderungen müssen die Hotels erfüllen?

Für Frank Hoehn, Lehrbeauftragter an verschiedenen Hotelfachschulen, ist es mit einem Qualitätsmanagement-System alleine nicht getan. «Das ist erst das Eintrittsticket zum Erfolg. Die Kunden wünschen heutzutage mehr: Sie suchen nach emotionalen Beziehungen, erwarten eine respektvolle Behandlung und wollen stolz darauf sein, zu Ihren Gästen zu gehören.» Hoehn ist überzeugt, dass die Hotellerie in diesem Bereich noch einiges von der Luxusgüterindustrie lernen kann. «Luxusprodukte sind ein Spiegel der Konsumenten. Wer mit einer Louis-Vuitton-Tasche herumläuft, will ein Statement abgeben», so Hoehn. Es gehe darum, ein starkes Zugehörigkeitsgefühl zur Marke zu erreichen.

Vergleichsdaten ermöglichen gezielte Verbesserungen

Während Nicholas Clayton, Operation Director der Mandarin Oriental Hotel Group, bei seinen Qualitätsüberlegungen die Mitarbeiter ins Zentrum rückte (siehe Interview), hob Trent Walsh, Direktor der Leading Quality Assurance (LQA), die Bedeutung von Benchmarks hervor. Das Unternehmen führt weltweit Qualitätstests im Luxushotelseg-

ment durch und zählt auch die Swiss Deluxe Hotels zu seinen Kunden. Diese können auf der Website www.leading-quality.com ihren Betrieb mit andern Hotels an vergleichbaren Standorten messen. «Auf diese Weise sieht ein Hotelmanager sofort, in welcher Abteilung die Leistung besser oder schlechter geworden ist. Das erlaubt ihm, die richtigen Gegenmassnahmen zu treffen», so Walsh. Die LQA misst bei ihren Bewertungen über 1200 Standard-Kriterien.

Ab Ende 2008: ISO für alle

■ Qualität ist für die Swiss Deluxe Hotels nicht nur ein Lippenbekenntnis: Bereits im Jahr 1993 hat die Vereinigung mit «Standards of Excellence» ein einzigartiges Konzept zur Qualitätsförderung eingeführt, das 1500 Kriterien umfasst, die von Mystery-Persons jährlich geprüft werden. Wie wichtig den Swiss Deluxe Hotels Qualität und deren Weiterentwicklung ist, zeigt auch folgender Beschluss, der an der GV vom 20. Juni 2005 in Gstaad gefasst wurde: «Einführung eines zertifizierten Qualitätsmanagement-Programmes gemäss Anforderung QIII für alle Mitglieder und Neumitglieder bis 31. Dezember 2008.» MD

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

Freie Betten? Wir helfen Ihnen beim Belegen!

Lassen Sie es uns wissen!

Ihre «hotel specials» auf www.swisshotels.com

CHF 99.00 für 4 Wochen Onlinepräsenz.

hotellerieuisse
 Monbijoustrasse 130, 3007 Bern
 Tel. 031 370 43 14, Fax 031 370 41 21
hotelspecials@hotellerieuisse.ch

eco bar

Die beste Adresse für Minibars und Zimmersafes:

www.ecobar.ch

Da finden Sie alle Modelle und Preise

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

BAD & WELLNESS • BETT • TISCH • KÜCHE •

Tischtuch SAMOS
 Pflegeleichte Polyesterqualität, wuschbar bis 40°C.
 Weitere Dessins, Farben und Grössen auf Anfrage.

PEIFFER TEXTILE

PEIFFER TEXTILE GmbH
 CH-8753 Mollis • Netzstrasse 11 • Tel. 055 618 41 41
 Fax 055 618 41 00 • switzerland@peiffertextile.com

Gute Aussichten.

Dank fideiHotel, der neuen F&B-Logistiklösung auf ABACUS-Basis von fideivision. Auch als günstiges Einsteigerpaket erhältlich.

Interessiert?

www.fideivision.ch
 044 738 50 70

Betriebswirtschaftliche Lösungen

KURZ UND BÜNDIG

Berlin: Weiter im Preiskampf

Der Preiskampf unter den Berliner 4- und 5-Sterne-Hotels wird auch in den nächsten Jahren kaum nachlassen. Dies ist das Ergebnis einer Studie der internationalen Hotelmakler von Jones-Lang-LaSalle. Die Expansion auf dem Berliner Hotelmarkt von etwa 30 000 Betten im Jahr 1990 auf jetzt rund 82 000 sei zwar weitgehend abgeschlossen; dennoch werde der Druck der Überkapazitäten längere Zeit anhalten. Die Hotels der Stadt erzielten im 2005 mit 127,44 Euro (199 Franken) den in Deutschland höchsten durchschnittlichen Zimmerpreis, lagen aber bei der Belegung mit 61,8% im Vergleich hinter den fünf anderen grössten deutschen Städten. Hamburg schaffte über 70%. Die Folge: Der «Room Yield», Umsatz pro vorhandenem Zimmer, nahm in Berlin sogar ab. Im ersten Quartal 2006 allerdings ist er wieder um über 10% gestiegen. *KJV*

St. Gallen-Bodensee

Präzisierung. Unter dem Titel «Bodensee meldet Topzahlen» veröffentlichte die htr in der Ausgabe vom 27. April die 2005er-Zahlen. Korrekt sollte der Titel «St. Gallen-Bodensee meldet Topzahlen» lauten, denn 80 Prozent der Logierzahlen wurden in St. Gallen generiert. Wir entschuldigen uns. *htr*

Best Western Swiss Hotels

Ziel sind 10 Prozent mehr Umsatz

Konsens und Zusammenarbeit auf internationaler Ebene bei Best Western haben sich «spürbar verbessert». So das Urteil des Präsidenten an der GV der Best Western Swiss Hotels in Bern. Die Schweizer Gruppe will die Umsätze via die Zentrale um 10% steigern.

Karl Josef Verding

An der Generalversammlung der Best Western Swiss Hotels im Berner Stade de Suisse sprach ihr Präsident Peter Märky von einer «spürbaren Verbesserung der internationalen Zusammenarbeit» im Rahmen von Best Western weltweit. Das neue «affiliation agreement» von Best Western International sei nun abgeschlossen, es gebe «keine ausstehenden Länder mehr».

Drei von vier Buchungen kommen aus dem Ausland

Die Amerikaner hätten «eingesehen», so Märky, «welch enorme Steigerung des Incoming-Business aus Europa» die verbesserte Zusammenarbeit in der internationalen Gruppierung bringe. Und was die Gegenrichtung der Buchungen betrifft: «Die internationale Vermarktung sichert die Wettbewerbsfähigkeit der Hotels. Bei Best Western in der Schweiz kommen drei von vier Buchungen aus dem Ausland.»



Vorwärts-Strategie. Best Western Hotel Bristol in Bern: Die Gruppe verfolgt eine «Avanti»-Strategie für «member care», Marketing und Administration. Foto: zvg

Die Zentrale der Best Western Swiss Hotels will gemäss ihrem CEO Peter Michel im 2006 die Umsätze für ihre 54 Partnerhotels um 10% steigern. Das würde einen Durchschnitts-Umsatz von über 300 000 Franken je Partnerhotel bedeuten, gegenüber 274 000 Franken durchschnittlich im 2005. Mitglieder-Akquisitionsziel von Best Western Schweiz ist die Hinzugewinnung von drei neuen Partnerhotels. Das entspricht dem Zugewinn vom letzten

Jahr: Im 2005 traten das Best Western Hotel Storchen, Schönenwerd bei Aarau; das Best Western Hotel Speer, Rapperswil; und das Best Western Hotel Sasso Boretto, Ascona ein.

Ebenfalls um 10% soll der Schweizer Umsatz im Key Account Management steigen – mit den wichtigsten Partnern im Corporate Travel, der Reisebranche, den Leisure-Verkaufskanälen und mit MICE-Veranstaltern (Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions).

Der Gesamt-Umsatz weltweit via das Reservationssystem von Best Western stieg im 2005 um 10% auf 1 Million Dollar pro Tag. Die Buchungen via Internet nahmen um 27% zu. Die Zahl der Stammkunden des Gold Crown Club International (GCCCI) von Best Western hat 5 Millionen erreicht.

Der potenzielle Gast kann auf www.bestwestern.com in insgesamt acht Sprachen reservieren: Deutsch, Englisch, Französisch, Spanisch, Italienisch, Chinesisch, Japanisch und Koreanisch. Im Februar 2006 wurde eine neue Website mit vereinfachten Buchungsabläufen lanciert.

Schweizer TV-Spot interessiert die europäischen Kollegen

Bereits 19 Inspektionen nach den Kriterien von Best Western wurden im 2006 in Schweizer Hotels der Gruppe durchgeführt. Dabei erreichte ein Hotel die Maximalzahl von 1000 Punkten. Die Quality Awards der Best Western Swiss Hotels für 2005 gehen an: Best Western Premier Hotel Glockenhof, Zürich; Best Western Hotel Engimatt, Zürich; und Best Western Hotel Zürcherhof, Zürich.

236 000 Franken gab die Schweizer Zentrale im 2005 für Werbung aus: Darin eingeschlossen ist der TV-Spot, den jetzt weitere europäische Landesorganisationen von Best Western adaptieren wollen. Vorwärts machen will man unter dem Titel «Best Western Avanti» in den drei Bereichen «member care», Marketing und Administration.

Anzeige



Hotel Finance Forum SGH 2006

Hotelsterben, Chancen und Gefahren für Wirtschaft und Politik

Ort	Kongresszentrum «Il Ciani», Lugano
Datum, Zeit	Mittwoch, 24. Mai 2006, 13.30 – 17.00 Uhr
Teilnehmende	Hotelliers, Touristiker Politik, Verwaltung Raumplanung Immobilienbranche Wirtschafts- und Tourismusentwicklung Treuhand, Berater, Rechtsanwälte Finanzwirtschaft
Thema	Immer mehr Hotels schliessen ihre Tore und werden vom boomenden Markt für Zweitwohnungen verdrängt. Das Hotel Finance Forum SGH 2006, eine gemeinsame Veranstaltung von Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit, Ticino Turismo und Scuola Superiore Alberghiera e del Turismo geht folgenden Fragen auf den Grund: - Von welchen angebots- und nachfragebezogenen Veränderungen ist die Hotellerie in der Schweiz und besonders im Tessin betroffen? - Welche wirtschaftlichen und touristischen Effekte ergeben sich aus dem Verlust von Hotelbetten? - Gibt es Alternativen zum klassischen Hotel? - Welche Rolle haben die Gemeinden und welche Steuerungsinstrumente stehen zur Verfügung?
Anmeldung, Fragen	www.sgh.ch, forum06.sgh@bluewin.ch, Telefon +41 (0)79 297 14 71





Grand Hotels Bad Ragaz

100 Mio. Resort-Investition

Die Grand Hotels Bad Ragaz wollen rund 100 Mio. Franken in den Ausbau des Resorts und die Erneuerung der Tamina-Therme investieren.

Karl Josef Verding

Der Verwaltungsrat der Grand Hotels Bad Ragaz AG hat einen Grundsatzentscheid für Investitionen in der Grössenordnung von 100 Mio. Franken gefällt. Investitionsziele sind die langfristige Positionierung des Resorts Bad Ragaz im europäischen Umfeld sowie die Erneuerung der Tamina-Therme. Wie es in einer Mitteilung heisst, geschieht «dies in der Annahme, bei der Planung und Realisierung auf die notwendige Unterstützung durch den Kanton und die Gemeinde zählen zu können». Eine «besondere Herausforderung» werde die Sicherstellung der Finanzierung zur Gesamterneuerung der in der Region beliebten Tamina-Therme darstellen.

Mehr Hotelkapazität, Umbau des Kursaals in Event-Zentrum

Mit den Investitionen im Resortbereich soll die Angebots-Attraktivität in den Bereichen Wellness, Gesundheit, Golf, Business sowie Veranstaltungen gesteigert und so die Rentabilität verbessert werden. Geplant sind die Erweiterung der Hotelkapazität, die Renovation des Hotels Hof Ragaz, der Umbau des Kursaals zu einem modernen Tagungs- und Eventzentrum sowie die Erneuerung des Medizinischen Zentrums.

Peter Tschirky leitet neuen Geschäftsbereich Resort

Eine dreiköpfige Geschäftsleitung soll die Erweiterung umsetzen. Peter Eggenberger hat wie bisher die Gesamtleitung sowie die Verantwortung für die Geschäftsbereiche Tamina-Therme und Casino Bad Ragaz. Christoph Glutz



Peter Tschirky, Leiter des neuen Geschäftsbereichs Resort der Grand Hotels Bad Ragaz AG. Foto: zvg

ist neben seiner Funktion als Kaufmännischer Leiter der Präsident der Stiftung Klinik Valens. Peter Tschirky übernimmt per 1. August 2006 die Leitung des neu gebildeten Geschäftsbereichs Resort, in welchem die Grand Hotels, der «To B. Health Club», die 9- und 18-Loch-Golfanlagen sowie das Medizinische Zentrum zusammengefasst sind. – Die operative Leitung der Grand Hotels Quellenhof und Hof Ragaz verbleibt wie bisher bei Riet Pfister, die Marketingleitung bei Carmen Heinrich. – Peter Tschirky war in den letzten Jahren für den Aufbau und Ausbau der Arabella-Sheraton-Hotels auf Mallorca (Arabella-Sheraton Golf Hotel, Mardavall Hotel & Spa, Castillo Hotel Son Vida) sowie für drei Golfplätze verantwortlich. Er war an der Einführung der Marke Altria Spa mit den «7 Säulen des Wohlbefindens» sowie an der Entwicklung eines Ernährungskonzepts im Luxus-Spa-Segment und der Erarbeitung eines Ernährungsbuchs für Luxushotellerie beteiligt.



Das Publifon, die selbstverständliche Dienstleistung. Unser Sortiment reicht vom günstigen Münzgerät für Innenräume bis zum komfortablen Kartenmodell für den Aussenbereich. Gerne beraten wir Sie unter der Gratisnummer 0800 800 800. Oder informieren Sie sich im Internet: www.swisscom-fixnet.ch/publifon

**Bruno Bondi telefoniert lieber ungestört.
An Ihrem Publifon.**

**Geschenkt:
3 Monatsmieten und
Installationskosten.***

Publifon® Polaris

Das praktische und vielseitige Münz-Telefon.

Publifon® Sirius

Das kleine, ideale Taxcard-Telefon.



* Angebot gültig bis 31.7.2006, bei Abschluss eines Vertrages.

swisscom fixnet

Einfach verbunden.

Umsatzminus

■ **Henniez SA.** Die Sources Minérales Henniez SA musste 2005 einen Umsatzrückgang von fast 4 Prozent auf 133,3 Mio. Franken verzeichnen. Der Nettogewinn sank um 16 Prozent auf 2,1 Mio. Franken. Die Hauptgründe sieht das Unternehmen im unbeständigen Sommer 2005 und in der verhaltenen Konsumentenstimmung im Gastgewerbe. Als Erfolg verzeichnet Henniez die Lancierung von Henniez esprit fruit, von dem letztes Jahr 1,4 Mio. Liter verkauft wurden. **GSG**

Gratis leihen

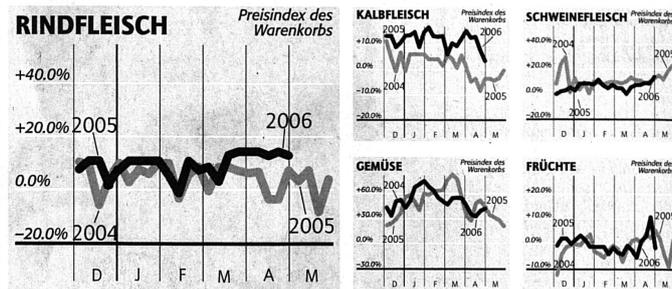
■ **McDonald's.** Der Fastfood-Anbieter baut sein Engagement als Hauptsponsor des Gratis-Veloverleihs «Schweiz rollt» aus. Neben Zürich, Bern und Thun, unterstützt McDonald's Schweiz nun auch in Lausanne dieses Sportprojekt. Von Mai bis Oktober kann man täglich kostenlos City-Velos, Elektro-Velos, Trotti-boards, Skate- und Kickboards sowie ZEM (vierrädrige Velos) ausleihen. Das Sponsoring passt zum Slogan «it's what I eat and what I do... I'm lovin' it!». **GSG**

Fairtrade: Plus

■ **Pistor.** Die Holding mit Sitz in Rothenburg konnte im letzten Jahr ihren Umsatz um 5,6 Prozent auf 588 Mio. Franken steigern. Dabei konnte man mit einer Umsatzsteigerung von 10 Prozent mit Gastronomiekunden stärker wachsen (Umsatz Gastro-Segment 2005: 111 Mio. Fr.) als mit Bäckern. Am deutlichsten legte das zweite Standbein, die Fairtrade SA, zu: Der Umsatz stieg um 23,8 Prozent auf 49 Mio. Franken. Die Gruppe führt das auf das hohe Preisniveau zurück. **GSG**

PRODINDEX 1. 5. BIS 6. 5. 2006

Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega



«Essen nach Bildern»

Stehen die roten Sterne für den Fisch?

■ Seit letzter Woche bietet das Restaurant Outpost in Zürich das «weltweit einmalige» «Essen nach Bildern». Das ist eine Art «Menu surprise» das auf Farben und Formen basiert, die einen ansprechen. Die Firma Zutt & Partner in Wolfhausen hat das System dahinter erfunden.

Renate Dubach

Wer sich bei «Essen nach Bildern» vorstellt, er könne zum Beispiel zwischen einem Bild von van Gogh, Botticelli oder Emil Nolde auswählen und bekomme dann ein dem Bild entsprechendes Essen – bei Nolde vielleicht ein frisches Fischgericht, – sieht sich getäuscht. Bei dem neuen Kulinarik-Erlebnis, das das Restaurant Outpost beim Zürcher Zoo seit Ende April anbietet, geht es viel moderner und psychologischischer zu.

Die Bilder, die man auf der Menükarte sieht, sind völlig abstrakt, sie bestehen aus verschiedenen Stern- und Kreisformen in Grün-, Blau- und Rotönen. Zur Auswahl stehen zehn Bilder – diese entsprechen drei Vorspeisen (Fr. 15.50 bis 18.50), vier Hauptgerichten (Fr. 29.50 bis 42.50) und drei Desserts (je Fr. 11.50).

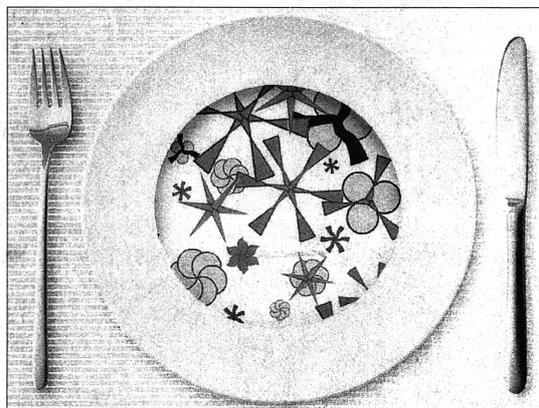
Wenn man auf etwas Bestimmtes verzichten möchte, sollte man dies dem Servicepersonal vor der Bildaus-

wahl mitteilen. Falls man ausgerechnet den vielleicht ungeliebten Fisch ausgesucht hätte, würde einem dies mitgeteilt. Was aber nicht passieren sollte, weil ein «aus dem Bauch heraus» gewähltes Bild dem persönlichen Geschmack entsprechen sollte.

Ein psychologisch gestütztes System, das funktioniert

Das «Essen nach Bildern» hat Bruno Loosli, Leiter Zoo Gastronomie, zusammen mit der Fruchtlänge 7 AG und der Firma Zutt & Partner in Wolfhausen bei Zürich entwickelt. Die Geschmacks-Experten dieser Firmen haben ein System entwickelt, mit dem man Wünsche und Gefühle mittels Farben und Formen erfassen und dann in ein Gericht umsetzen kann. Die Farben und Formen in den Bildern seien psychologisch codiert und empirisch geprüft, sagt Bruno Loosli, der bei «Fruchtlänge 7» bei einem Essen selber ein Bild erstellte, das der Koch dann in ein Gericht umwandelte. Das hat ihm so gut gefallen, dass er sich überlegte, wie man dieses Angebot im A-la-carte-Bereich seines Restaurants umsetzen könnte.

Für das «Outpost» wurde das System so umgewandelt, dass man sein Essen aufgrund von vorgegebenen Bildern zusammen stellen kann. «Wir haben gemeinsam definiert, was zum Angebot unseres Restaurants passt und die Karte entsprechend gestaltet», erklärt Loosli. Ohne zu viel verraten zu wollen:



■ Lust auf diesen Hauptgang? Beim «Essen nach Bildern» sollte man nicht allzu viel überlegen, sondern spontan nach Gefühl entscheiden. Foto: zvg

Das «Outpost» ist im amerikanischen Club-Stil eingerichtet, es gibt schwere Möbel und viel dunkelrotes Leder. Die Küche unter Küchenchef Marc Rüegg bietet Traditionelles, wie etwa verschiedene Rindstatar, neben einem «New Cajun Style», der Cajun- und Creole-Gerichte vereint.

«Das Essen nach Bildern funktioniert», freut sich Katharina Schwarz. Die Restaurant-Leiterin erzählt von ei-

nem Stammgast, der sich zögerlich auf das Wagnis einliess, ein Bild auszusuchen und dann von der dazu gehörenden Vorspeise völlig begeistert war. Selber ausgewählt hätte er diese Speise nie; er war davon ausgegangen, dass sie ihm nicht schmecken würde, führt Katharina Schwarz aus. Es gäbe Gäste, die kämen wegen eines bestimmten Gerichts ins «Outpost», und die wollten nichts anderes essen. Andere seien mu-

tiger und liessen sich auf das Experiment ein, erzählt sie.

Gäste haben am Abend mehr Mut als am Mittag

Abends hätten die Gäste mehr Mut als am Mittag, da bestellte rund die Hälfte etwas aus der «Essen nach Bildern»-Karte, mittags wagten sich nur 20 bis 30 Prozent an das neue Angebot, fasst Zoo-Gastronomie-Leiter Loosli die Erfahrungen der Anfangsphase zusammen. «Unser Ziel mit dem «Essen nach Bildern» ist, zusätzlich zu unseren Stammgästen ein neues Gäste-segment anzusprechen. Wir haben gewisse Investitionen getätigt und hoffen, dass unsere Gäste mitmachen. Selbstverständlich kann man nur das Dessert oder die Vorspeise nach Bild auswählen, und den Rest à la carte», fügt Loosli an.

Jedes Gericht kann man zudem mit einem passenden Glas Wein bestellen (1 Deziliter kostet zwischen Fr. 6.70 und Fr. 9.90). Die Weine wurden von «Fruchtlänge 7» ausgesucht, damit die Inhaltsstoffe von Gerichten und Weinen zusammenpassen.

«Wir schauen, wie sich das «Essen nach Bildern» entwickelt. Ich kann mir vorstellen, dass wir später Bilder und Gerichte drei- bis viermal pro Jahr wechseln», sagt Bruno Loosli.

Weitere Informationen: www.outpost.ch; www.zutt.ch; www.fruchtlaenge7.ch

KURZ UND BÜNDIG

Keine Einigung

■ Die Zusammenarbeit zwischen Regierung und Wirtverband im Kanton Baselst. in Sachen Nichtraucher-schutz platze erst mal, so die «Basler Zeitung». Die Forderung der Basler-Regierung geht dem Präsidenten von Gastro Baselst., Urs Stingelin, zu weit: 90 Prozent der Betriebe sollten mindestens 50 Prozent Nichtraucher-plätze vorweisen können. Stingelin will jedoch nur 80 Prozent aller Speise-restaurants und 40 Prozent der Plätze rauchfrei. Die Stadtbasler Wirte wiederum haben ein zweites Konzept eingereicht, nachdem das erste als zu large abgewiesen wurde. **GSG**

Wirte verärgert

■ Der Winterthurer Stadtrat hat die Gebühren für Restaurantflächen auf dem Trottoir stark erhöht bis verdoppelt, schreibt der «Tages-Anzeiger». Die Wirte sind vor allem verärgert, weil sie vor der Gebührenerhöhung nicht konsultiert wurden. Bei der Stadt geht man Fehler ein. Ob die Wirte dieses Jahr zum Ausgleich einen Rabatt erhalten, ist ungewiss. **GSG**

Culinary Challenge, Singapur

Schweizer Kochnati holte zweimal Gold

■ Bei dem internationalen Culinary Challenge 2006 in Asien holte die Schweizer Kochnationalmannschaft zweimal Gold.

Gudrun Schlenzcek

Der «Culinary Challenge» ist einer der top fünf vom Weltbund der Köche anerkannten internationalen Kochwettbewerb. Er findet alle vier Jahre im Rahmen der «Food and Hotel Asia FFA», der grössten Gastronomie-fachmesse Asiens, statt. Insgesamt sieben Koch-Nationalteams traten dieses Jahr in Singapur an. Neben den Nationalteams waren auch regionale Teams aus aller Welt zugelassen.

An der Preisverleihung am letzten Freitag gab es bei den Köchen der Schweizer Nationalmannschaft strahlende Gesichter: Nach vier Tagen Messe und Kochwettbewerb konnte die Schweizer Mannschaft mit Teamcaptain Stephan Marolf, Daniel Lehmann, Daniel Sennrich, Thomas Marti, Rolf Mürner und Teamchef Adrian Bader

zweimal Gold entgegennehmen. Das Nationalteam des Schweizer Kochverbandes holte sich eine Goldmedaille sowohl bei der kalten Plattenschau als auch bei der warmen Küche. Bei dieser galt es, in vier Stunden ein Drei-Gang-Menü zuzubereiten. Herausforderungen für alle Küchenteams waren die ungewohnten klimatischen Bedingungen und Schwierigkeiten bei der Beschaffung von Material und Arbeitsmitteln.

Der Goldene Löwe ging nach Deutschland

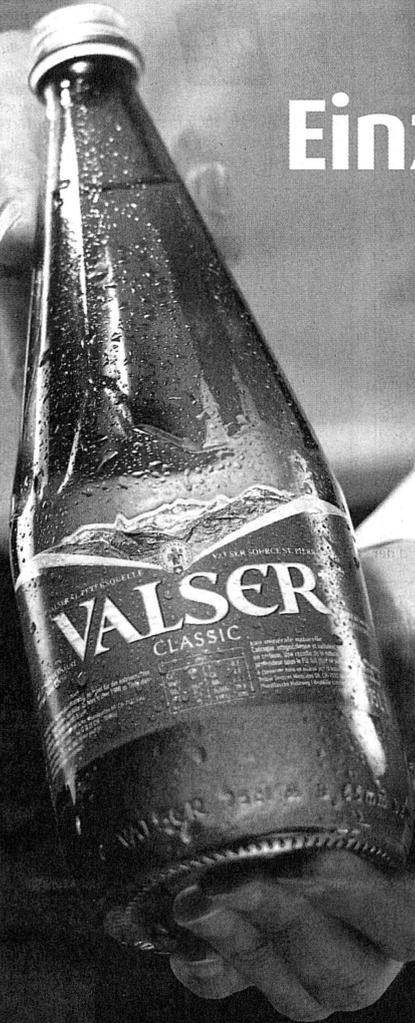
Von den Regionalteams aus der Schweiz gewannen die «Walliser Rhoneköche» mit ihrem kalten Buffet für 30 Personen die Silbermedaille; im selben Wettbewerb erreichten die «L'art culinaire des Copains des Alpes» die Bronzemedaille.

Beim Finale der drei Besten am 28. April hat sich die deutsche Kochnationalmannschaft durchgesetzt. Die begehrte Trophäe der «Battle for the Lion» holten sich die deutschen Köche vor der Schweiz und Singapur.



■ Schweizer Kochnationalmannschaft mit Goldmedaille in Singapur. Teamcaptain Stephan Marolf, Daniel Lehmann, Daniel Sennrich (hinten, v.l.n.r.); Thomas Marti, Rolf Mürner, Teamchef Adrian Bader (vorne, v.l.n.r.) Foto: zvg

Einzigartig



VALSER Wasser bietet alles, was Sie von einem Premium Mineralwasser erwarten: ausgewogene Mineralisierung, hohe Qualität und einen frischen Geschmack. Nicht umsonst ist es das beliebteste Mineralwasser der Schweiz.

Ihre Gäste werden zufrieden sein. Und wiederkommen.

VALSER⁺
Fürs Leben





MARKTPLATZ

Food

Gastro-Grosshandel

Frische für Profis.

Cash+Carry
CCA Angehrn
Trübe für Profis.

CCA-Frischmarkt
CCA-Lebensmittelmarkt
CCA-Nonfoodmarkt

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

www.cca-angehrn.ch
Gratis-Nummer ins nächste CCA:
0800-ANGEHRN

C&C e Servizio Gastro

La qualità è servita

ippergros
cash + carry
servizio gastronomia

Cash & Carry Noranco
091 986 49 60

Cash & Carry Losone
091 791 56 61

www.ippergros.ch

Gastro-Grosshandel

Prodega
CASH+CARRY

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

www.prodega.ch

Gastro-Grosshandel

HOWEG
bringt Genuss in die Gastronomie • apporte les saveurs à la gastronomie

Logistik Zentrum	Telefon
8953 Dietikon	044 746 55 55

Bestellservice	Telefon
Bussigny	021 633 23 23
Kriens	041 348 07 00
Zermatt	027 967 32 02

www.howeg.ch

Gastro-Grosshandel

GROWA
CASH+CARRY

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

Internet: www.growa.ch

Kaffeerösterei

Jilly
CAFFÈ

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

Hier könnte auch Ihr Inserat stehen!

Non-Food

Kaffeemaschinen

cafina
Kaffeemaschinen für Gastronomie und Betriebsverpflegung

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

Kaffeemaschinen

Schaerer
celebrating coffee competence

WMF

M. Schaerer AG & Sparte WMF
Kaffeemaschinen / Schankanlagen
Gewerbstrasse 15
3302 Moosseedorf
Tel. 031 858 51 11
www.schaerer.com
info@schaerer.com

Textilien

Schwob & Co. AG
Leinenweberei
Kirchbergstrasse 19
3401 Burgdorf

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

Schwob
textiles of Switzerland

Innenausbau

Strasser

Gastro Innenausbau Hotel Innenausbau
Bar-Bufferanlagen Hotel Empfangsanlagen

3608 Thun info@strasserthun.ch
Telefon 033 334 24 24 www.strasserthun.ch

Grossküchenmaschinen

ROTOR Lips

Glütschbachstrasse 91
CH - 3661 Uetendorf
Tel +41 (0)33 346 70 70
Fax +41 (0)33 346 70 77
www.RotorLips.ch

... DIE PROFIS FÜR
GROSSKÜCHEN - UND
BÄCKEREIMASCHINEN

Gastrotextilien

Tisch Bett Küche Bad

Von Experten - für Experten

ZETAG
gastrotextilien

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

Gastropapiere

WIDA Papiere AG
Servietten- und Papierwarenfabrik

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

Küchenlogistik

HUPFER
SPEZIALIST FÜR KÜCHENLOGISTIK

Hupfer Schweiz AG
Im Langacker 20 A - 5405 Dätwil
T 056 470 46 40 - F 056 470 46 41
www.hupfer-schweiz.ch

Grossküchen-Anlagen

GROSSKÜCHEN SELF-SERVICE-ANLAGEN

schmocker AG

Ihr Spezialist für die Fabrikation und Einrichtung von
GROSSKÜCHEN UND SELF-SERVICE-ANLAGEN

Dammweg 15 - 3800 Interlaken
Telefon 033 828 38 48 - Fax 033 828 38 38
www.schmocker-ag.ch - info@schmocker-ag.ch

Kücheneinrichtungen

ELRO
Grossküchentechnik

www.elro.ch

Bargeldloses Zahlen

XA SMART SOLUTIONS FOR RETAIL ingenico

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

Zahlungsterminals • Terminals de paiement

Hotelwäsche

Spürbar Qualität

www.waeschekrone.ch
info@waeschekrone.ch
Tel. 091 79420 22

Wäschekrone

Der «Marktplatz» erscheint jeden ersten Donnerstag im Monat.

BUCHEN SIE JETZT IHR WERBEFELD AB CHF 180!

Telefon: 031 370 42 42, E-Mail: inserate@htr.ch





FOKUS 15
Convenience | Die Qualität der Convenienceprodukte hat sich massiv verbessert. Damit können auch Gourmetköche arbeiten.



FOKUS 17
Schule und Tourismus | Eine siebte Klasse in Scuol hat sich eine ganze Woche lang mit der Engadiner Leitindustrie beschäftigt.



PLATTFORM 18
Ratgeber | Der Arbeitgeber hat dafür zu sorgen, dass die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer nicht sexuell belästigt werden.



Bier im Sommer

Sonne und Fussball machen Bierdurst

Die Brauereien in der Schweiz hoffen auf einen heissen Sommer – und auf die Fussball-Weltmeisterschaft. Eichhof hat gleich ein neues Bier kreiert, Carlsberg eine neue Flasche, und Heineken lanciert sein neues Ausschanksystem auf die WM hin.

Renate Dubach

Letztes Jahr betrug der Rückgang des Bierkonsums in der Schweiz pro Kopf rund 1,7 Liter. Das ist nicht wenig. Dieses Jahr könnte es anders sein. Alles was es dazu braucht, ist ein heisser Sommer und – Bierfans sind meist auch Fussballfans – einen Fussball-Grossanlass wie eben die Weltmeisterschaft in Deutschland. Das Element Wetter lässt sich nicht voraussagen. Aber die Weltmeisterschaft beginnt am 9. Juni im Nachbarland. Die Bierbrauereien in der Schweiz frohlocken und haben vorgesorgt.

Bierflaschen mit Nationalhymne oder Fussball-Relief

Die Luzerner Brauerei Eichhof hat gleich ein neues Bier kreiert, ein mit 4,3 Volumenprozent Alkohol etwas leichteres, spritzigeres «Fussballbier», das den Namen «Schwiiz» verpasst bekam. Natürlich ist die Etikette in Rot-Weiss gehalten und mit ein paar Fussballern im Nationaldress dekoriert. Es gibt eine Etikettenserie, die mit Spielernummern und -übernamen bedruckt ist. Und damit die Bier- und Fussballfans nicht um Worte verlegen sind, wenn die Schweizer Nationalhymne gesungen wird, steht diese auf der Rückseite der 33-cl-Flaschen – jedenfalls die erste Strophe davon. Eichhof stellt den Wirten, die «Schwiiz» anbieten, zudem Fussball-Leibchen für das Servicepersonal, Fahnen und Resultattafeln zur Verfügung.



Heineken mit neuem Ausschank. Aus der vereisten Zapfsäule fliesst Bier mit null Grad.

Etwas zurückhaltender geht das Ganze Marktleader Carlsberg an, immerhin seit zwei Jahren Sponsor der Schweizer Fussball-Nationalmannschaft. Die Feldschlösschen Getränke AG in Rheinfelden, die zu Carlsberg gehört, braut wie üblich das Carlsberg-Bier und füllt es nur speziell ab. In Flaschen und Dosen, die einen Fussball und ein Tornetz im Relief tragen.

«Das witzige Design und der charaktervolle Premium-Geschmack sorgen dafür, dass Carlsberg diesen Sommer das Bier sein wird, mit dem die Fussballfans auf die Erfolge ihres Teams anstossen», lässt sich Matthias Schlatter, der zuständige Brand-Manager bei Feldschlösschen, dazu zitieren.

Null-Grad-Bier für trendige Schweizer Bars und Clubs

Heineken – mit 17 Prozent Anteil die Nummer 2 im Schweizer Biermarkt – geht die Sache kühl, um nicht zu sagen «eisgekühlt», an. Zwar gibt es weder ein spezielles Bier, noch eine besondere Flasche, aber: «Auf den WM-Start hin lancieren wir ein brandneues Ausschank-System, das «Heineken Extra Cold», führt Commercial Director Markus Bossart aus. Dabei fliesst das Bier bei genau null Grad aus einer vereisten Zapfsäule in vorgekühlte Gläser. Normalerweise ist ein Bier frisch ab Zapfsäule zwischen 5 und 7 Grad kühl. Je kühler das Bier serviert werde, desto sanfter sei es im Genuss, heisst es bei Heineken. Das Null-Grad-Bier schmecke erfrischender, weniger herb und leichter und treffe damit auch die Geschmacksnerven der weiblichen Gäste.

Heineken hat das System bereits ins Ausland getestet. In England und Holland habe sich das Ausschankvolumen merklich gesteigert, sagt man in Winterthur und hofft, dass dies auch hierzulande der Fall sein wird. Die vereisbaren «Heineken-Extra-Cold» Zapfsäulen werden in diesen Tagen in insgesamt 30 Bars, Clubs und Lokalen in verschiedenen Schweizer Städten installiert.

Deutsches Bier mit Cola oder Granatapfelsaft

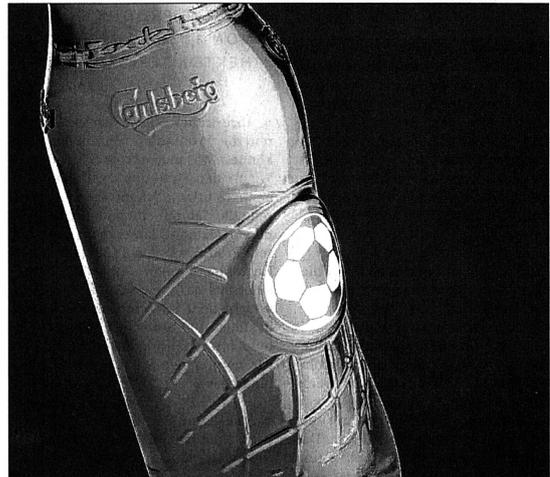
Im Land der Fussball-Weltmeisterschaft ist man übrigens experimentierfreudiger was die Lancierung von Fussball-Bieren betrifft. Da gibt es auf die WM hin verschiedenste neue Bier-Mischgetränke: Zum Beispiel Bier mit Cola von der Licher Privatbrauerei und «Bit Passion», ein Mixgetränk aus 60 Prozent Mildbier und 40 Prozent Granatapfelsaft. «Bit Passion» wird von Bitburger produziert, hat bloss 2,8 Volumenprozent Alkohol und zielt mit seiner knallig roten Farbe auf eher jüngere Konsumenten und Frauen.

Bitburger ist die einzige deutsche Brauerei, die neben dem amerikanischen Bierriesen Anheuser-Busch, dem Hersteller von «Budweiser», in den WM-Stadien Bier verkaufen darf. Lange hatte es so ausgesehen, als ob Anheuser-Busch, der «offizielle Partner der Fifa», alleine für den Bierdurst der deutschen Fussballfans zuständig sein dürfte. Eine Fussball-WM in Deutschland, an der in den Stadien kein deutsches Bier erhältlich ist – das wäre für viele wohl kaum vorstellbar gewesen.

Weitere Informationen: www.eichhof.com; www.feldschloessen.com; www.heinekenswitzerland.com; www.bitburger.de.



Eichhof mit «Schwiiz». Die Luzerner haben ein neues Fussballbier kreiert.



Carlsberg in der Reliefflasche. Der Marktleader in der Schweiz vertraut auf sein normales Bier und füllt dieses Fussballfan-freundlich ab.

Fotos: zvg

Anzeige

diga SONDERAKTION

möbel gültig bis 31. Mai 06

43% günstiger!

RONDO – eine runde Sache!



✓ preiswert

✓ stabil

✓ pflegeleicht

398.-

ab 6 Stk.,
exkl. MwSt.,
+7,5% Lieferung

statt 698.-

Sessel RONDO, Soft Leder beige, Füsse verchromt, 45° drehbar. 114 177

Bestellungen per Fax: 055 450 55 56
 oder per Post an: diga möbel ag,
 Aktion «Sessel RONDO», Postfach, 8854 Gälligen

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

Stück	Modell/Ausführung	Code	Kat. Preis	Aktionspreis cash pro Stk.
.....	Sessel RONDO, Leder	114 177	698.-	465.- bis 5 Stk.
.....	Sessel RONDO, Leder	114 177	698.-	398.- ab 6 Stk.

Name

Vorname

Strasse

PLZ/Ort

Telefon

Unterschrift

Verrechnung über: Prodega diga TopCC

H-118-2006

Bier aus dem Appenzell

Eine traditionell innovative Brauerei

■ Die Appenzeller Brauerei Locher ist eine Ausnahmeerscheinung. Sie hat ihre Produktion in den letzten Jahren mehr als verfünffacht. Raphael Locher, Brauereimitbesitzer in 5. Generation, setzt auf das neueste Produkt, ein «Flauder-Panaché».

Renate Dubach

► Raphael Locher, Ihre Brauerei produziert unzählige Spezialitätenbiere, auch eines zur Fussball-Weltmeisterschaft?

Nein. Das machen schon genug andere. Aber wir haben seit wenigen Tagen ein ganz neues Bier-Mischgetränk im Sortiment, das «Flauder-Panaché». Das könnte sich zu einem Sportlergetränk entwickeln.

► Also nicht unbedingt eines für diejenigen, die Sport bloss im Fernsehen verfolgen?

Warum nicht? «Flauder» ist ein neuartiges Süssgetränk der Appenzeller Mineralquelle Gontenbad mit Holunderblüten, Melisse, Kohlensäure und wenig Kalorien. Es nimmt dem Bier etwas von der Bitterkeit, und das Bier nimmt dem «Flauder» ein bisschen die Süsse. Das «Flauder-Panaché» ist alkoholfrei und schmeckt rund.

► Ist dieses «Flauder-Panaché» bereits schweizweit erhältlich, auch in der Gastronomie?

Wir werden das Produkt sukzessive auf dem Markt einführen, wir arbeiten daran, dass es schweizweit erhältlich sein wird. Auch in der Gastronomie, aber die steht Neuem erst einmal verhältnismässig zurückhaltend gegenüber.

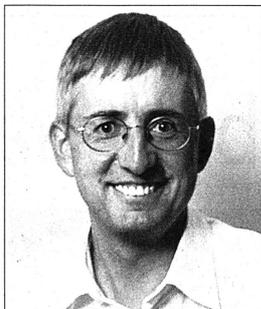
«IN DEN LETZTEN 12 JAHREN HABEN WIR UNSERE PRODUKTION VON 11 500 AUF 60 000 HEKTOLITER ERHÖHT.»

► Ihre Brauerei hat in den letzten Jahren die Produktion extrem steigern können. Was machen Sie richtig?

Wir haben Tradition, wurden 1778 erstmals urkundlich erwähnt und sind seit 120 Jahren ein Familienbetrieb. In den letzten 12 Jahren haben wir unsere Produktion von 11 500 auf 60 000 Hektoliter erhöhen können. Wir haben einerseits ein breites Angebot von 15 verschiedenen Geschmacksrichtungen in über 100 unterschiedlichen Gebindeformen. Andererseits profitieren wir vom Image-Schaden der Grossbrauereien.

► Wie denn?

Grossbrauereien behandeln ihre Gastkunden manchmal nicht so gut. Sie kaufen zum Beispiel eine Kleinbrauerei auf und sagen den betroffenen Wirten: «Jetzt müsst ihr halt unser Bier übernehmen.» Die Wirte lassen sich nicht gerne unter Druck setzen und kommen



■ Raphael Locher. Führt seine Brauerei mit grossem Erfolg. Fotos: zvg

Ein Herz für Neues

■ Raphael Locher ist seit 1988 in der Appenzeller Bierbrauerei Locher AG tätig. Zusammen mit seinem Cousin Karl Locher und dem Bierbrauermeister Hans Sonderegger führt er das Unternehmen im Hauptort Appenzell. Die beliebtesten Produkte der Firma, die 54 Mitarbeitende beschäftigt, sind das Vollmond-Bier und das «Quöllfrisch». Viele Bierspezialitäten sind in traditionellen Bügelflaschen erhältlich. Die nach eigenen Angaben älteste Bierbrauerei der Schweiz ist innovativ: Sie war die erste, die in der Schweiz Bio-Bier produzierte und die erste, die 1991 «online» ging. RD

zu uns. Wir gehen persönlicher mit unseren Kunden um.

► Sie pflegen zwar die Tradition, stehen Innovationen aber nicht ablehnend gegenüber?

Wir sind die Schweizer Spezialitätenbrauerei. Wir machen auch regional beliebte Biere: Unser «Calvinus» zum Beispiel, ein Bier mit Koriander und Orangenextrakt, wird vor allem im Kanton Gené getrunken. Vor allem im Tessin geniesst man das Sommerbier «Castégna» mit Kastaniengeschmack. Zudem liefern wir Bier-Nebenprodukte an einen Bauernhof zur Fütterung der Kabrier-Rinder, die speziell geschmackvolles Fleisch liefern. Und mit dem Hotel Hof Weissbad arbeiten wir für die Bio-Bierkur zusammen. Wir haben dazu ein mit dem Teepilz Kombucha angereichertes, alkoholfreies Ninkasi-Bier entwickelt.

«BIER IST NICHT NUR GESUND, ES MACHT AUCH SCHÖN.»

► Ihre Brauerei ist auch Hauptsponsor der Miss-Ostschweiz-Wahlen, die soeben stattgefunden haben.

Ja, wir werden künftig mit der seit dem 22. April amtierenden Miss Ostschweiz Agnes Wildhaber eng zusammenarbeiten, sie trinkt nämlich unser neues Bier-Mischgetränk «Flauder-Panaché» sehr gern. Was beweist: Bier ist nicht nur gesund, es macht auch schön.



■ Brandneues Bier-Mischgetränk. Das alkoholfreie «Flauder-Panaché» gibts erst seit ein paar Tagen.

Bier 2006

Fokusthemen in der hotel+tourismus revue.



23.02.06 Promillegrenze, Bierkonsum und Alternativen

04.05.06 Sommerbiere und Mixgetränke mit Bier

28.09.06 Gastrokonzepte mit Schwerpunkt Bier

16.11.06 Bierbrauer-Portrait

E-Mail: inserate@htr.ch; Tel.: 031 370 42 42

htr

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



Patrick Diethelm, Kochverband

Convenience-Produkte

«Nicht aus Bequemlichkeit handeln»

■ Wie viel Convenience ist mit dem Prädikat «Gourmet» oder «Frischküche» zu vereinbaren? Der Kochverband vertritt eine pragmatische Einstellung.

Guido Böhler

Der Schweizerische Kochverband fördert die Kunst der Eigenproduktion und somit das Handwerk, gibt aber keine offiziellen Empfehlungen zu Convenience-Verwendungen heraus. Patrick Diethelm, Kursinstructor und Vordamtsmitglied beim Kochverband: «In unseren Aus- und Weiterbildungs-Kursen weisen wir auf Tricks und aktuelle Angebote hin, wobei trendige Convenience-Ideen nicht fehlen. Darunter gibt es durchaus sensationelle Produkte. Wenn Gourmetbetriebe Convenience verwenden, sollten sie sie aber veredeln».

Eigenkreationen kann man auch extern herstellen lassen

Diethelm weiter: «Auch Halbfabrikaten gegenüber sind wir aufgeschlossen. Der Koch in einem Gemeinschaftsverpflegungs- oder Cateringbetrieb auf Gourmetniveau kann etwa aus Gründen der hygienischen Sicherheit eine einhaltige Fertig-Salatsauce einkaufen müssen, sie verfeinern und mit Frischzutaten ergänzen». Zu vermeiden seien aber Komponenten, die der Gast in derselben Qualität im Regal eines Delikatessenshops findet – dies widerspricht der Einzigartigkeit.

Andererseits kann man eine selbst rezeptierte Sauce des Hauses von einem gewerblichen Produzenten herstellen lassen. Sie ist dann zwar streng genommen nicht mehr hausgemacht, aber immer noch einzigartig, und darauf komme es an, so Diethelm. Sie wird in spezialisierten Betrieben hergestellt. Diethelm rät, «bei Make or Buy grundsätzlich Aufwand und Ertrag abzuwägen, aber nicht aus Bequemlichkeit zu handeln, sondern aus betriebswirtschaftlichen und ökologischen Überlegungen heraus».

Hausgemacht heisst: im eigenen Betrieb hergestellt

Höhere Anforderungen gelten, wenn man die «Frischküche» in der Werbung hervorhebt und entsprechende Erwartungen beim Kunden weckt. Der Gast darf gemäss Konsumentenschutzgesetz nicht getäuscht werden: Hausgemacht heisst «im eigenen Betrieb gemacht». Dies kann aber durchaus selbst produzierte Convenience bedeuten, etwa Sous-vide-Produkte kombiniert mit frischen. Etwas «Handgemachtes» dagegen kann von einem kleingewerblichen Lieferanten stammen. Nicht als frisch verkauft werden können aufgetaute Lebensmittel oder mit schwefeliger Säure konservierte Schälkartoffeln.



■ Patrick Diethelm: «Wenn Convenience, dann diese veredeln.»

■ Convenience und gehobene Gastronomie vertragen sich nicht. Meint man. Doch mit geeigneten Produkten kann man im Sinne einer «Cuisine d'assemblage» die Produktivität verbessern. Denn Convenience wird heute zunehmend auch in Gourmetqualität angeboten.

Guido Böhler

Beim Einkauf und in der Produktion stehen Gourmetköche vor einem Dilemma: Je mehr Convenience desto produktiver wird zwar die Küche, desto mehr verliert sie aber an Individualität. «Mit geeigneter Convenience kann man Zeit und Kosten sparen, ohne die Qualität zu schmälern», ist Gastronomie-Berater Marcel Wissmann jedoch überzeugt. «Diese Zeit sollte man in Finish, Kreativität und Erlebniswert investieren».

Seine Erfahrungen zeigen, dass man durch einen optimalen Mix von «Make or Buy» die Küchenproduktivität um 30 Prozent steigern kann. Die konkrete Vorgehensweise hängt vom Verpflegungskonzept ab, der Infrastruktur, Mitarbeiter-Qualifikation und Angebotsbreite. Eine Rolle spielt natürlich auch der Rationalisierungsgrad, der schon vorher bestand. Gesamthaft betrachtet, ist jedoch nicht die Kostensenkung das eigentliche Ziel, sondern eine von mehreren Möglichkeiten, um schliesslich «das Ziel zu erreichen, nämlich die Kundenzufriedenheit», mahnt Wissmann.

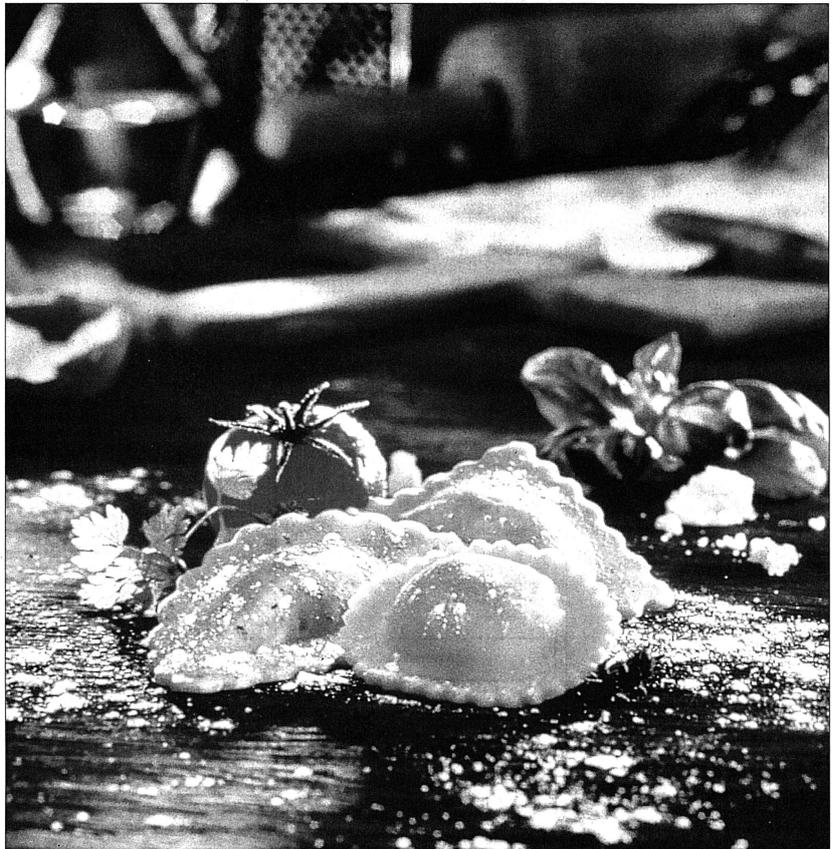
Nur selbst produzieren, was man wirklich gut kann

Herbert Huber, früherer Gourmetkoch und heute Konzeptberater beim Gastronomieführer Guide bleu, stellt fest, «dass sogar gepflegte Küchen oft ein Produktivitäts-Manko haben». Allerdings rät er, für alle Strategien offen zu sein: Eine davon ist, die Preispolitik zu überdenken und «für hausgemachte Komponenten einen angemessenen Preis zu verlangen. Und bei der Frage «Make or Buy» spielt die Kompetenz des Kochs eine Rolle. «Man soll jene Komponenten selbst produzieren, deren Kunst man beherrscht», appelliert Huber. «Was man nicht beherrscht und in guter Qualität angeboten wird, kann man kaufen, sofern der Preis stimmt.» Nicht immer ist der Convenience-Kauf die günstigere Variante.

Aber «wer sich für die Kauf-Variante entscheidet, soll Edel-Convenience ohne Zusatzstoffe verwenden und sie zusätzlich verfeinern», so Huber. «Diese Rationalisierung soll nicht der Bequemlichkeit dienen, sondern etwa vernachlässigten administrativen Arbeiten oder Personalkosten-Einsparungen zugute kommen».

Gäste schmecken den Unterschied oft nicht mehr

Wer unsicher ist bei der Convenience-Qualität, kann einen Gästeakzeptanz-Test machen. «In den heutigen Zeiten der Gaumenverluderung kann es sogar vorkommen, dass die Gäste Convenience bevorzugen», so die Erfahrung von Huber. In der Tat: Die Sauce Hollandaise von Knorr erreichte vor sechs Jahren in einem «Kassensturz»-Test eine höhere Beliebtheits-Note als jene des Basler Gourmettempels Bruderholz. Auch die Waadtländer Firma «Reitzel» holte Lorbeeren in einem Salatsaucen-Test des Konsummagazins «K-tipp»: Ihr «French Dressing mit Kräutern» war das beste und gleichzeitig günstigste Produkt. Die Verkoster waren zwar nicht durchwegs Gourmets. Auf jeden Fall bietet die Industrie aber stetig mehr «Klasse-statt-Masse»-Produkte. Beispielsweise kreierte Rolf Büchli,



■ Kaufen oder Selbermachen? Das Angebot an Convenience wird für den qualitätsbewussten Gastronom immer besser: Auch die Industrie bietet ab einer gewissen Abnahmemenge individuelle Kreationen für die Spezialität des Hauses. Fotos: zvg

ehemaliger Coach der Schweizer Koch-Nationalmannschaft, für die Firma Hügli Salatsaucen. Und ein prominentes Beispiel im Fertiggericht-Segment: 2001 gründete Philippe Rochat die Firma RSH Quality Food Concepts SA, welche Sous-vide-Produkte herstellt. Der Name des mit 19 Gault-Millau-Punkten dekorierten Kochs bürgt für Gourmetklasse, und die eingesetzte Gartechnik «Sous-vide» ist die schonendste schlechthin. Seit kurzem ser-

viert die die Gastronomietochter der Schweizerischen Bundesbahnen SBB Elveto «velouté de tomate» und «ricassée de poulet» von RSH. Die Gästepreise bewegen sich dank des Outsourcings auf dem gewohnten Niveau.

Auslagern an einen handwerklichen Produzenten

Wissmann kennt weitere Beispiele von Betrieben, die mit geeigneter Conve-

nience und guter Küchenrendite Gourmets ansprechen: Ein erfolgreicher Betrieb verwende verzehrfertig eingekaufte spanische Tapas, verfeinert sie mit Kräutern oder edlem Olivenöl. Auch das Holzofen-Pizzeria-Konzept ist erfolgreich dank des Mixes von frisch gebackenem Teig und des Erlebniswerts, dem Pizzaiolo zuzuschauen. Die Pizzaqualität ist trotz gekauften Toppings und Teiglingen nicht unbedingt in Frage gestellt: Teiglinge kann ein lokaler Bäcker ebenso professionell aber rationeller herstellen als der Pizzaiolo.

Trotzdem: «Ein leidenschaftlicher Gourmetkoch arbeitet mit Frischprodukten», betont Huber. «Ausnahmen können arbeitsintensive Halbfabrikate sein wie ein Fertigfond. Gefüllte Teigwaren dagegen sollen exklusiv sein. Massgeschneiderte Herstellung bei einer Manufaktur ist eine valable Option». Solche Pasta ist zwar qualitativ besser als industrielle, aber auch teurer, was die Einsparung wiederum schmälert. «Tiefstufige» Convenience, wie geröstetes Gemüse, verbessert zwar die Produktivität, andererseits sollten Gourmetköche keine Standard-schnitte verwenden.

Convenience-Angebot wird immer besser

Insgesamt wird das Angebot an Convenience für den qualitätsbewussten Gastronom immer besser: Convenience-Hersteller steigern einerseits Qualität und Frische oder senken andererseits sogar teilweise die Preise, wie für die schonend gegarten Sous-vide-Produkte.

Wissmann konstatiert, dass die Sous-vide-Preise bei Gemüse bereits vergleichbar sind mit Preisen von Tiefkühlprodukten – jedenfalls für Gross-einkäufer, wie Betriebe der Gemeinschaftsverpflegung.

Gourmet-Convenience: Was Hersteller bieten

Bell AG, Basel

Rindsauerbraten an leichter brauner «Läckerli-Sauce» (Eigenkreation), Schweinsfiletstücke an Morchelsauce, Pouletbrust an Orangensauce (alle Sous-vide).

Gmür, Zürich

«Langenbach»-Produkte: Gefüllte Perlhuhnbrust, Gemüse-Türmchen, Yakitori-Spiessli. «Global Food»: Lachstournedos, Lachsmousse im Gemüsenetz, Torpedo-Shrimps im Sesammantel. Handwerklich hergestellt, ohne Zusatzstoffe, dezent beziehungsweise ungewürzt. Geeignet für asiatische, französische oder Fischrestaurant-Konzepte.

Le Patron, Bökchen

Regenerierfertiges Kalbssteak an Morchelrahmsauce. Für den Wok beim Front Cooking: Gegerter Reis, Fleisch, Saucen, geschnittene rohe Gemüse.

Marcel Köpfli, Luzern

Tortenplatten zum selbst Garnieren, Quiches, Bödeli- und Kübeli-Teiglinge mit reiner Butter. «Diese Tiefkühl-Halbfabrikate ergeben frischere Gebäcke als bei Verwendung von vorgebackenen Teigen», ist Marcel Köpfli überzeugt.

Novena Frischprodukte, Ulrichen VS

An einer Teigwarenfüllung kann der Koch zwar nichts mehr ändern, «aber unsere enthält keine Füll- oder Zusatzstoffe», so Novena-Inhaber Roman Bernegger. «Er kann sie mit einem edlen Öl oder Sauce individualisieren». Novena produziert handwerklich, «just in time» und ab 15 Kilo Bestellmenge massgeschneidert.

Pistor, Rothenburg

Leicht steigende Nachfrage nach Menvivite: Mehrheitlich währschafte Sous-vide-Komponenten.

Traitafina, Lenzburg

Aus Swiss-Prim-Gourmet-Fleisch: Kalbgeschnetzeltes Zürcher Art (ohne E-Nummer), Kalbsunterspälte für Vitello Tonnato. Innovative Frischsalate: Paella-, Couscous- und Tabouli-Salat (ohne E-Nummer). Massgeschneiderte Herstellung ab 30 Kilo. GB

HESSER
UNTERNEHMENSBERATUNG
FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

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

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

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

**Historischer Landgasthof „Löwen“
CH-Langnau am Albis (Kt. Zürich)**



Eine einmalige Chance für Gastroteam. In der Nähe von Zürich, an der Verbindungsstrasse über den Albis, verkaufen wir dieses Prestigeobjekt. Ein sehr großzügiges Raumangebot mit Restaurant, Bar, Stübli, Bankett- und Seminarräumen, einem lauschigen Garten am Bach, drei 4-Zimmerwohnungen und ein grosses Parkplatzangebot mit Carparkplatz stehen zur Verfügung. VP 2'050'000.00 (400'000.00 unter dem Gebäudeschätzwert). Zusätzliches Grundstück mit PP Fr. 400'000.00. Der Gesamtzustand ist hervorragend, das Restaurant betriebsbereit. Beachten Sie die Bilder und Details auf unserer Homepage.

Seltzmeir Immobilien AG www.seltzmeir.ch
Bahnhofstrasse 73 Tel. +41 (0)44 211 55 77
CH-8001 Zürich Fax: +41 (0)44 211 21 68

Seltzmeir

CONSORTIA CONSULTING

Finanz- und Unternehmensberatung
für Gastronomie und Hotellerie

Blind Date
Nur die Gewissheit der Wirklichkeit ermöglicht es Ihnen nachhaltig Verbesserungen vorzunehmen. Unser Mystery-Test durchleuchtet Ihren Betrieb aus verschiedenen Perspektiven.

Die Auswertungen zeigen Ihnen Ansatzpunkte zur Umsatzmaximierung und Kostenoptimierung auf.

CONSORTIA CONSULTING AG
Finanz- und Unternehmensberatung
für Hotellerie und Gastronomie
6052 Hergiswil / NW
041 632 44 40 | info@consortia.ch

HMC
Unternehmensberatung für die Hotellerie

**Hotelanalysen
Strategien
Marketingkonzepte
Leitbilder
Businesspläne**

Wir erarbeiten nicht nur gemeinsam mit Ihnen die notwendigen Strategien und Konzepte sondern begleiten Sie auch bei der Umsetzung der beschlossenen Massnahmen.

**Hotel Management & Consulting
Tribtschenstrasse 7
CH 6005 Luzern**

**Telefon +41 41 368 10 04
Telefax +41 41 368 10 09**

Für unser neu renoviertes Restaurant an zentraler Lage in Laupen suchen wir eine/n

Geranten/Gerantin

- Restaurant mit Sälli ca. 60 Sitzplätze
- Terasse an historischer Schlossmauer ca. 30 Sitzplätze
- nach Wunsch zusätzlich Vinothek 75 m²
- neu renovierte 3 1/2-Zimmer-Wohnung mit schöner Terasse

Sind Sie interessiert? Rufen Sie uns an, wir geben Ihnen gerne nähere Auskunft, Telefon 079 222 55 54.

170886/432261

DISCO-DANCING

in Interlaken per 01.08.2006 oder früher zu vermieten

Offerten mit Unterlagen an
W. Gerber,
Rugenparkstrasse 2,
3800 Interlaken

171006/16322

Per sofort suchen wir einen

Pächter/Mieter

für unsere sehr schön gelegene Pension im Oberwallis (Region Grächen-St. Niklaus).

14 Betten, Speisesaal, Restaurant, grosse Terasse, Liegewiese, grosser Parkplatz.

Melden Sie sich bitte unter Tel. 079 607 43 57.

170997/402672

A remettre

**BAR-DISCOTHEQUE
A FRIBOURG**

Chiffre d'affaires intéressante
Prix à discuter

Ecrire sous chiffre:
Y 017-782469, à Publicitas S.A., case postale 48, 1752 Villars-s/Glâne 1.

170976/982708

**Kaufen Sie?
Ihre einmalige Chance?**

Wenn Sie gutes Fach-Know-how besitzen, eine sehr gute Küche garantieren (Voraussetzung) und im Service TOP sind, dann bietet Ihnen der Besitzer eines herrlichen Kleinhotels, unweit von Konstanz (Sichtweite Zöll) auf Schweizer Boden, die Chance dieses Kleinkind zu übernehmen, resp. diesen Betrieb etappenweise zu kaufen!

Ein wunderschönes Betriebskonzept (nicht Personal-intensiv), an sehr guter Passantenlage wartet auf seine Umsetzung. Des weiteren kann man wählen, ob man 20 / 30 weitere Zimmer in der Grossüberbauung hinter dem Hotel mit 300 dort neu lebenden Menschen dazu mieten will. Vis-à-vis steht eines der grössten Sport- und Kongresscenter der Ostschweiz vor der Eröffnung, was die Vermarktung von Anlässen und Zimmern (spez. auch an Wochenenden) gewährleistet. Dazu bietet sich die Möglichkeit, den Catering-Service für dieses Center zu übernehmen. Einmalige Chancen sind also offen. Der errechnete Umsatz nach der Vollendung der zusätzlichen Hotelzimmer u. mit dem neuen Restaurantkonzept beträgt ca. Fr. 2,5 Mio. Der Gewinn wird mit über 20% prognostiziert, was eine sichere Abzahlung zulässt. Das Eigenkapital für den Vertragseintritt beträgt CHF 500 000.-.

Interessenten melden sich bitte bei:
REOR-Beratungen
Rigistrasse 13, CH-8185 Winkel,
Telefon 0041 (0)44 862 49 40
E-Mail: info@reor.ch
Bewerbung bitte mit Ihrer E-Mail-Adresse.

171005/350338

htr AUS- UND WEITERBILDUNG / ANZEIGEN

DER BAR KURS
COOLE DRINKS
HEISS GELIEBT

**DAS INTENSIV-SEMINAR
VON GASTROSUISSE**

DATEN

- 2. KURS 12. bis 17. Juni 2006
- 3. KURS 28. August bis 2. September 2006
- 4. KURS 6. bis 11. November 2006

PREIS
Fr. 1'190.-
Darin inbegriffen sind folgende Leistungen:
6 Tage Seminar, sämtliche Seminarunterlagen, Diplom, Pausenverpflegung.

ANMELDUNG UND FRAGEN?
GastroSuisse
Berufsbildung
Blumenfeldstrasse 20
8046 Zürich
T 0848 377 111
F 0848 377 112
info@gastrosuisse.ch
www.gastrosuisse.ch

GASTRO@SUISSE

Sprachausbildung
im Sprachgebiet
A+R Frischknecht Tel 044 926 39 58
www.sprachausbildung.ch

**Frühstücksbuffet
Barkühlmöbel
Pâtisserie-Kühlvitriolen
Salatkühlbuffet
Norm-Mass
FRIGONORM**
Bern: Tel. 031 951 23 73
Lausanne: Tél. 021 625 92 50

**Gesucht
Tische und Stühle**

Wir suchen für unser Clubrestaurant gebrauchte, gut erhaltene und nicht zu schwere Stühle und Tische, ca. 25 Tische (ca. 125x73 cm), ca. 20 Tische (ca. 75x74 cm), total 130 Stühle. Evtl. ca. 20 Barstühle und ca. 100 Barstühle.
Rapperswil-Jona Lakers, Schlittschuhclub Rapperswil-Jona, Tel. 055 220 81 81 oder 079 331 62 62, Frau Hanni Bucher, E-Mail: hanni.bucher@denon.ch

171010/432573

Schweizer Paraplegiker Stiftung
Tel. 061-225 10 10
sps@paranet.ch
www.paranet.ch
PC 40-8540-6

Etwas Gutes tun

Denken Sie an die Schweizer Paraplegiker-Stiftung
Verlangen Sie unsere Unterlagen

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

jobs.htr.ch

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



«Allegra in Svizra»: Schulprojekt in Scuol

Neugierde für den Tourismus geweckt

■ Sensibilisierung für den Tourismus: Dieses Ziel verfolgte eine Projektwoche an der Sekundarschule in Scuol. Die siebte Klasse besuchte ein Hotel, besichtigte das Bergbahnunternehmen, traf den Kurdirektor und den Wildhüter. Ein Augenschein vor Ort.

Silvia Cantieni

Den Foto-Orientierungslauf schaffen die 13-jährigen Schülerinnen und Schüler der regionalen Sekundarschule in Scuol elegant. Entlang des Themas auf der Karte in der Broschüre befinden sich 17 Posten mit Fragen. Bilder geben Hinweise, wo sich die Posten befinden, die man anlaufen soll. Schüler Fabian ist sich sicher: «Man kann doch in Scuol den Weg nicht verfehlen. Es geht immer geradeaus!»

Zuvor wird drinnen in der Schulstube gebüffelt. Fulminante theoretische Aufarbeitung. Nicht Mathematik, nicht Deutsch und auch nicht Romanisch. Tourismus ist angesagt, die Sensibilisierungskampagne von Schweiz Tourismus unter dem Titel «Enjoy Switzerland». Oder eben «Allegra in Svizra». Lehrerin Mariachatrina Gisep Hofmann hält viel von der Engadiner Leitindustrie, weshalb sie ihre Siebtklässler ab und zu mit einer Projektwoche beglückt. Die Schüler, das merkt man in der Lektion zum Thema «Hotellerie» deutlich, sind angetan von der Annähe-

rung an die Gäste, die den Ort bevölkern, Betten und Restaurants gleichermassen füllen.

Rollenspiele schärfen den Blick für Konfliktsituationen

«Kommunikation zwischen Gast und Gastgeber» steht auf einem Arbeitsblatt des Lehrmittels. Das kann ein Gespräch mit der gestressten Hoteldirektionistin sein, mit dem geschäftigen Schalterangestellten bei der Bergbahn, mit dem arrogant-müden Bäcker. Und was, wenn der Tourist nur italienisch spricht? So und ähnlich können Rollenspiele aufgeleitet sein, welche die Schüler mit Inbrunst aufzuführen, unterbrochen mitunter von Gelächter. Die Stimmung ist locker. Kunststück, bei dieser dynamischen Lehrkraft, die es wohl mit jedem Touristiker aufnehmen könnte.

Mariachatrina Gisep Hofmann lässt die Kinder ihre Rollen leben, nimmt zwischendurch den Hotelprospekt unter die Lupe. Gian-Luca weiss präzise, wofür der da ist: «Um gute Leute anzuziehen.» Laura liest auf romanisch vor, was Gastfreundschaft bedeutet. Ein Bild im Prospekt zeigt die Kombination von alt und neu. Keine Frage: Die Schüler haben den Besuch im Hotel Belvédère so richtig aufgesaugt. Jedes Detail wissen sie, wenn die Lehrerin bloss danach fragt. «Ein Regenschirm steht in jedem Zimmer», antwortet einer, «und erst die kostbare Blume, die Orchidee», wirft der Sitznachbar vorwitzig ein. Vom Starck-Design-Turmzimmer gar



■ Vom 4-Sterne-Hotel Belvédère bis zur Billigairline Easy Jet. Die Lehrerin hält das Wichtigste an der Wandtafel fest. Die zehn Knaben und acht Mädchen der siebten Sekundarschulklasse von Scuol machen interessiert mit. Fotos: Silvia Cantieni

nicht zu reden. Davon schwärmen sie alle. Als die Lehrerin von der Küche im Hotel spricht, weiss die Runde haargenau: Diese ist sehr sauber. Und wer macht die feinen Desserts? «Der Confiseur», kommt es blitzschnell im Chor.

Die Berufswahl der Schüler steht erst noch an

Wieder steht Lesen an, zuweilen holprig, aber doch deutsch und deutlich. Schliesslich sind viele Schülerinnen und Schüler romanischer Muttersprache. Vif sind sie allemal, und wenn sie ihre Rollen spielen, die Begegnung des Touristen mit dem Einheimischen etwa, dann hält sie plötzlich niemand vom schier akzentfreien Hochdeutsch zurück. Und wenn sie erst ihre Eindrücke schildern: «Wir sind sehr abhängig vom Tourismus.» – «Das Hotel Belvédère hat mir in der ganzen Woche am besten gefallen.» – «Nein, nein, Hoteldirektor möchte ich nicht werden, das ist mir zu kompliziert. Ich werde Förster.» – «Wir sind viel unterwegs, das finde ich gut», sagt Flurin, der wedder Koch noch Kellner werden möchte. Bettina ist hingerissen vom grossen Hotel: «Das ist

richtig spannend.» Selina will Tierärztin werden, nichts mit Tourismus also. Vorne im Klassenzimmer schreibt die Lehrerin Kernaussagen der Lektion an die Wandtafel. Die Schüler füllen ihre Arbeitsblätter aus. «Warum muss man in der Küche den Fisch vom Fleisch trennen?», fragt Mariachatrina Gisep Hofmann unvermittelt in die Runde. «Weil der Fisch einen starken Eigengeschmack hat.» Wirtstochter Laura weiss natürlich, was «à la carte» bedeutet: «Was auf der Menükarte steht.»

Begeistert bei der Sache und pausenlos in Fahrt

Die Schüler sind richtig in Fahrt. Pause gibts keine. Frühmorgens hatten sie erst noch den Schwimmwettkampf «Il plü svelto pesch» (der schnellste Fisch) zu bewältigen. Jetzt diese Tourismus-Doppellektion. Dann der Foto-Orientierungslauf. Der Besuch bei den Bergbahnen Motta Naluns Scuol Ftan Sent folgt. Der nächste Aufsatz ist auch so gut wie sicher. Zehn Knaben und acht Mädchen wissen nach gehaltenen Lektionen in der Schulstube und im Freien, warum Menschen überhaupt reisen,

wie sie sich bei Schlechtwetter verhalten, worauf der Wildhüter bei den Wildasylen und Biotopen achtet. Was will man aus Sicht des Hoteliers und Touristikers mehr?

Gute Feedbacks zum Lehrmittel

■ Das Projekt «Tourismus an Primarschulen» wird mit einem Lehrmittel mit theoretischer Einführung und praktischen Beispielen für den Einsatz im Unterricht dokumentiert. Die Dokumentation wurde 2004 im Rahmen von Enjoy Switzerland von einer Klasse der Internationalen Schule für Touristik IST in Zürich erstellt, im Auftrag von Schweiz Tourismus (ST). Die Feedbacks zum Lehrmittel sind laut Mauro Ghirardi, Manager Enjoy Switzerland bei ST, bisher durchwegs positiv. Bereits seien rund 60 Bestellungen für das Lehrmittel eingegangen. In Scuol hat sich die erste Sekundarschulklasse (siehe Interview) des Themas «Schule und Tourismus» während dreier Tage angenommen. SC



■ Eigenes Nachschlagewerk. Die Schüler und Schülerinnen halten das Gelernte mit viel Liebe zum Detail in ihrem Schulheft fest.

Mariachatrina Gisep Hofmann

«Es gibt nicht nur das Zimmermädchen»

■ Die Engadiner Sekundarlehrerin ist vom Nutzen der Sensibilisierungskampagne überzeugt. Sie wirkte bei der Entwicklung des Lehrmittels mit.

Silvia Cantieni

► Welche Bilanz ziehen Sie bezüglich der Sensibilisierungskampagne zum Tourismus in Ihrer Klasse? Die Effizienz war gut. Die Schüler haben festgestellt, dass wir hier in Scuol alle vom Tourismus leben und dass uns das deswegen auch etwas angeht. Touristen und Einheimische stehen einander nicht gegenüber, sondern bilden etwas Gemeinsames. Darauf wollte ich die Klasse aufmerksam machen. Zudem wollte ich die Schüler auch für die Berufe im Tourismus hier in der Region sensibilisieren.

► Eine kleine Umfrage bei den Schülern hat ergeben, dass die meisten beruflich noch unentschieden sind. Die Tourismusbranche lockt bisher kaum.

Die Schüler müssen sich auch noch nicht festlegen. In den vergangenen Jahren wollte sich niemand im Tourismusbereich engagieren. Jetzt möchte ich aufzeigen, dass das eine bekannte Sparte mit verschiedenen Positionen ist. Es gibt nicht nur das Zimmermädchen, sondern auch viele Kaderstellen.

► Was hat Sie zu dieser Projektwoche bewegt? Sie kommen ja aus einer Lehrergeneration mit einem eher skeptischen Verhältnis zum Tourismus.

Es sind zwei Aspekte. Letztes Jahr habe ich mit der Tourismusfachschule in Zürich am neuen Lehrmittel gearbeitet.

Zudem muss sich die Jugend bewusst werden, was hier passiert. Wir sind zu 90 Prozent vom Tourismus abhängig.

► Die Schüler haben in den Lektionen gut mitgemacht. Ist das Ihrem Engagement zu verdanken?

Ich denke, da kommen mir meine Erfahrung, mein Alter und auch mein Mut entgegen. Ich streiche etwas im Lehrplan und schaffe Platz für eine solche Projektwoche. Es ist aber nicht so einfach, denn unser Lehrplan ist voll. Deshalb habe ich Verständnis für Kollegen, die sich nicht an so etwas heranwagen. Ich habe es als Deutschlehrerin auch einfacher als etwa ein Mathematiklehrer. Es gehört viel Vorbereitung dazu.

► Sollte man in der Lehrerausbildung den Tourismus berücksichtigen? In den neuen Lehrmitteln gibt es einige Vorschläge für entsprechende Projekt-



■ Mariachatrina Gisep Hofmann (58) will Berufschancen aufzeigen.

Foto: Silvia Cantieni

arbeit. Man muss sich tatsächlich mit der eigenen Lebenssituation befassen. Die Schüler möchten ja erfahrungsgemäss nicht aus dem Unterengadin wegziehen.

► Wie gefällt Ihnen das Tourismus-Lehrmittel?

Ich finde es gut. Allerdings sind die angesprochenen Primarschüler von der vierten bis sechsten Klasse damit überfordert. Ich denke, die siebte oder achte Klasse ist die ideale Stufe.

► Was halten Sie generell vom Projekt «Enjoy Switzerland/Allegra in Svizra»? Es ist sehr wichtig zu vermitteln, wie wir unseren Gästen begegnen sollen. Dass wir hier im Engadin keine Fremdenfeindlichkeit haben, ist die Grundvoraussetzung dafür. Das vorliegende Programm für die Schule finde ich ganz in Ordnung.

Ratgeber

Wo Unterstützung anfordern?

► **Frage:** Wo kann ich professionelle Unterstützung anfordern, wenn ich – im Rahmen der Berufswahl für Jugendliche – von Lehrern, Schulen oder Berufsberatern angefragt werde, die Berufe im Gastgewerbe näher vorzustellen und dazu noch eine Betriebsbesichtigung durchführen?

F. B. aus L.

■ Alex Supersaxo
Nachwuchsmarketing
hotelleriesuisse



► **Antwort:** Der Bereich Nachwuchsmarketing von hotelleriesuisse bietet in solchen Fällen Unterstützung an und organisiert für Sie Berufsorientierungen in Ihrem Betrieb. An Berufsorientierungen werden Schüler/-innen, Jugendliche und interessierte Erwachsene über die Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten im Gastgewerbe informiert, Erstkontakte mit der Branche und dem Berufsumfeld geschaffen und persönliche Kontakte gefördert. Zudem kommen die Jugendlichen nach einem kurzen Theorie- und Praxis-Teil zum Genuss, praktische Arbeiten in den verschiedenen Tätigkeitsbereichen selber auszuführen und somit das erste Mal in unserer Branche zu schnuppern.

Bei Anfragen unterstützen wir Sie mit geschulten Referenten und Referentinnen von hotelleriesuisse, die kompetent über die faszinierende Welt der Gastronomie berichten und die Interessierten beraten. Wir führen regelmässig in allen Kantonen Berufsorientierungen jeglicher Art durch, übernehmen die Ausschreibung, die Organisation, die Durchführung und die Kosten.

Falls auch Sie in Ihrem Betrieb mit uns zusammen eine professionelle Berufsorientierung jeglicher Art durchführen möchten, zögern Sie nicht, uns zu kontaktieren. Weitere Auskünfte erhalten Sie unter Telefon 031 370 42 82 oder unter www.berufe-gastgewerbe.ch.

Ratgeber

Wenn der Vorgesetzte zu weit geht

► **Frage:** Eine meiner Mitarbeiterinnen hat mir heute erzählt, dass ihr Vorgesetzter dauernd anzügliche Bemerkungen macht und sie betascht. Was sieht das Gesetz bei sexueller Belästigung am Arbeitsplatz vor? C. B. aus Z.

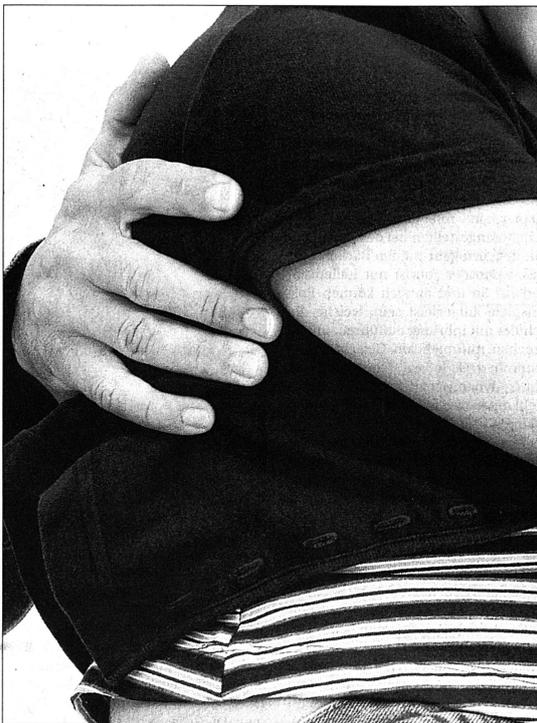
■ Annette Rupp
Rechtsberatung
hotelleriesuisse



► **Antwort:** Von Gesetzes wegen (OR Art. 328) ist der Arbeitgeber ausdrücklich verpflichtet, die Persönlichkeit der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer zu respektieren und zu schützen. Diese Bestimmung ist im Gleichstellungsgesetz ergänzt worden. Der Arbeitgeber hat dafür zu sorgen, dass die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer nicht sexuell belästigt werden, und dass den Opfern von sexueller Belästigungen nicht noch weitere Nachteile entstehen.

Zentraler Punkt von sexueller Belästigung ist immer die Unerwünschtheit des Verhaltens. Deshalb hat sexuelle Belästigung am Arbeitsplatz nichts mit einem Flirt zu tun. Formen von sexueller Belästigung können unter anderem sein:

- Anzügliche oder peinliche Bemerkungen
- Sexistische Sprüche oder sexistische Witze
- Aufdringliche Blicke
- Bemerkungen über körperliche Vorzüge oder Schwächen
- Vorzeigen, Aufhängen oder Auflegen von pornografischem Material
- Zweideutige Aufforderungen
- Unerwünschter Körperkontakt
- Annäherungsversuche verbunden mit Versprechen von Vorteilen oder Androhungen von Nachteilen
- Erzwungen sexueller Beziehungen
- Sexuelle oder körperliche Übergriffe, Nötigung oder Vergewaltigung



■ Unerwünschtes Verhalten am Arbeitsplatz muss nicht geduldet werden.

Der Arbeitgeber ist verpflichtet, die Persönlichkeit der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer zu respektieren und zu schützen.

Foto: zvg

Die betroffene Arbeitnehmerin kann gegenüber dem Arbeitgeber Entschädigungsansprüche geltend machen, wenn dieser nicht die ihm zumutbaren Vorkehrungen zur Verhinderung von Belästigungen (zum Beispiel Verwarnung,

Versetzung oder Entlassung des Täters) getroffen hat.

Verletzt der Arbeitgeber seine vertragliche Pflicht, solche Belästigungen durch geeignete Massnahmen aktiv zu verhindern, kann dies dazu führen, dass die

Arbeitnehmerin ihre Vertragspflicht zur Arbeitsleistung nicht erfüllen muss. Natürlich darf es sich dabei nicht um eine geringfügige, etwa eine einzelne anzügliche Bemerkung handeln. Ausserdem muss dem Arbeitgeber zunächst Gelegenheit gegeben werden, die nötigen Massnahmen zu treffen. Trifft er diese trotz Mahnung nicht, so kann die Arbeitnehmerin ihre Arbeitsleistung verweigern, ohne deswegen ihren Lohnanspruch zu verlieren (OR Art. 324).

Wenn immer eine schuldhaftige Verletzung der Fürsorgepflicht durch den Arbeitgeber vorliegt, kann die Arbeitnehmerin zudem Schadenersatz geltend machen. Dabei genügt es, dass Vorgesetzte der betroffenen Mitarbeiterin diese Fürsorgepflicht verletzen, da der Arbeitgeber auch für deren Verhalten einzustehen hat (OR Art. 101). Deshalb haftet er auch für sexuelle Belästigungen durch den Vorgesetzten der Arbeitnehmerin, selbst dann, wenn er davon nichts gewusst hat und dies deshalb auch nicht verhindern konnte.

Fazit: Wenn sich der Arbeitgeber vor allfälligen Forderungen schützen will, ist er gut beraten, wenn er schriftliche Regeln zum Schutz vor sexueller Belästigung am Arbeitsplatz aufstellt und die Mitarbeitenden informiert. Selbstverständlich gelten diese Schutzbestimmungen nicht nur für weibliche, sondern auch für männliche Arbeitnehmer.

htr RATGEBER

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

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

IMPRESSUM

hotel-tourismus revue

Die Fachzeitung für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

Gegründet 1892

Herausgeber:
hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130
Postfach
3001 Bern

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

Korrespondenten: Guido Böhler (GB), Zürich; Hans-Peter Gsell (HPS), Basel; Katja Hassenkamp (HAS), Paris; Martina Kunze (MK), Madrid; Gerhard Lob (GL), Tessin; Heribert Purtscher (HP), Wien; Franziska Richard (FR), Basel; Georg Ubenauf (GU), Frankfurt; Gregor Waser (GW), Zürich; Harald Weiss (HW), New York; Robert Wildi (ROW), Zürich.

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

Druck:
Büchler Grafino AG, Druckzentrum Bern.
Auflage:
WEMF-beglaubigt 2004/05
Verkaufte Auflage: 12 332
Gratisauflage: 1392 (Druckauflage: 18 000)
Verkaufspreise: (inkl. MwSt)
Einzelnummer Fr. 4.30,
Jahresabonnement Fr. 145.--,
ISSN: 1424-0440

Partnerpublikation:
- Verband Schweizer Tourismusmanager (VSTM)
- Schweizerische Vereinigung diplomierter Tourismusexperten (TOUREX)
- Vereinigung Diplomierter Hotelliers-Restaurateure SHV (VDH)
- Swiss Congress & Incentive Bureau (SCIB)
- Swiss Partner für den Gruppentourismus
- Verband Schweizer Heilbäder (VSH)
- Wohlbefinden Schweiz
- Swiss International Hotels (SIH)
- Amicale Internationale des Sous-Directeurs et Chefs de Réception des Grands Hôtels (AICR).

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

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

jobs.htr.ch

htr

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



HÔTELLERIE

Mövenpick | La chaîne hôtelière suisse est désormais présente à l'île Maurice avec un resort de «grand luxe».



TOURISME

François Seppey | Le chef du Service de l'économie et du tourisme du canton du Valais s'exprime sur le sujet des lits «froids».



TOURISME

Valais | Le Valais pourrait abandonner la taxe de séjour au profit d'un impôt cantonal permettant de financer le tourisme.

htr

Jürg Schmid

Valeurs prises en compte par la promotion

■ Pour le directeur de Suisse Tourisme, Jürg Schmid, les valeurs doivent être bien en place dans le marketing touristique.

Miroslaw Halaba

«Les valeurs jouent un rôle toujours plus grand dans le choix des vacances et les touristes veulent partager ces valeurs avec d'autres voyageurs». Pour le directeur de Suisse Tourisme, Jürg Schmid, l'auteur de ces propos, le thème des valeurs s'imposait pour servir de cadre de référence à la 9e édition de la Journée suisse des vacances qui se tient ce jeudi à Saint-Gall. «Les valeurs sont devenues à ce point importantes que le marketing touristique se doit aujourd'hui de les prendre en considération. Raison pour laquelle nous avons donc choisi ce thème», dit-il.

L'importance des «valeurs alpines»

Mais quelles sont les valeurs que le tourisme suisse doit principalement mettre en évidence pour séduire sa clientèle? «Les valeurs alpines», répond sans hésiter Jürg Schmid. Et de préciser: «Ces valeurs sont: la nature, l'authenticité, les vacances actives, la récupération.» Ces valeurs ont notamment un bon écho en Chine, pays sur lequel Suisse Tourisme fonde toujours de grands espoirs. «La montagne occupe une place de haut rang dans la culture chinoise. Elle est mystique», dit Jürg Schmid. Il souligne aussi que, lors de leur périple européen, les visiteurs des marchés lointains viennent principalement en Suisse pour y découvrir d'abord la nature et la montagne.

Les valeurs au cœur de la campagne d'été

Les valeurs seront au cœur de la campagne d'été. «Jusqu'ici, nous avons montré dans notre promotion que l'été était beau dans tous le pays. Cette année, nous avons radicalement changé notre manière de communiquer, puisque nous allons présenter un hit-parade des cinquante sites qui sont les plus attrayants du pays, sites où le visiteur peut, précisément, découvrir les valeurs de la Suisse», explique le directeur de Suisse Tourisme. Quelques sites, à titre d'exemple: le Parc national suisse, le glacier d'Aletsch et, en Suisse romande, le Lavaux ou encore le château de Chillon.

Journée suisse des vacances

Les valeurs, un thème judicieux

■ La 9e Journée suisse des vacances, organisée, ce jeudi, par Suisse Tourisme, à Saint-Gall, est placée sous le thème des valeurs. Avec le développement du phénomène, désigné sous le nom de «Swissness», il apparaît que ce thème est bien d'actualité.

Miroslaw Halaba

Les responsables de Suisse Tourisme ont probablement touché dans le mille en retenant les valeurs comme thème central de la 9e Journée suisse des vacances qui se déroule, ce jeudi, à Saint-Gall, en présence de plus d'un millier de participants. Les valeurs sont demandées par les touristes (voir ci-contre l'avis de Jürg Schmid, le directeur de Suisse Tourisme) et doivent donc être contenues dans les messages promotionnels. Les valeurs sont aussi au cœur du phénomène «Swissness», qui a fait l'objet d'une bonne analyse dans le récent bulletin d'information du Switzerland Convention & Incentive Bureau (SCIB). Pour l'auteur de cet article, le «Swissness» n'est «rien d'autre» que «la nouvelle interprétation» des valeurs suisses traditionnelles. Ces valeurs ont gagné de l'importance sous l'influence de la globalisation et de l'accélération qui touchent tous les aspects de notre quotidien et qui provoquent l'insécurité et la peur. Pour être encore plus précis, le bulletin du SCIB écrit: «Swissness signifie que ce que l'on fait, on le fait avec perfection et avec un grand souci du détail».

Phénomène favorable pour le tourisme

Et de quelles valeurs parle-t-on? Sans être exhaustif, on peut citer la démocratie directe, la stabilité, le sens de la qualité, le souci de la précision, la fiabilité, le zèle ou encore la ponctualité. Les Suisses sont toutefois aussi attachés à l'environnement et à leurs paysages. Grâce notamment au coup de pouce de Tyler Brülé, qui avait proclamé «Swiss is sexy», lorsqu'il concevait le design de la compagnie aérienne Swiss, ces valeurs fondamentales de la Suisse n'ont ainsi, semble-t-il, jamais été perçues aussi positivement qu'au cours des dernières années.

Ces caractéristiques de la Suisse sont, par ailleurs, propagées dans le monde par une «nouvelle génération de Suisses», tels que Roger Federer, Ernesto Bertarelli ou Daniel Vasella, le



■ Valeurs suisses. Les valeurs, dites suisses, n'ont, semble-t-il, jamais été perçues aussi positivement qu'au cours de ces dernières années. Au tourisme d'en profiter. Photo: Swiss-Image

CEO de Novartis. Le tourisme helvétique ne peut dès lors que profiter de cette évolution. Ceci d'autant plus que les tendances perçues par les auteurs de la récente étude prospective sur

l'avenir des voyages commandée par Kuoni (cf. htr du 23 mars) peuvent trouver en Suisse des conditions de réalisation où les valeurs décrites n'y sont pas étrangères. En mettant l'accent de sa

prochaine campagne estivale sur «le naturel et l'authenticité», Suisse Tourisme prend la vague porteuse provoquée par la demande de la clientèle pour les valeurs, notamment les valeurs suisses.

Des valeurs, comme l'authenticité, se vendent bien dans les stations de montagne

■ Thème central de la 9e Journée suisse des vacances à Saint-Gall, les valeurs sont souvent évoquées dans le langage promotionnel des destinations helvétiques. Grâce à la nature, l'air pur, l'agriculture de montagne, le folklore, ces valeurs sont particulièrement bien mises en évidence dans les stations alpines. Non pas que les valeurs, dites typiquement suisses (lire texte principal), sont négligées dans les destinations de plaine, mais là, elles ne font pas forcément l'objet d'une communication spéciale. «Les valeurs suisses, comme le paysage, la propreté, l'air pur, sont ici partout, aussi mettons-nous l'accent sur d'autres aspects de notre offre», souligne Ermanno Castelli, directeur de Morges Région Tourisme, résumant ainsi parfaitement cette situation. Parmi les

valeurs qui ont la cote en montagne figurent, en particulier, l'authenticité. Ce n'est donc pas pour rien que celle-ci occupe une place de choix dans la nouvelle promotion estivale de Suisse Tourisme. «L'authenticité apparaît au premier plan des valeurs à promouvoir que nous avons mentionnées dans notre stratégie touristique quinquennale», indique Olivier Bovet, directeur de Château-d'Ex Tourisme. Le projet de parc naturel régional – qui est «bien parti», précise Olivier Bovet – devrait permettre de renforcer l'image d'authenticité, de même que l'accent mis sur la promotion des produits du terroir

L'authenticité, symbolisée par la montagne, est également une valeur clé à Zermatt. «Les visiteurs venant des marchés lointains, d'Asie notamment, cher-

chent cette valeur dans notre station», explique Roland Imboden, le directeur de Zermatt Tourisme. Les efforts consentis, par exemple, pour préserver le cœur historique de Zermatt illustrent cette volonté de satisfaire ces aspirations. Avec la préservation des bisses, le Festival international de cor des Alpes ou encore la promotion des abricots et autres produits du terroir, la station de Nendaz (VS) présente aussi à ses visiteurs un aspect d'authenticité. Et cela n'est pas en vain. «Nous avons un bon retour», note Sébastien Epiney, le directeur de l'office du tourisme. Et de préciser: «Les activités liées au terroir sont les plus prisées.» Même son de cloche à Château-d'Ex lorsqu'on parle de la satisfaction de la demande. «Nous avons un grand retour», indique Olivier Bovet. MH

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

Des nouveaux hôtes? Vous les trouvez chez nous!

Nous vous aidons dans votre recherche!

Votre «hotel specials» sur
www.swisshotels.com

CHF 99.00 pour 4 semaines de présence en ligne.

hottellersuisse
Monbijoustrasse 130, 3007 Bern
Tél. 031 370 43 14, Fax 031 370 41 21
hotelspecials@hottellersuisse.ch

hottellerie
suisse

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

happy YOU

happy lease&sleep

Détend vous hôtes pour 30 centimes par nuit.

happy systems™

Ah! Si j'avais un lit happy.

Tél. 071 387 44 44, www.happy.ch

Record de réservations Internet

■ **Hilton.** Le groupe hôtelier Hilton a déclaré que, durant le mois d'octobre 2005, les réservations sur ses sites Internet avaient, pour la première fois, dépassé celles enregistrées via ses centrales d'appels téléphoniques (numéros gratuits à travers le monde). Ce sont ainsi 972 000 nuitées qui ont été réservées directement en ligne contre 863 000 par le biais des 18 centrales téléphoniques du groupe.

Plus globalement, Hilton a également précisé que ce sont mainte-

nant plus de 13% des réservations qui passent par ses différents sites de réservation, soit une augmentation de 30% par rapport à l'année précédente.

Le groupe espère atteindre 15% de réservations Internet par ses propres sites à partir de cette année. A noter que, dans le même temps, les réservations Internet via des sites partenaires ont régressé de 3% depuis l'année dernière. Elles ne représentent plus que 2,5% du total des réservations du groupe Hilton. *JJE*

Anniversaire

■ **Mövenpick.** Dès le 1er mai, fêter son anniversaire dans un hôtel Mövenpick permettra d'obtenir une nuit gratuite sur un séjour de trois nuits, ainsi qu'une «surprise pour celui qui fête son anniversaire». Pour profiter de cette offre, la réservation devra être effectuée à l'avance en précisant le code «Birthday» et la date de l'anniversaire qui doit tomber pendant le séjour. Cette offre est aussi valable pour les amis et les proches de la personne qui fête son anniversaire. *LM*

De nouvelles rénovations à l'Intercontinental

■ **Genève.** Après avoir consacré près de 40 millions de francs sur deux ans au complet relookage de ses espaces communs (lobby, bar, restaurants, jardins), l'Hôtel Intercontinental de Genève entamera dès le prochain hiver un programme de rénovation complète de ses 320 chambres, dont une centaine de suites.

Les travaux devraient durer environ deux ans pour un coût que Michel Perret, directeur de l'établissement depuis la fin de l'année dernier, n'a pas précisé.

Le concept de la nouvelle décoration a été confié au designer new-yorkais d'origine chinoise Tony Chi, qui avait déjà remodelé le lobby et les restaurants. Sur sa lancée, et pour faire peau neuve en beauté, l'Intercontinental inaugurerà, en juin, un spa pour lequel il a fait appel à la marque Clarins. C'est une équipe de professionnels de la marque qui prendra en charge les soins. D'une surface de plus de 200 mètres carrés, il sera situé au deuxième étage de l'hôtel jouxtant l'actuel fitness

avec accès direct à la piscine dont l'ouverture est prévue dès les premiers jours de l'été. La piscine a également été complètement réaménagée.

Construit dès 1962, mais inauguré en 1964 dans un parc de quelque 18 000 mètres carrés à proximité du siège européen de l'ONU et des grandes organisations internationales, l'Hôtel Intercontinental de Genève est connu pour avoir accueilli les rencontres de quelques-uns des plus hauts dirigeants de la planète. *JJE*

Débat à La Neuveville

Des pistes pour l'avenir de la restauration

■ La restauration était au cœur d'un débat organisé à La Neuveville (BE). Plusieurs pistes intéressantes ont été montrées pour le futur.

Mirosław Halaba

L'évolution des comportements alimentaires, une pléthore d'établissements, la multiplication des travaux administratifs placent le secteur de la restauration devant de nombreux défis. Un débat public, organisé la semaine dernière à La Neuveville dans le cadre du forum itinérant Agoramobile, a abordé ces différentes questions et a permis aux quelque soixante participants - principalement des restaurateurs de la région - de percevoir quelques pistes pour l'avenir.

«De grâce, ne supprimez pas la formation!»

Bien introduite par le président de Gastro Neuchâtel, Michel Vuillemin, et dirigée par le conseiller national radical neuchâtelois, Didier Burkhalter, la discussion s'est notamment concentrée sur l'accroissement du nombre de restaurants et, partant, sur la question de la formation. L'occasion, pour le président de GastroVaudois, Frédéric Haenni, de lancer, en pensant à l'ouverture du marché intérieur: «De grâce, ne supprimez pas la formation!» La clause du besoin a été évoquée, mais aussi le soutien aux entreprises qui forment du personnel. Ainsi, dans le Jura, on envisage de réduire le montant de la patente proportionnellement aux efforts consentis dans ce sens. Dans le canton de Neuchâtel, l'idée d'un fonds destiné à favoriser la transformation d'établissements publics, en appartements, par exemple, est dans l'air afin de combattre la pléthore de restaurants.

Un guichet administratif unique

Les restaurateurs sont soumis à de nombreux contrôles des partenaires conventionnels et des pouvoirs publics qui pèsent sur l'entrepreneur. Dans le canton de Neuchâtel, toujours, des simplifications pourraient être faites, puisque, comme l'a indiqué Philippe Bauer, avocat-conseil de Gastro Neuchâtel, l'Etat «a une velléité de créer une commission paritaire de la restauration», ce qui pourrait déboucher sur la création d'un «guichet unique». Le directeur de Tourisme neuchâtelois, Yann Engel, a souligné, de son côté, que des discussions étaient en cours avec les fournisseurs afin que les restaurateurs puissent aménager leurs terrasses avec le matériel qui leur est mis à disposition sans que ce dernier soit trop publicitaire. A noter aussi que des coins à prospectus touristiques ont été installés dans plusieurs établissements publics du canton.

Mövenpick Hotels & Resorts

Désormais présent à l'Ile Maurice

■ La chaîne hôtelière suisse Mövenpick - en pleine expansion - gère depuis peu un hôtel de «grand luxe» à l'Ile Maurice. Cet hôtel de 160 chambres et 21 suites vient d'être vendu à la société Kingdom du prince Alwaleed qui possède déjà 33,3% du capital de Mövenpick.

Laurent Missbauer

«True Excellence in Swiss Hospitality»: jusqu'ici, le slogan de Mövenpick Hotels & Resorts n'avait jamais été arboré dans l'Océan indien. Cela n'est aujourd'hui plus le cas puisque Mövenpick gère désormais la «Voile d'Or Resort & Spa»; un hôtel 4 étoiles de «grand luxe» que la chaîne basée à Zurich a présenté la semaine dernière lors d'un voyage de presse. Celui-ci a eu lieu juste après l'annonce, à fin avril, de l'achat de la «Voile d'Or» par Kingdom Hotel Investments, une société d'acquisition et de développement hôtelier qui possède 33,3% du capital de Mövenpick et qui appartient au prince saoudien Alwaleed, déjà impliqué dans l'hôtellerie à travers la chaîne Four Seasons et l'Hôtel Georges V à Paris.

L'hôtel s'appelle désormais Mövenpick Resort & Spa

Le changement de propriétaire de ce resort «haut de gamme» - les prix en basse saison dans une chambre double débutent à 450 francs par personne - est allée de pair avec une modification du nom de l'hôtel. Le terme «Voile d'Or» disparaît ainsi pour laisser sa place à la nouvelle appellation Mövenpick Resort & Spa Mauritius. Situé à Bel Ombre sur la côte sud-ouest de l'île, dans une région qui n'avait pas encore été touchée par le développement touristique, cet hôtel est le premier Mövenpick sur les rives de l'Océan indien. «Ce ne sera pas le dernier», a précisé Alain Gozzer, le



■ Mövenpick Resort & Spa Mauritius. La chaîne hôtelière suisse Mövenpick dispose désormais d'un établissement quatre étoiles de «grand luxe» à Bel Ombre, sur la côte sud-ouest de l'Ile Maurice. Photos: Mövenpick

directeur des relations publiques de Mövenpick Hotels & Resorts. «Il est en effet d'ores et déjà prévu d'ouvrir en 2008 un nouveau resort à Zanzibar. En début d'année, nous avons aussi signé un contrat de management pour le projet d'un nouvel hôtel en Inde et nous espérons en faire bientôt de même en Thaïlande.»

«Nous sommes très satisfaits que le Mövenpick Resort & Spa Mauritius soit venu compléter notre portefeuille d'établissements», a relevé Sarmad Zok, le directeur général de Kingdom Hotel Investments. «Cette acquisition

s'inscrit parfaitement dans notre stratégie qui est d'investir dans des projets hôteliers à fort potentiel de croissance.»

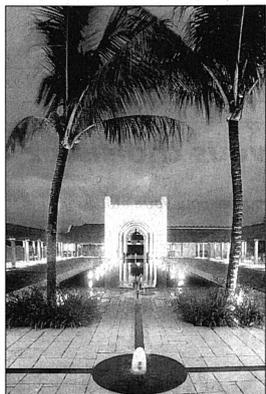
Une croissance qui passe par une certaine différenciation

Et pour Mövenpick, la croissance à l'Ile Maurice, où les hôtels de grand luxe ne manquent pas, passe par une certaine différenciation. A commencer par celle liée à la «True Experience in Swiss Hospitality» évoquée en début d'article, mais également par une volonté délibérée d'accueillir en un seul endroit des

segments de clientèle aussi variés que peuvent l'être les familles, les couples en voyage de noces, les individus adeptes de wellness ou encore les congressistes. Construit dans un parc de 10 hectares, le Mövenpick Resort & Spa Mauritius comporte 181 chambres dont 21 suites, trois restaurants, un centre de plongée, plusieurs salles de conférences, un atelier de poterie, un club pour enfants, une discothèque et un spa de 1800m². Ce dernier, très luxueux, dispose de cinq pavillons de massage situés sur un aquarium ainsi qu'une suite VIP avec entrée séparée.

Toutes les chambres ont la vue sur l'Océan indien

■ Mövenpick entend se démarquer des autres hôtels de l'Ile Maurice en touchant différents segments de clientèle. L'étendue du resort est telle - dix hectares - que des familles peuvent être accueillies en même temps que des congressistes sans que ces deux clientèles ne se rencontrent. L'hôtel dispose en effet de 20 bâtiments qui abritent 160 chambres, toutes avec vue sur l'Océan indien, et 21 suites subdivisées en 18 junior suites, deux senior suites et une suite royale qui est en fait une villa pouvant également accueillir des réceptions et des congressistes. A ces derniers, l'hôtel propose aussi des sorties au «Cerf d'or», un luxueux domaine de chasse situé à dix minutes du Mövenpick. *LM*

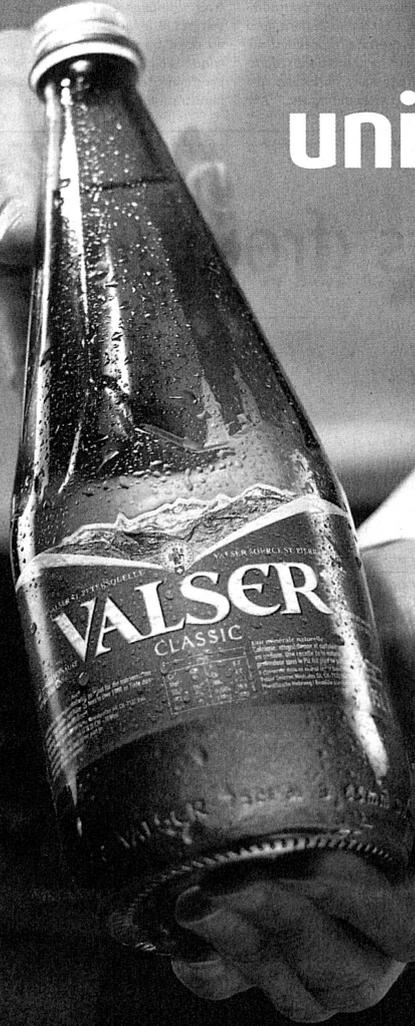


■ Ce nouveau resort de Mövenpick comporte plus de vingt bâtiments.



■ La piscine principale au bord de l'océan. Les 181 chambres et suites possèdent toutes une vue sur l'Océan Indien. Le complexe dispose en outre de trois piscines.

unique



VALSER vous offre tout ce que vous exigez
d'une grande eau minérale: minéralisation équilibrée,
qualité reconnue et fraîcheur en bouche. Pas étonnant
qu'elle soit l'eau minérale préférée en Suisse.

Satisfaits, vos clients ne manqueront pas de revenir.

VALSER⁺
Pour la vie



L'UFT veut une révision de son financement

■ **Union fribourgeoise du tourisme.** Grâce notamment à sa loi révisée, le tourisme fribourgeois est entré dans une nouvelle ère de développement. Les responsables de l'Union fribourgeoise du tourisme (UFT) ont mis à profit l'assemblée générale, qui s'est tenue la semaine dernière à Guin, pour expliquer les changements et les enjeux. Le directeur, Jacques Dumoulin, a notamment indiqué que la nouvelle loi nécessitait une réorganisation des réseaux de randonnée, en particulier celui

des randonnées pédestres. Le travail sur le terrain fera désormais l'objet de mandats externes octroyés par l'UFT. Ce sujet a permis d'aborder la question des ressources, devenues insuffisantes, de l'UFT. Raison pour laquelle, celle-ci envisage de demander à l'Etat de reconsidérer le financement de ses activités. Il est ainsi question, a indiqué Jacques Dumoulin, de «proposer, sous peu, à l'Etat d'inscrire les futures activités de l'UFT dans le cadre d'un mandat de prestations». Cette

démarche semble avoir plus de chances d'aboutir aujourd'hui qu'il y a encore quelques années où elle avait été présentée en vain. Président de l'UFT, Hubert Lauper a notamment axé son allocution sur la question de l'adaptation de l'offre à la demande. Son constat laisse songeur. «Les bons élèves sont fort peu nombreux», a-t-il dit en parlant aussi bien des prestataires, des destinations, des organisations touristiques régionales ou locales que des collectivités publiques. **MH**

Le projet du Golden Pass a été réactualisé

■ **Golden Pass Montreux-Lucerne.** Le projet de liaison ferroviaire, sans changement de train, entre Montreux et Lucerne pourrait devenir une réalité d'ici la fin de la décennie. En effet, comme l'a révélé le quotidien 24 Heures, un groupe de travail, créé au sein d'un consortium groupant les trois compagnies exploitantes, soit SFF, le MOB et le BLS, a mis au point un projet de voie métrique unique qu'il présentera prochainement aux conseils d'administration des sociétés concer-

nées. Pour Richard Kummrow, directeur du Golden Pass Services MOB, ce projet «est mûr». Il abandonne l'idée d'un troisième rail entre Zweisimmen et Interlaken. Une telle solution n'est proposée que pour le tronçon Spiez-Interlaken. Le coût des travaux – qui ne devraient rencontrer que «peu d'oppositions», puisque la voie est déjà construite – est estimé à 205 millions de francs. Le financement serait assuré par des fonds privés. Si tout va bien, la liaison pourrait être opérationnelle en

2010, a souligné Richard Kummrow. Sa mise en place est de nature à dynamiser sensiblement la fréquentation de cette ligne touristique. Une estimation «prudente» fait état d'une progression des passagers de 10%. Leur nombre actuel est approximativement de 220 000 par an. Le projet de voie métrique devrait, par ailleurs, être combiné avec un regroupement opérationnel du MOB avec la Zentralbahn, la compagnie qui dessert la vallée du Simmental. **MH**

Création de stations

La recette d'Intrawest

■ **Leader mondial dans son domaine,** Intrawest crée de toutes pièces des stations de ski et des villages de vacances. Le groupe nord-américain dispose de son propre mode d'emploi, l'«envisionning», qu'il entend également appliquer au projet des Mayens-de-Bruson (VS).

Geneviève Zuber

Intrawest développe surtout des projets de sports d'hiver outre Atlantique, mais depuis peu, le groupe a posé un premier jalon en Europe: les Arcs 1950, station alpine sortie de terre en l'an 2000. Pour le Vieux-Continent, Intrawest planche maintenant sur trois autres projets: une deuxième station en Haute-Savoie, à Flaigne, un village de golf près de Bordeaux, et les Mayens-de-Bruson, un ensemble de 300 chalets près de Verbier.

Un scénario différent pour chaque station

Mais quel est le mode d'emploi pour créer une nouvelle station, pour décider à quoi elle ressemblera? Intrawest applique une procédure maison: l'«envisionning». Cette recette, Nicolas Garnier, vice-président européen du groupe, est venu l'esquisser en Valais lors du Tourism Professional Meeting (TPM) à Sierre. L'«envisionning» repose sur deux piliers: le groupe procède à une analyse très poussée de faisabilité économique, mais surtout «il s'agit de trouver une histoire, d'écrire un scénario», explique Nicolas Garnier. «Nous imaginons un cheminement dans le village. Cela peut être, comme à Bordeaux, une petite maison, un puits, un four à pain... Nous imaginons le client pris au centre de ce scénario. Il va ainsi se créer des souvenirs forts. Et c'est notre objectif pour le fidéliser.»

«Bruson ne sera pas un projet Mickey»

Dans la salle, comme sur les blogs des Mayens-de-Bruson ou des projets de ce type, certains se demandent si l'on ne crée pas ainsi des Disneyland des Alpes et si cette recette américaine convient à l'Europe. Nicolas Garnier se veut rassurant: «Il n'y a pas de risque de kitsch, nous nous intégrons parfaitement dans l'environnement architectural et culturel local.» Quant à savoir quel scénario Intrawest réserve aux Mayens-de-Bruson, il estime qu'il est prématuré d'en parler, le projet n'étant qu'à un stade préliminaire. Quant à la rentabilité de la station, 70% des 2000 lits prévus devraient être des lits chauds ou des lits marchands avec service hôtelier. Intrawest vendra les logements à des conditions préférentielles aux acquéreurs d'accord de confier au groupe la mise en location de leur bien. Dévisé à 250 millions de francs, le projet est en phase sensible, puisqu'il fait l'objet d'un recours de la part du WWF-Valais.

François Seppey

«Les lits «froids» me préoccupent»

■ **Les lits «froids»:** une question très... chaude dans les milieux du tourisme valaisan. François Seppey, chef du Service cantonal de l'économie et du tourisme, l'a abordée lors du Tourism Professional Meeting (TPM) 2006 à Sierre. Il fait le point sur cette problématique.

Geneviève Zuber

► **Quelle est votre vision sur la problématique des lits «froids»?**
Il faut le dire clairement, le tourisme est un business. Je préfère donc parler de «lits marchands» plutôt que de lits chauds, tièdes ou froids. L'avant-projet de loi sur le tourisme qui vient d'être mis en consultation (Ndlr: lire la page 5 ci-contre) a adopté le terme de «lits marchands» et c'est voulu. Dans le débat actuel, les lits chauds sont souvent synonymes de lits hôteliers et les lits froids de résidences secondaires. C'est une erreur de les mettre en opposition; ces deux types de lits sont complémentaires. La distinction, il faut l'établir entre les lits marchands, qui sont commercialisés régulièrement, et les lits non-marchands, qui ne sont pas mis en location et sont de ce fait sous-occupés.

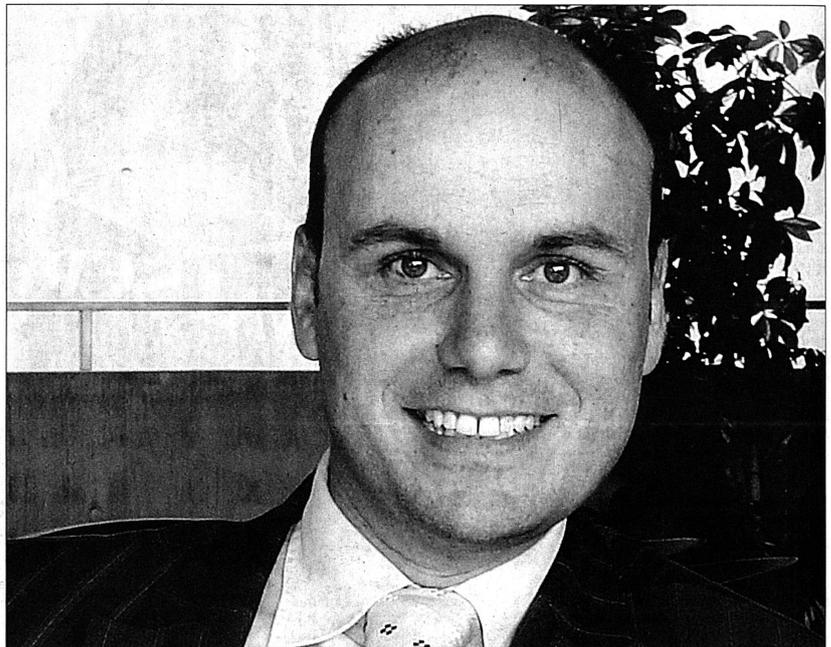
«IL S'AGIT BIEN SOUVENT D'UNE QUESTION DE COURAGE POLITIQUE.»

► **Quel doit être le taux d'occupation d'un lit pour être considéré comme «marchand»?**

Vingt semaines d'occupation par an me semble être un seuil minimum. Les lits hôteliers sont des lits marchands, ainsi que les logements de vacances, les appartements et les résidences secondaires occupées par leurs propriétaires mais également louées une partie du temps. Dans certaines stations, le taux d'occupation moyen des résidences secondaires n'est que de 10 à 15%. Dans l'industrie, une telle sous-utilisation de la capacité de production serait tout simplement inimaginable! Le problème chez nous en Valais, c'est que la part des lits non-marchands est en hausse et c'est cela qui me préoccupe particulièrement.

► **On ne peut toutefois pas forcer les propriétaires à louer leurs chalets ou leurs appartements...**

Effectivement, mais on peut leur proposer de nouveaux modèles de commercialisation, plus attractifs. Les promoteurs peuvent présenter les objets à vendre comme des placements financiers avec rémunération garantie à 4,5% par exemple. Pour ces derniers,



■ **François Seppey.** Le chef du Service cantonal valaisan de l'économie et du tourisme préfère parler de «lits marchands» plutôt que de «lits chauds».

Photo: Geneviève Zuber

l'intérêt est double: après la vente, ils gèrent la commercialisation de l'objet.

«LE PROJET DE LA NOUVELLE LOI SUR LE TOURISME ENTEND DONNER DES SIGNAUX.»

► **C'est ce que projettent de faire des multinationales du tourisme, à Nendaz, à Anzère et aux Mayens-de-Bruson (lire l'article ci-contre sur Intrawest). Quelle confiance faut-il leur accorder?**

Ces groupes ne sont pas Pestalozzi. Comme ils commercialisent ces lits, ils ont tout avantage à ce qu'ils soient occupés. De plus, l'outil de production est ici et le restera: le tourisme alpin n'est pas délocalisable. Aux collectivités locales de fixer les règles du jeu. Ainsi, elles n'en perdent pas la maîtrise!

► **Comment rééquilibrer lits «marchands» et «non-marchands»?**

La maîtrise du développement immobilier passe prioritairement par des mesures d'aménagement du territoire. Ces questions sont de la compétence des communes. Pour agir, définir des zones réservées aux lits hôteliers par exemple, ou contingentier les nouvelles constructions d'appartements de vacances, les communes disposent de tous les ins-

truments légaux nécessaires. Encore faut-il avoir le courage politique de les utiliser. Les acteurs du tourisme qui veulent que les choses bougent doivent s'engager, en tant que citoyens, sur le plan communal.

«NOUS AVONS INJECTÉ 70 MILLIONS DANS L'HÔTELLERIE, CE N'EST PAS RIEN!»

► **L'avant-projet de la nouvelle loi cantonale sur le tourisme peut-il aussi faire changer les choses?**

Il y contribue. Avec son projet d'impôt sur toutes les résidences secondaires, au lieu des taxes actuelles qui péna-

lisent les logements marchands, il renverse la vapeur, donne un signal. D'autre part, l'Etat veut promouvoir la réalisation et la rénovation de lits marchands, hôteliers et logements de vacances, par des prêts sans intérêt.

► **Mais pour les lits «marchands» que sont les lits hôteliers, c'est le statu quo?**

Depuis 1998, nous avons injecté 70 millions de francs dans l'hôtellerie, ce n'est pas rien! Le projet veut poursuivre dans cette voie. Et c'est le secteur lui-même qui nous a demandé de ne pas en faire davantage pour éviter de perferuser artificiellement des établissements non viables. D'autre part, comme les taxes sont remplacées par un impôt, cela évitera aux hôteliers de fastidieuses tâches administratives.

TPM: des thèmes particulièrement sensibles

■ Le Tourism Professional Meeting (TPM) a réuni, la semaine dernière à la Haute école valaisanne de Sierre, plus de 350 participants recrutés parmi des professionnels du tourisme et des étudiants de l'Ecole suisse de tourisme de Sierre. Une quinzaine de spécialistes, de personnalités du tourisme, de chercheurs et d'entrepreneurs ont animé ce forum consacré à «l'hébergement dans tous ses états», un thème particulièrement

sensible. Lits «chauds» et lits «froids», manque d'innovation et difficulté à trouver un financement constituent en effet des défis importants à relever au cours de ces prochaines années. «Lors de la 7e édition du TPM, qui aura lieu le 27 avril 2007, nous continuerons à creuser ces problématiques, notamment sous l'angle de l'hébergement et du développement durable», a annoncé Alexis Tschopp, le responsable du TPM. **GZ**

Jeux vidéo pour les enfants

■ **KidsHotels.** Les trente-huit établissements membres des KidsHotels - hôtels spécialisés dans l'accueil des enfants - vont enrichir leur offre en proposant des jeux vidéo à leurs jeunes hôtes. Dès cet automne, les salles de jeu de ces hôtels seront équipées du système de divertissement Xbox 360 de Microsoft. Ces aménagements sont le fruit d'un partenariat entre Suisse Tourisme, Xbox de Microsoft et les KidsHotels. Depuis son introduction en décembre 2005, le systè-

me Xbox 360 est «plébiscité» par les joueurs, a indiqué Suisse Tourisme. Xbox s'est engagé à mettre à disposition «les derniers jeux lancés sur le marché». Dans chaque établissement, un collaborateur - désigné sous le nom de «champion» - veillera à ce que l'utilisation des consoles soit conforme au jeune public. Il sera aussi chargé d'initier les enfants qui ne connaissent pas encore les jeux Xbox. Chaque console est prévue pour un à deux enfants. **MH**

Hôtes suisses en majorité

■ **Parahôtellerie.** Les hôtes helvétiques ont été les principaux clients des auberges de jeunesse et des terrains de camping suisses en 2005. C'est ce qu'a révélé, la semaine dernière, l'Office fédéral de la statistique. En raison d'un changement de méthode de relevé, les chiffres de comparaison n'ont pas été fournis. Les 61 auberges de jeunesse ont ainsi enregistré 860 000 nuitées. Près de deux tiers de ces dernières, soit 511 000, ont été générées par la clientèle indigène. Suivent les

hôtels en provenance d'Allemagne avec 123 000 nuitées (14,3% du total). La durée des séjours pour ce secteur a été de 2,1 nuits en moyenne. Les 249 établissements qui gèrent un terrain de camping ont recensé 2,72 millions de nuitées, chiffre qui ne comprend pas les locataires permanents. La part des visiteurs suisses s'est élevée à 56%. Les hôtes d'Allemagne et des Pays-Bas ont constitué une proportion de 29,5%. La durée moyenne de séjour a été ici de 5,1 nuits. **MH**

Du succès pour le spa du BRP

■ **Lausanne.** Ouvert au public au mois de décembre de l'année passée, le spa du Beau-Rivage Palace (BRP) affichait déjà complet à fin février avec 200 membres, quota initialement fixé pour maintenir une atmosphère propice au bien-être et une sphère intime à ses clients. A cette même période, il recevait également la certification de qualité Leading Spa, initiée par les Leading Hotels of the World. Par ailleurs, dans son édition de mars, Condé Nast Traveller, l'un des ma-

gazines touristiques de référence, confirmait déjà les installations du palace d'Ouchy parmi les dix meilleurs spas hôteliers d'Europe. Cela a encouragé la direction du BRP à ouvrir, du 25 mai et jusqu'à septembre, un restaurant dont les 40 places ne sont accessibles qu'aux clients des installations et de l'hôtel. Depuis le 1er mai et, toujours, jusqu'à fin septembre, l'établissement propose une série de forfaits comprenant l'hébergement (deux nuits) et plusieurs soins personnalisés. **JJE**

Formation continue

Réservations: quelle attitude faut-il adopter?

■ Les cours de formation continue amènent des solutions à certains problèmes. C'est le cas avec le cours de gestion des réservations organisé en Valais.

Danielle Emery Mayor

Un client avait réservé pour une semaine mais il est parti après trois jours en raison du mauvais temps: une situation embarrassante pour de nombreux hôteliers. Quelle attitude adopter? Une journée consacrée à la gestion des réservations a été organisée par l'Association hôtelière du Valais, dans le cadre de la formation continue Ritzzy, le temps de faire le tour des moyens de sécuriser les réservations, de les gérer et de faire respecter ses droits sans froisser les clients. Une deuxième édition de ce cours est prévue le 15 mai à Sion.

Certains hôtels redoutent une réaction négative du client

«Ce cours m'a donné de bonnes pistes», affirme Brigitte Diserens. La patronne de l'Hôtel Beau-Site, à Morgins, ne rembourse plus la totalité des arrhes, même si le client qui se désiste lui présente un certificat médical. «J'ai aussi modifié les conditions de réservation avec une clause prévoyant qu'en cas de départ avant la fin du séjour, le client doit s'acquitter d'une certaine somme.»

Réaction de la clientèle après ces changements? Aucune. En fait la plupart a l'habitude d'un tel procédé. «Pourtant je connais des collègues qui n'encaissent pas d'arrhes au moment de la réservation, de peur d'une réaction négative du client.» C'est vrai, reconnaît l'hôtelière, il arrive qu'un client refuse de s'acquitter de cette avance, «mais je ne transige jamais!» Une bonne attitude, selon ce qui a été conseillé durant le cours. Pour Brigitte Diserens, les cours Ritzzy sont intéressants en raison des échanges d'expérience entre gens du terrain, «et ces rencontres sont bonnes pour le moral, car on s'aperçoit que nous ne sommes pas les seuls à rencontrer ce genre de problèmes. Plus il y a de participants, plus les échanges sont riches.»

Ces cours s'adressent aussi aux employés saisonniers

Les employés saisonniers de l'Hôtel Beau-Site ont eux aussi participé à des cours et ils en redemandent. «Ils acceptent de suivre cette formation continue durant leur temps libre, car je ne pourrais pas me permettre de les envoyer durant les heures de travail», signale Brigitte Diserens. Rappelons que les cours Ritzzy sont gratuits pour les titulaires d'une autorisation d'exploiter et leur employés, ce qui est un autre de leurs atouts.

Plus d'infos sur www.ritzzyinfo.ch

Valais

La taxe de séjour touche à sa fin

■ Le canton du Valais pourrait abandonner les taxes existantes - notamment la taxe de séjour - au profit d'un impôt cantonal permettant de financer le tourisme. Les propriétaires de résidences secondaires seraient également appelés à verser une contribution financière.

Danielle Emery Mayor

Financer le tourisme non plus en taxant les hébergeurs et les hôtes, mais en prélevant un impôt cantonal sur le chiffre d'affaires des entreprises et des indépendants: voilà la révolution qui se prépare en Valais. L'avant-projet modifiant la loi sur le tourisme vient d'être mis en consultation auprès de 800 interlocuteurs de la branche. Les communes qui ont instauré une taxe de promotion touristique verront d'un bon œil le fait que le financement du tourisme s'étende à tout le canton: que des banques ou des grandes surfaces de plaine puissent profiter du tourisme sans contribuer à son financement est l'un des gros points noirs de la loi actuelle.

L'impôt fixé à 1% du chiffre d'affaires sera corrigé à la baisse en fonction d'un facteur de marge, de la dépendance au tourisme et de la situation géographique. Les propriétaires de résidences secondaires seront aussi imposés, selon un forfait dépendant du nombre de pièces (éventuellement de lits ou de m²) de leur appartement ou chalet.

Des recettes annuelles estimées à plus de 30 millions

Le tiers des 30 à 35 millions de francs ainsi récoltés reviendra à Valais Tourisme, les deux-tiers aux régions. Les communes, chargées par la loi du fi-



■ Valais. Avec le nouveau projet de loi, les stations qui ont instauré une taxe de promotion touristique verront d'un bon œil le fait que le financement du tourisme s'étende à tout le canton et donc aussi à la plaine, ici la ville de Martigny. Photo: Swiss-Image

nancement de l'infrastructure touristique, auront droit à une part additionnelle. Le canton aura toujours pour tâche de soutenir directement le tourisme par le biais du fonds général pour l'équipement qui va donc perdurer. Ce fonds sert entre autres à la rénovation d'hôtels et de structures d'hébergement offrant des lits marchands de façon professionnelle.

La suppression des taxes existantes, si elle passe la rampe du Grand Conseil, fera du Valais la première destination

touristique sans taxes de séjour. La perception par le biais du bordereau d'impôt cantonal annulerait les problèmes de coulage et simplifierait la procédure d'encaissement. D'autre part, l'avant-projet raye de la loi les sociétés de développement (qui sont 150 aujourd'hui) au profit de régions touristiques (neuf au maximum). Une région correspond à une entité géographique à vocation touristique qui enregistre entre 1,2 à 1,5 million de nuitées. «Chaque commune sera obligée d'être

intégrée dans une région touristique» explique Fernand Nanchen, président de la commission extra-parlementaire. Si une commune ne devait pas se décider pour l'une ou l'autre région, le Conseil d'Etat lui imposerait cette intégration. «La question est maintenant de savoir si les politiques auront le courage d'innover», déclare Fernand Nanchen qui sait bien que cet avant-projet va susciter un vif débat.

Texte de l'avant-projet disponible sur www.vs.ch

Best Western Swiss Hotels

Accent sur le programme de fidélisation

■ Best Western Swiss Hotels met notamment l'accent, cette année, sur l'augmentation du nombre de membres de son programme de fidélisation.

Miroslaw Halaba

Directeur de la chaîne, Peter Michel l'avait dit à fin janvier (cf. htr du 2 février): l'année 2006 sera mise à profit pour optimiser l'activité du réseau de membres. L'assemblée générale, qui s'est tenue la semaine dernière à Berne, a permis de constater que cet objectif passera notamment par le développement du programme de fidélisation Gold Crown Club International. Ce pro-

gramme comptait, à fin mars, 5 millions de membres dans le monde, 470 000 en Europe et 12 000 en Suisse. Ces derniers ont généré un chiffre d'affaires de 1,2 million de francs. L'objectif 2006 de la chaîne suisse est de porter le nombre de membres à 20 000 environ.

Un pari pour recruter des membres

Pour y arriver, la chaîne a lancé un pari auprès de ses membres: recruter 60 ou 120 adhérents au programme jusqu'au 30 juin. Les gagnants se verront notamment offrir le montant de la commission qui serait perçue entre le 1er et le 30 juin. Pour ce qui est de la marche des affaires, la chaîne tient le cap fixé pour

l'année 2006, soit une progression du chiffre d'affaires de 10%. A l'issue du premier trimestre, ce dernier avait augmenté de 9,1% à 3,6 millions de francs.

Modification des statuts à l'ordre du jour

L'assemblée générale, présidée par Peter Märky (Saint-Moritz), a, quant à elle, été marquée par deux changements dans les statuts, dictés par le nouveau contrat signé par la chaîne avec Best Western International et dont on a conduit à la suppression des membres passifs.

On relève également que le prix de la qualité pour l'année 2005 a été remporté par un établissement zurichois, le

Premier Hotel Glockenhof. Lors de l'inspection, il a atteint la note maximale de cent points.

Reclame

Engins pour places de jeux

www.gtsm.ch
GTSM_Maggingen 044 461 11 30

Trois destinations romandes

■ **Enjoy Switzerland.** Ce sont finalement six destinations, sur un maximum de huit (cf. htr du 23 mars), qui participeront à la deuxième phase du projet Enjoy Switzerland.

La Suisse romande sera bien représentée, puisque trois d'entre elles se recrutent dans la partie francophone du pays, à savoir: Genève, Leysin et Nyon Région. Ces destinations feront cause commune avec «alpenregion.ch» (région bernoise de Brienz-Meiringen-Hasliberg), Klosters (GR)

et Lenk-Simmental (BE). Le projet, qui doit, rappelons-le, améliorer la qualité de la chaîne des prestations, débutera en 2007 et durera deux ans. Suisse Tourisme, qui coordonne l'opération, versera à chaque destination un montant de 54000 francs. La contribution des participants au projet s'élèvera à 136000 francs. Suisse Tourisme mettra, par ailleurs, à disposition deux responsables de projet, les destinations dédiant chacune un poste de travail à cette activité. **MH**

En '07 à Bâle

■ **Suisse Tourisme.** La 10e Journée suisse des vacances se déroulera l'an prochain à Bâle, soit le vendredi 11 mai. Cette manifestation sera suivie par le Swiss Travel Mart (STM), principale plateforme du tourisme helvétique. L'ouverture de cette dernière est programmée pour le dimanche 13 mai et sa partie principale se déroulera le lundi 14 et le mardi 15 mai. Organisé tous les deux ans, le STM avait accueilli 460 tours-opérateurs étrangers en 2005 à Lausanne. **MH**

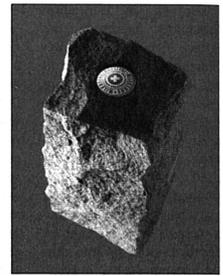
Milestone: c'est reparti pour l'édition 2006

■ **Milestone.** L'édition 2006 du Milestone est désormais ouverte. – Dès à présent, les professionnels du tourisme peuvent nous envoyer leurs projets innovateurs. Le site www.htr-milestone.ch renseigne sur la marche à suivre. – Le dernier délai a été fixé au 1er septembre 2006. – La soirée de remise des prix du Milestone a été agendée au mardi 14 novembre à l'Hôtel Bellevue Palace à Berne. Les Milestones seront à nouveau remis dans les catégories «Cœur

d'une personnalité», «Projets remarquables» et «Prix de la relève».

Le Milestone, le Prix du tourisme suisse, est organisé par l'hotel-tourismus revue (htr), éditée par hotelleriesuisse. Ses partenaires sont la Confédération par son Secrétariat d'Etat à l'économie (Seco) et la Fédération suisse du tourisme (FST). **LM**

Renseignements: secrétariat «Milestone», Regina Frech, htr, 031 370 42 16, ou Josef Zehhäusern, responsable du projet Milestone, 031 311 33 00 / 079 244 14 21.



Appartements de vacances

Une nouvelle plate-forme sur Internet

■ La recherche d'un appartement de vacances en Suisse sera désormais beaucoup plus facile. C'est ce que promet Suisse Tourisme qui vient de présenter une nouvelle plate-forme de réservation d'appartements et de chalets sur Internet réalisée avec le soutien d'Innotour.

Laurent Missbauer

«Jusqu'à présent, il fallait souvent faire preuve de beaucoup de patience pour trouver un appartement de vacances parmi les offres proposées par les offices du tourisme, la Reka ou d'autres fournisseurs. Cela n'est plus le cas aujourd'hui», peut-on lire dans le communiqué de Suisse Tourisme diffusé lors de la Journée suisse des vacances qui se tient le 4 mai à St-Gall.

«Plus de 15 000 appartements à portée de quelques clics»

Suisse Tourisme va en effet présenter à St-Gall une nouvelle plate-forme électronique, en fait un «nouveau marché de location d'appartements de vacances en ligne», qui sera accessible sur www.MySwitzerland.com et qui mettra «plus de 15 000 appartements à portée de quelques clics». Ces appartements et chalets de vacances pourront faire aussitôt l'objet d'une réservation directe, assure Suisse Tourisme qui précise que l'initiative de la création d'une place de marché électronique des appartements de vacances revient à la Reka.

Celle-ci assure actuellement la direction du projet et prend à sa charge, en collaboration avec d'autres partenaires, 50% des coûts de la réalisation du projet pour un total de 600000 francs. L'autre moitié du projet est financée par la Confédération par le biais du programme Innotour, un instrument du Secrétariat d'Etat à l'économie (Seco) pour l'amélioration de la structure et de la qualité de l'offre dans le domaine du tourisme suisse.

Une mesure pour augmenter les lits «chauds»

Suisse Tourisme a repris l'initiative de la Reka et va, dans un premier temps, assumer pour une durée de cinq ans l'exploitation et le développement de la plateforme sur MySwitzerland.com. Suisse Tourisme a budgétisé à cet effet un montant annuel de l'ordre de 150000 francs. Les partenaires ne versent ni taxes, ni commissions.

«Un des objectifs majeurs de cette nouvelle plate-forme est d'augmenter le nombre de lits dits «chauds», c'est-à-dire de lits loués, car le marché des appartements de vacances en Suisse se distingue généralement par un taux d'occupation trop faible», indique Suisse Tourisme.



■ **Glion.** Quelque vingt-cinq membres de l'Association des gouvernantes générales (AGG) de Suisse romande ont participé samedi à un séminaire organisé dans les salles du Glion Institut des Hautes Etudes (GIHE). Photo: Jean-Jacques Ethnoz

Séminaire des gouvernantes générales à Glion

Un métier à mieux apprécier

■ **Affirmation de soi, confiance, gestion des conflits et du stress,** ces thèmes ont été traités samedi à Glion lors d'un séminaire de l'Association des gouvernantes générales de Suisse romande, une corporation qui veut que son métier soit mieux apprécié.

Jean-Jacques Ethnoz

Ce dernier samedi a été pour le moins studieux pour les membres de l'Association des gouvernantes générales de Suisse romande (AGG). Principalement venues de cliniques et d'écoles hôtelières, quelque vingt-cinq d'entre elles se sont en effet retrouvées dans les salles du Glion Institut des Hautes Etudes (GIHE).

Le programme de la journée, sous la conduite de Françoise Schilling, consultante et animatrice de séminaires pour les professions de l'accueil, a notamment permis d'évoquer la gestion des problèmes quotidiens rencontrés dans l'exercice de la profession. «Nous avons décidé de choisir ce thème après consultation

de nos membres, chacune d'entre elles ayant rempli un questionnaire», précise Josselyne Hémin, gouvernante générale du Raffles Le Montreux Palace et présidente de l'Association des gouvernantes générales de Suisse romande.

Le résultat de cette consultation a permis de déceler une forte demande pour aborder des problématiques telles que la gestion du stress, mais également la gestion du temps et celle des conflits. Elle a aussi évoqué plusieurs réflexions sur la confiance en soi, ainsi que sur les mécanismes de prise de décision.

Un des buts est de favoriser les échanges d'expériences

De 9 heures à 17 heures, quatre groupes de travail ont successivement abordé ces différentes problématiques liées à la profession de gouvernante générale. «Nous avons travaillé pratiquement non-stop avant de pouvoir échanger nos réflexions en fin de journée», souligne la présidente de l'Association des gouvernantes générales. Car c'est bien pour favoriser les échanges d'expériences que la section romande de l'Association des gouvernantes

générales se réunit plusieurs fois par année.

«Notre métier nous laisse peu de temps. Or, il est indispensable que nous nous rencontrions. Ne serait-ce que pour affirmer une profession encore bien méconnue même par les clients de grands établissements quand ce n'est pas directement par le management. Il s'agit aussi de faire profiter nos plus jeunes adhérentes des années d'expérience accumulées par les anciennes», ajoute Josselyne Hémin.

Une cinquantaine de membres en Suisse et en France voisine

On rappellera encore que l'Association des gouvernantes générales est active dans plusieurs pays européens. La Suisse compte une section alémanique et une autre lémanique qui regroupe actuellement une cinquantaine de membres travaillant aussi bien en Suisse que dans des établissements de France voisine.

Enfin, on notera que, pour cette journée à Glion, les participantes ont été accueillies par Benoît Samson, le directeur du campus, et Bernadette Marcato, gouvernante générale du GIHE et trésorière de l'association.

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

■ **Swiss Deluxe Hotels.** Le séminaire organisé la semaine passée par les Swiss Deluxe Hotels a eu pour thème la qualité, un sujet qui a été traité par différents intervenants. Pour Guglielmo Brentel, le président d'hotellerie-suisse, il ne fait aucun doute que la place touristique suisse n'a que deux cartes à jouer pour faire face à la concurrence de 190 pays qui aimeraient avoir accès eux aussi au gâteau touristique mondial: être moins chère ou meilleure. Comme la Suisse ne peut pas être moins chère, elle doit miser sur la qualité. Mais qu'est-ce que la qualité? L'expert Frank Hoehn estime que les hôtels 5 étoiles ont intérêt à s'inspirer de l'industrie du luxe qui a poussé très loin le sentiment d'identification qui lie les clients à ses produits. Quant à Nicholas Clayton, du groupe Mandarin Oriental, il conseille de comparer sans cesse les prestations offertes par un hôtel avec celles offertes par la concurrence dans des endroits similaires. Il est par exemple très facile de procéder à de telles comparaisons sur le site Internet www.leadingquality.com. **LM**

Page 7

■ **Les brasseurs essaient de s'attirer la sympathie des footballeurs.** Les brasseurs nourrissent de grands espoirs en vue de l'été qui s'annonce. Celui-ci sera en effet placé sous le signe de la Coupe du monde de football et, étant donné que les amateurs de football sont également de grands amateurs de bière, Eichhof, Heineken et surtout Carlsberg, sponsor depuis deux ans de l'équipe suisse de football, ont lancé plusieurs nouveautés susceptibles d'intéresser les amateurs de football. Carlsberg, par exemple, vient de sortir une toute nouvelle bouteille qui comporte un ballon de football et des filets de but en relief. **LM**

Page 13

LES GENS



■ **L'Hôtel «Les Sources des Alpes»** à Loèche-les-Bains (VS), un établissement 5 étoiles membre des «Relais & Châteaux» et dirigé par Paola et Georges Konstantinidis-Masciulli, deux anciens cadres de l'Hôtel Crans-Ambassador à Crans-Montana, dispose désormais d'un nouveau chef de cuisine pour son restaurant gastronomique «La Malvoisie». Il s'agit du cuisinier alsacien Laurent Omphalium (photo), 34 ans, qui a travaillé au cours de ces dix dernières années en tant que chef de cuisine à l'Hôtel-Restaurant Alfa Solei à Kandersteg (BE). **LM**

IMPRESSUM

htr hotel-tourismus revue L'hébergement pour l'hôtellerie, la restauration et le tourisme

Editeur: hotelleriesuisse, Mombjougstrasse 130, case postale, 3001 Berne

Rédaction: Rédactrice en chef: Marietta Dedual (MD), Responsable du Cahier français et rédacteur en chef adjoint: Miroslaw Halaba (MH), Rédacteur: Laurent Missbauer (LM).

Correspondants: Jean-Jacques Ethnoz (JJE), Vevey; Danielle Emery Mayor (DEM), Valais; Valérie Marchand (VM), La Chaux-de-Fonds; Véronique Terneg (VT), Genève; Pierre Thomas (PT), Lausanne; Genevieve Zuber (GZ), Valais.

Edition: Cheffe d'édition: Iris Strehel, Annonces de l'Emploi: Marc Moser, Annonces commerciales: Oliver Egloff (Chef de vente), Michael Müller, Administration: Marc Moser.

Impression: Büchler Grafico AG, Druckzentrum Berne, Tirage: 12 332 Ex. contrôlé REM-0405, Tirage gratuit: 1342 Ex. (Tirage imprimé: 18 000 Ex.) Prix de vente: (TVA incl.) Vente au numéro Fr. 4.30, Abonnement 1 an Fr. 145.-, ISSN: 1424-0440

Organes partenaires: Association Suisse des Managers en Tourisme (ASMT), Association suisse des experts diplômés en Tourisme (TOUREX), Association suisse des hôteliers-restaurateurs diplômés SSH (ASH), Swiss Congress & Incentive Bureau (SCIB), Swiss Partner pour le tourisme de groupes, Association des Espaces Thérmaux suisses (AETS), Bien-être Suisse, Swiss International Hotels (SIH), Amicale internationale des Sous-Directeurs et Chefs de Réception des Grands Hôtels (AICR).

Contacts: Adresse: Mombjougstrasse 130, case postale, 3001 Berne. Rédaction: (Lettres de lecteurs, Les Gens etc.) Tel. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24, E-Mail: redaction@htr.ch Abonnements: Tel. 031 370 97 93, fax 031 740 97 76, E-Mail: abon@htr.ch Annonces: Tel. 031 370 42 42, fax 031 370 42 23, E-Mail: mserate@htr.ch Publicité: Tel. 031 370 42 42, fax 031 370 42 23, Internet: www.htr.ch

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

Fondé en 1992

stellen revue

marché de l'emploi



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

hotel + tourismus revue

AG
ACTIVE GASTRO ENG

Top of the Jobs
www.activegastro.ch

Active Gastro Eng GmbH,
Postfach, 8048 Zürich

hoteljob

Ihre Stellenvermittlung

hoteljob
Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
Telefon 031 370 43 33
Fax 031 370 43 34
www.hoteljob.ch
hoteljob.be@hotelleriesuisse.ch

hotelleriesuisse
169049

www.gastrojob.ch

Grösstes Stellenangebot - top aktuell im Internet

Beratung Selektion Vermittlung

Gastro ob

Zürich 044 280 03 40 Luzern 041 418 23 33
info@gastrojob.ch

INHALT / SOMMAIRE

Kaderstellen	2, 3
Deutsche Schweiz	2-8
Swizzera italiana	10
International	10
Stellengesuche	10
Suisse romande	10
Marché international	10
Demandes d'emploi	10

Sie verbinden Mensch und Arbeit

Sie wollen beruflich erfolgreich sein, täglich in Kontakt mit interessanten Menschen stehen, deren Bedürfnisse erkennen und sie aktiv unterstützen.

Wir wollen unsere Marktposition in der Vermittlung von Fach- und Führungskräften weiter ausbauen! Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir eine motivierte und extrovertierte Persönlichkeit als

Personalberater/in

Ihr Aufgabengebiet: Sie stehen täglich in Kontakt mit Firmen und Bewerbern und betreuen Ihren eigenen Kundenstamm. Sie akquirieren und bearbeiten offene Stellen, führen Vorstellungsgespräche mit Kandidaten, besprechen Bewerbervorschläge mit Kunden und wickeln selbständig Personalsuchaufträge ab. Als kompetenter Ansprechpartner begleiten und betreuen Sie Firmen und Kandidaten während dem ganzen Rekrutierungsprozess und stellen den erfolgreichen Abschluss und die Nachbearbeitung sicher.

Ihr Profil: Diese Funktion erfordert eine kaufmännische Grundausbildung mit Berufserfahrung in einer verkaufsorientierten Tätigkeit. Gepflegtes Auftreten, gute Umgangsformen, Initiative, Engagement, Zuverlässigkeit, Hartnäckigkeit, Seriosität, Marketing- und Verkaufsfähigkeit, Flexibilität zählen zu Ihren persönlichen Stärken.

Ihre Perspektiven: Wir bieten Ihnen eine vielseitige und entwicklungsfähige Stelle, in der Sie sich fachlich und persönlich einbringen und weiterentwickeln können. Sie werden sorgfältig in Ihr Aufgabengebiet eingearbeitet und unterstützt. Es erwartet Sie ein aufgestelltes Team, ein moderner Arbeitsplatz an zentraler Lage in Bern und viel Freiraum für Eigeninitiative.

Überzeugen Sie uns von sich! Herr Raymond Känel steht Ihnen gerne für erste telefonische Auskünfte zur Verfügung und freut sich auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Personal Sigma Bern
Effingerstrasse 65, 3008 Bern, Telefon 031 380 10 90
ps-bern@personal-sigma.ch; www.ps-bern.ch

170952

DAVOS CONGRESS

Aus Chancen Business machen. Durch innovative Dienstleistungen echten Mehrwert für Kunden generieren. Den Nutzen von fortschrittlichster Davoser Tagungs-Technologie brillant in Präsentationen und Kundengesprächen vermitteln. Im Team hochgesteckte Ziele erreichen. Sind das Herausforderungen für Sie? Dann heissen wir Sie herzlich willkommen bei Davos Tourismus als

Manager Business Sales

In dieser spannenden Funktion werden Sie Unternehmenskunden in Konzepten und Präsentationen die markanten Produktvorteile von Davos als führendem Kongress- und Seminarort der Alpen aufzeigen. Mit zündenden Ideen spüren Sie neue Business Opportunities auf, bei eingehenden Anfragen leisten Sie einen «Top follow-up», funktionieren als zentrale Ansprechperson für Partnerunternehmen und leisten Unterstützung bei absatzrelevanten Marketing-Aktivitäten. Ein weiterer Schwerpunkt Ihrer Tätigkeit wird der Aufbau eines professionellen Key Account Managements sein in Zusammenarbeit mit dem Leiter Davos Congress. Oberstes Ziel Ihrer Tätigkeit: Die erfolgreiche

Kundenakquisition für Kongresse, Seminare und Anlässe

mit dem Resultat einer höheren Auslastung des Kongresszentrums und Steigerung der Belegungszahlen in der Hotellerie bzw. Parahotellerie. Für diese frontorientierte und von Reisetätigkeit (CH/D) geprägte Aufgabe sollten Sie mindestens drei Jahre im Verkauf gearbeitet haben; idealerweise im Bereich Meeting, Incentive, Congress und Event (MICE). Wie Entscheidungsprozesse im Corporate Sales ablaufen ist Ihnen bestens bekannt. Stilsicheres Deutsch, sehr gutes Englisch (weitere Sprachkenntnisse von Vorteil) sowie ausgeprägten Team-Spirit setzen wir voraus. Fühlen Sie sich angesprochen und sehen Sie Davos als Ihren zukünftigen Wohn- und Arbeitsort? Dann freut sich Ralf-Ansgar Schäfer auf das Gespräch mit Ihnen. Am besten senden Sie ihm vorab Ihren Lebenslauf mit Foto via E-Mail.

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

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

171048

THE MUREZZAN
ST. MORITZ

AG Post & Mercatorium
sucht per sofort oder nach Vereinbarung
eine(n) **QUALITÄTSLEITER/IN**

Ziele Ihrer Funktion sind:
Aufbau, Integration und Weiterentwicklung eines gruppenweiten, prozessorientierten Führungssystems nach der internationalen Norm ISO 9001:2000

Die folgenden Unternehmensbereiche sind in den Geltungsbereich des Systems einzubinden:
Hotel Monopol** St. Moritz**
Hotel Edelweiss** Site-Maria**
Restaurant Post Haus St. Moritz

Sie haben Freude und Geschick im Umgang mit Menschen, Kommunikationsstark, intuitives Gespür für Kundenanforderungen, ausgeprägte Ergebnisorientierung, belastbarer Teamplayer, durchsetzungsstarke, integrative Persönlichkeit. Fundiertes Hotelprozesswissen. Abschluss einer Hotelfachschule ist Voraussetzung für diese Position. Ganzheitliche Perspektive, den Blick für das Wesentliche, organisationsstark, Beherrschung der IT-Infrastruktur (MS Office).

Sie sind direkt dem Verwaltungsrat und der Generaldirektion unterstellt. Es erwartet Sie eine äusserst vielseitige Herausforderung in einem prosperierenden Umfeld. Eine enge Zusammenarbeit mit der obersten Geschäftsleitung. Weitere projektbezogene Mitarbeiter in den Bereichen Marketing, Verkauf und Events.

Ihre Bewerbung richten Sie an **Lucas Merckaert**
AG Post & Mercatorium, Via del Vout 3, CH-7500 St. Moritz
Tel. 081 837 04 04, Fax 081 837 04 05
E-Mail: lucas.merckaert@monopol.ch

170955

PARK HOTEL WINTERTHUR ****

Attraktive Herausforderung gefällig?

Das Park Hotel Winterthur ist das führende Businesshotel der Region und verfügt nebst 73 erstklassigen Zimmern über das stilvolle Restaurant/Bar Bloom mit Parkterrasse und Sommergarten sowie Seminar- und Banketträumlichkeiten. Zur Erweiterung unseres Teams suchen wir per Juli 2006 oder nach Vereinbarung einen

Direktionsassistent/in

Ihr Aufgabengebiet umfasst die Verantwortung über das Bankettwesen (Administration, Verkauf und Betreuung), das Qualitätsmanagement (ISO 9001) sowie weitere Tätigkeiten in diversen Bereichen zur Unterstützung der Direktion (Berichtswesen, Controlling, F&B-Administration, etc.). Die Mitarbeit im Restaurant stellt Ihren Kontakt zu unseren geschätzten Gästen sicher. Freiheit, Freude, Harmonie: Diese Grundsätze leben wir und verwöhnen so unsere Gäste und MitarbeiterInnen. Vertrauen und Transparenz sind nicht nur Lippenbekenntnisse, sondern gelebte Führungsgrundsätze. Wir haben hochgesteckte Ziele. Sie helfen mit bei der Umsetzung!

Die Hotellerie ist Ihre Leidenschaft. Sie haben eine entsprechende Ausbildung und konnten bereits wertvolle Berufserfahrung sammeln. Sie sind zudem ein/e versierte/r EDV-Anwender/in und beherrschen die Fremdsprachen Englisch und Französisch. Loyalität, Flexibilität, Zuverlässigkeit, gepflegte Umgangsformen und selbständiges Arbeiten sind für Sie selbstverständlich.

Wir freuen uns, Sie schon bald kennen zu lernen!

Lucas Heller
Martin Studer, Hotelier

Bitte richten Sie Ihre Bewerbung mit Foto an:
Eva Heller, Vizedirektorin, eva.heller@phwin.ch
Park Hotel Winterthur
Stadthausstrasse 4, CH-8402 Winterthur
+41 (0)52 265 02 65, www.phwin.ch

171056

HOTEL SEEROSE
CLASSIC & ELEMENTS

Herzlich willkommen in unserem aussergewöhnlichen Designhotel SEEROSE CLASSIC & ELEMENTS. Ein 4-Stern Hotel, bekannt für seine Atmosphäre, Innovation und erfolgreiche Entwicklung. Für unser erfahrenes Service-Team suchen wir Sie, eine führungsstarke und frontorientierte Persönlichkeit ab anfangs Juni oder nach Vereinbarung als

CHEF DE SERVICE / RESTAURATIONSLEITUNG RESTAURANT SEEROSE

Suchen Sie eine Aufgabe, welche Qualitätsdenken und Zielstrebigkeit voraussetzt, um klar definierte Ziele umzusetzen und den Weg in Richtung Business Excellence weiter zu entwickeln. Ist Ihnen zudem die Ausbildung der Lernenden ein zentrales Anliegen?

Dann müssen wir uns kennen lernen.

Senden Sie Ihre Bewerbung per Post oder Mail an
Herr Mario von Schroetter, mschroetter@seerose.ch
oder rufen Sie uns an!

HOTEL SEEROSE AM HALLWILERSEE 5516 MEISTERSCHWANDEN
TEL. +41 (0)56 676 68 68 FAX +41 (0)56 676 68 88
WWW.SEEROSE.CH HOTEL@SEEROSE.CH

171042

www.adecco.ch

Making people successful in a changing world

0848 654 321

Adecco
HOTEL & EVENT

KLINIK LINDBERG AG
Schickstrasse 11
CH-8400 Winterthur
T: 052 266 11 11
F: 052 266 11 66
info@lindberg.ch
www.lindberg.ch



Ihre Klinik

Wir suchen unseren

Küchenchef (100%)

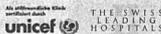
Als führende Privatklinik mit neuen Dienstleistungen sind wir auf eine vielseitige Küche angewiesen, die Patienten verwöhnt, es aber auch versteht, strengste Diätmenüs schmackhaft herzurichten, für unsere Pflegesitzung geeignete und ausgewogene Menüs bereitzustellen und für die Mitarbeitenden der Klinik zu kochen.

Diese vielseitige und anspruchsvolle Tätigkeit setzt eine solide Berufsausbildung voraus, z.B. eidg. diplomierter Küchenchef, aber auch Erfahrung, vorteilhafterweise im Spital, Kenntnisse der Diätküche und Führungsqualitäten.

Sind Sie innovativ, kreativ und an einer verantwortungsvollen Aufgabe interessiert und möchten dazu beitragen, das Küchenangebot den neuen Herausforderungen anzupassen – dann würden wir Sie gerne kennen lernen.

Wir bieten Ihnen einen modernen Arbeitsplatz, interessante Anstellungsbedingungen sowie ein eingespieltes Küchenteam.

Ihre Bewerbung richten Sie bitten an Klinik Lindberg AG, Personalabteilung, Schickstrasse 11, 8400 Winterthur. Wenn Sie mehr über die Stelle erfahren möchten, beantwortet Herr Dr. W. Bosshard, Direktor, gerne Ihre Fragen, Tel. 052 266 17 03.



171057

Sind Sie unser neuer
Betriebsleiter
ein leidenschaftlicher Gast-Wirt mit ungewöhnlichen Ideen und einer Vision?
Sie brauchen dazu Erfahrung im F&B-Bereich und in Mitarbeiterführung, sehr gute EDV Kenntnisse und Durchsetzungswillen.

Wir bieten Ihnen viel Eigenverantwortung, Kompetenz und den nötigen Freiraum. Bitte richten Sie Ihre Bewerbung an Frau Elisabeth Seiler.

***** Hotel Restaurant Sonne**
5620 Bremgarten, Marktgasse 1
Tel. 056 648 8040
www.sonne-bremgarten.ch

171040



Suchen Sie eine erfolgsorientierte, selbständige Erwerbstätigkeit, bei der Sie von einem professionellen Partner unterstützt werden?

Dann haben Sie als kompetente(r), unternehmerisch denkende(r) Gastgeber(in) die Gelegenheit, ab Herbst 2006 in Chur das Tres Amigos Mexican Restaurant als **selbständige(r) Franchise Unternehmer(in)** im neu renovierten Bahnhofbuffet aufzubauen.

Sie sind bereit, ein angemessenes Eigenkapital in den Betrieb zu investieren. Sie verfügen über fundierte berufliche Erfahrung in der Gastronomie, sind führungsstark und selbstbewusst. Sie haben soziale Kompetenz und sind bereit, mit dem Franchisegeber als Team zusammenzuarbeiten.

Die Dine & Drink GmbH ist die Franchisegeberin und somit Ihre Vertragspartnerin. Mit 12-jähriger erfolgreicher Erfahrung bieten wir Ihnen die folgende, kompetente Unterstützung: Suche und Analyse des Standortes, Umsetzung des Konzeptes, Marketing, Werbung, Buchhaltung, Betriebsplanung- und -führung. Ein sorgfältig zusammengestelltes Einführungsprogramm sowie Schulungsmöglichkeiten für Sie und Ihre Mitarbeiter helfen Ihnen, unser gemeinsames Ziel zu erreichen.

Der Bahnhof Chur befindet sich momentan in einer Neugestaltung. Diese wird bis Ende Jahr fertig gestellt sein. Mehr darüber erfahren Sie unter www.sbbchur.ch.

Haben wir Ihr Interesse an dieser anspruchsvollen Aufgabe und den Unternehmertegeist in Ihnen geweckt? Wir freuen uns auf Ihre vollständigen, schriftlichen Bewerbungsunterlagen.



Dine and Drink GmbH
St. Gallerstrasse 68
9325 Roggwil
www.dineanddrink.ch

170993



Die RSE AG nimmt mit seinen Standorten Burgdorf und Langnau eine zentrale Stellung in der medizinischen Versorgung von rund 120'000 Einwohnern im Emmental ein. Unser Leistungsangebot umfasst mit 220 Akutbetten inkl. Intensivpflegestation die Hauptdisziplinen Chirurgie, Orthopädie, Innere Medizin und Gynäkologie/Geburtschilfe, ergänzt durch ein vielseitiges Angebot an Spezialdisziplinen.

Mit den Speisen, welche wir täglich mit Freude zubereiten, steigern wir bei unseren Kunden die Lebensqualität. Zur Ergänzung unseres Küchenteams am Standort Burgdorf suchen wir per August 2006 oder nach Vereinbarung eine/n

Diätköchin/-koch

- Ihre Hauptaufgaben:
- Produktion der Mahlzeiten
 - Einhaltung der Hygienereichtlinien
 - Mitarbeit im Kartenbüro

- Ihr Idealprofil:
- abgeschlossene Berufsausbildung als Koch/Köchin
 - Diplom als Diätkoch/-köchin
 - Teamgeist, Flexibilität und innovatives Denken

- Wir bieten Ihnen:
- abwechslungsreiches Tätigkeitsfeld in einem jungen Team
 - Möglichkeit zur Fort- und Weiterbildung
 - attraktive Anstellungsbedingungen (GAV)

Interessiert? Herr Martin Käser, Küchenchef, erteilt Ihnen gerne Auskunft unter Telefon 034 421 21 50. Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie bitte an:

Regionalspital Emmental AG
Frau Claudia Stucki
Personaldienst
3400 Burgdorf

Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.

Im Zentrum unseres Handelns steht der Mensch
www.rs-e.ch

171016



Unser Restaurant mit 250 Innen- und 135 Garten-Sitzplätzen an bester Fussgängerzone der Stadt St. Gallen und einem traditionellen, sehr erfolgreichen Gastronomie-Konzept, hat die Position des Küchenchefs (m/w) per Juli 2006 neu zu besetzen.

Küchenchef (m/w)

Unser neue Persönlichkeit muss in der Lage sein, eine Küchenbrigade fair zu führen. Durchsetzungsvermögen und Belastbarkeit sind Voraussetzungen für dieses aussergewöhnliche Tätigkeitsfeld. Als starker Organisator, Teamleader und Fachmann mit Erfahrung sind Sie verantwortlich für die gesamte Küchenkaufkraft, die Kostenkontrolle führen Sie mit unternehmerischem Denken durch. Die bestehenden Werte in unserem renommierten Haus, bewahren Sie mit hohem Qualitätsbewusstsein, welches bei den von Ihnen, in Zusammenarbeit mit der Geschäftsführung gestalteten Tagesangebote und Aktionskarten, ein Schwerpunkt ist.

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung an die Direktion/Geschäftsführung Frau Mara Zwatz.

Restaurant Marktplatz PSG • Neugasse 2 • 9004 St. Gallen
• T 071 222 36 41
willkommen@restaurant-marktplatz.ch

171043



Crans-Montana Tourisme (GMT), qui s'occupe de la promotion de l'une des plus grandes destinations touristiques de Suisse, cherche suite au départ de l'ancien titulaire un

RESPONSABLE MARKETING ET VENTE

Tâches

- gérer le marketing et la vente de la destination Crans-Montana
- soigner les relations avec nos partenaires touristiques au niveau local et national
- coordonner la communication au niveau national et international
- assurer la vente directe par les systèmes de réservation
- assurer le key-account management

Profil

- solide expérience dans le marketing (touristique serait un avantage), R.P. et communication
- formation supérieure en marketing
- langues : français, allemand, anglais parlés et écrits (la connaissance d'autres langues constitue un avantage)
- très bonnes connaissances en informatique

Entrée en fonction à convenir

Offre avec dossier complet, accompagnée d'une photo et des prétentions de salaire est à adresser jusqu'au 25.5.2006 à :

Crans-Montana Tourisme
M. Alain Barbey
Directeur
3963 Crans-Montana 1
alain.barbey@crans-montana.ch

www.crans-montana.ch

171018

SV
catering & services



SV Schweiz ist die nationale Marktleaderin in der Gemeinschaftsgastronomie. Als professionelle Gastgeberin bringen wir Genuss und Wohlbefinden in den Alltag unserer Gäste. Die Schiffsflotte auf dem Thunersee umfasst 1 Salon-Dampfer und 9 Motorschiffe mit total rund 1700 Restaurationsplätzen. Vom kleinen Nostalgieschiff mit 50 Sitzplätzen bis zum 400-plätzigem Luxus-Liner für Grossanlässe und Events sind wir für das gesamte Catering auf dem Thunersee verantwortlich. Per 1. Juni 2006 (oder nach Vereinbarung) bis Ende September 2006 bieten wir aufgeschlossenen und teamorientierten Gastroprofis folgende Stelle an:

**Leiter/in Küche
Gästerrestaurant 100%**

Für die Bordküchen der Kursschiffe suchen wir versierte Küchenleiter. Sie sind direkt dem Küchenchef unterstellt und führen selbstständig die Küche auf dem zugeteilten Schiff.

Ihr Profil

- Abgeschlossene Kochlehre und einige Jahre Berufserfahrung
- Erfahrung als Chef de partie evtl. bereits als Sous-chef tätig
- Stresserprobt, qualitäts- und kostenbewusst
- Hohe Einsatzbereitschaft und Flexibilität punkto Arbeitszeiten

Wir bieten

- Permanente Aus- und Weiterbildung
- Entwicklungsmöglichkeiten
- Überdurchschnittliche Sozialleistungen

Haben Sie Lust beim Schiffcatering mitzuwirken? Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung:

SV (Schweiz) AG
Josef Pircher, Küchenchef
Schiffcatering Thunersee
Postfach
CH-3600 Thun

171021

Telefon +41 33 334 52 37
www.sv-group.ch/schiff



Sie sind innovativ, kreativ und suchen eine neue Herausforderung in angenehmer Umgebung auf dem Lande. Sie verfügen bereits über Erfahrungen als Pächter/Pächterpaar.

**Auf Sommer 2006 suchen wir
eine/n Pächter/in / ein Pächterpaar**

für den Landgasthof Bad Gutenberg, Lotzwil. Der gemütliche Gasthof im Oberaargau mit grossem Bankettsaal verfügt zudem über ruhige Seminarräume, 19 Zimmer teilweise mit Sicht auf den Tierpark und einen Apérokeller. Grosser Car- und Autoparkplatz vorhanden.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung:
Burggemeinde Lotzwil, Postfach 152, 4932 Lotzwil

www.bad-gutenberg.ch

169904



Swiss Re
iii

Koch/Köchin

Ihre Human Resources Kontaktperson:
Barbara Jaggi-Walthard

Swiss Re
Mythenquai 50/60
8022 Zürich
Telefon +41 43 285 2519

Für zusätzliche Informationen wenden Sie sich bitte an
Daniel Ritter unter
Telefon +41 43 285 3925

Bitte bewerben Sie sich nach Möglichkeit via Internet:
www.swissre.com
(Careers > Open positions)

Herausforderungen reizen Sie. Sie möchten sich weiterentwickeln und suchen eine neue berufliche Perspektive? Als weltweit führendes Unternehmen im Risiko- und Kapitalmanagement bauen wir auf Mitarbeitende, die sich durch vorausschauendes Verhalten, Qualitätsdenken und persönliches Engagement auszeichnen. Nehmen Sie die Herausforderung an?

Ihre Aufgaben

Swiss Re Guest Services ist eine Tochtergesellschaft der Swiss Re und führt deren Mitarbeiter- und Gästereinstellungen sowie den Hotel- und Restaurationsbetrieb des Swiss Re Centre for Global Dialogue in Rüschlikon. In der vielseitigen Funktion als Koch/Köchin sind Sie mitverantwortlich, unter Einhaltung der höchsten Sorgfaltspflicht betreffend Qualität und Beachtung aller Gebote der Hygiene, erstklassige Lebensmittel zeitgemäss, rationell und schonend zu verarbeiten sowie kunstvolle und appetitliche Tellergerichte anzurichten. Sie sind bereit, täglich Spitzenleistungen zu erbringen.

Ihr Profil

- abgeschlossene Kochlehre und einige Jahre Berufserfahrung in einem renommierten Restaurant/Hotel (4*/5*)
- Höhere Fachausbildung (Gastronomiekoch) von Vorteil
- grosse Begeisterungsfähigkeit, hohes Dienstleistungsbewusstsein, kommunikative, teamorientierte Persönlichkeit
- gute Deutschkenntnisse, weitere Sprachkenntnisse von Vorteil

171024



1 Hotel, 4 Restaurants, 5 Bars & Clubs

www.hotelpost.ch · Bahnhofstrasse · ☎ 027 967 19 31

**Das einzigartige «Unique»
Hotel Post Zermatt hat Kultstatus!**

Mit seinen 21 individuell eingerichteten Zimmern, 4 Restaurants und 5 Bars & Clubs ist es DER Treffpunkt in Zermatt.

Für unser junges, dynamisches und aufgestelltes Team suchen wir nach Vereinbarung, in Jahresstelle, Sie als unsere(-n) neue(-n)

Direktionsassistent/in – Stv. Direktion
stark im Sales-, Marketing- & Eventbereich – stark im F&B

Zur Weiterführung unseres bisherigen und zukünftigen Erfolges suchen wir eine starke Persönlichkeit, die das Ungewöhnliche als normal betrachtet.

- Idealerweise sind Sie zwischen 25 und 35 Jahre alt und verfügen über einen Hotelfachschulabschluss.
- Als loyale, verantwortungsvolle und unternehmerisch denkende Persönlichkeit überzeugen Sie Ihr Umfeld menschlich wie auch fachlich.
- Sie sind verkaufs- und resultatorientiert, flexibel, einsatzbereit und übernehmen gerne Verantwortung.
- Sie sind es gewohnt selbstständig zu arbeiten, mit anzupacken, und lieben den Kontakt mit den Gästen.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto:
Hotel Post Zermatt, z.H. Martin Perren, Hoteller & Gastgeber
Bahnhofstrasse 41, CH - 3920 Zermatt
martin.perren@hotelpost.ch, Tel: 027 967 19 31, www.hotelpost.ch

HOTEL POST ZERMATT
ROOMS - RESTAURANTS - BARS - ENTERTAINMENT

171090

Adelboden, der innovative Ski- und Alpine Wellness-Ferienort im Berner Oberland, sucht für die verantwortungsvolle Betreuung der Finanzen sowie der Weiterentwicklung des Rechnungswesens eine(n)

Bereichsleiter(in) Finanzen

Sie führen selbständig die gesamte Finanzbuchhaltung inkl. Jahresabschluss sowie die Kreditoren- und Debitorenbewirtschaftung von Adelboden Tourismus und kleineren Nebenbetrieben. Zu den weiteren Hauptaufgaben gehören Personaladministration, Inkasso der Tourismusabgaben, Versicherungs- und Vertragswesen, Controlling, Budget- und Finanzplanung sowie die Betreuung verschiedener Projekte.

Wir wenden uns an eine motivierte Fachkraft mit Zahlenflair und einer Weiterbildung im Finanz- und Rechnungswesen. Sie fühlen sich in einem lebendigen Umfeld wohl und bringen eine mehrjährige Berufspraxis im Bereich Rechnungswesen mit. Anwenderkenntnisse in MS-Office und Sesam sind von Vorteil.

Gerne erwarten wir Ihr Bewerbungsdossier. Für weitere Informationen stehen Ihnen Roland Huber, Direktor, und Bernhard Stähli, Leiter Finanzen, jederzeit gerne zur Verfügung:
Tel. 033 673 80 80, e-Mail: finanz@adelboden.ch

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Adelboden Tourismus
Dorfstrasse 23
3715 Adelboden



170991

KLEWENALP STOCKHÜTTE

Für unser PANORAMA-BERGGAUTHAUS auf der Klewenalp suchen wir per Frühling/Sommer eine/n

RESTAURATIONSLEITER/IN

Selbständige Führung und Verantwortung des gesamten Restaurationsbereiches, Organisation und Gestaltung von Events, Übernahme von Gastgeber-Aufgaben. Aktive Mitarbeiter an der Front und in einem gut eingespielten Team.

Wir bieten einer kreativen und engagierten Persönlichkeit sich zu verwirklichen und eigene Ideen umzusetzen.

Kontaktieren Sie uns. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung, Fragen beantwortet Ihnen Roland Fischer, Geschäftsführer der Bergbahnen Beckenried-Emmetten AG gerne auch telefonisch.

BERGBAHNEN BECKENRIED-EMMETTEN AG
Auton. Infos: 041 824 96 11 - Tel.: 041 824 96 90 (Klewenalp)
Tel. 041 820 30 30 (Stockhütte) - info@klewenalp.ch - www.klewenalp.ch

171066

CURLING-CLUB KÜSNACHT

Auf die kommende Winter-Saison, September bis April, suchen wir zur selbständigen Führung von Küche und Service unseres Club-Restaurants ein tüchtiges

WIRTEPAAR

Das Restaurant genießt weitherum einen sehr guten Ruf, den es auch in Zukunft zu erhalten gilt.

Verfügen Sie als Koch über einen überdurchschnittlichen Leistungsausweis sowie Erfahrung in der Führung eines derartigen Betriebes. Nebst einer flexiblen und unternehmerischen Einstellung wird Freundlichkeit, Sauberkeit und Zuverlässigkeit erwartet.

Schätzen Sie Selbständigkeit und einen grossen Freiraum in der Gestaltung der Menükarte, dann sind Sie unsere Kandidaten.
Unsere Club-Mitglieder freuen sich heute schon, längerfristig von Ihnen verwöhnt zu werden.

Senden Sie bitte Ihre Bewerbungsunterlagen an

Hans-Peter Lanz
Neue Meilenstr. 2, 8132 Egg
Tel. (G) 043 210 21 10
E-Mail: info@testat.ch

170936

Hotel und Naturhaus BELLEVUE Seelisberg

Für die kommende Sommersaison suchen wir zur Ergänzung unseres Küchenteams einen

Chef Entremetier und Chef Saucier

Eintritt per Mitte April 2006 oder nach Vereinbarung

Ihre Bewerbungs-Unterlagen schicken Sie bitte an untenstehende Adresse oder melden sich telefonisch bei Erich Amstad.

Telefon 041 825 66 66

Hotel Bellevue, Erich & Vreny Amstad-Gwerder,
Dorfstrasse 70, 6377 Seelisberg
www.bellevue-seelisberg.ch

170994

Ochsen Zug

Das Haus mit Ambiance und Komfort im Zentrum der historischen Stadt am Kolinplatz.

Zur Verstärkung unserer Küchenbrigade suchen wir nach Vereinbarung eine(n) aufgestellte(n)

CHEF DE PARTIE

Sind Sie jung, zuverlässig, selbstsicher, ausgeglichen?

Haben Sie eine abgeschlossene Kochlehre? Lieben Sie selbstständiges Arbeiten? Dann sind Sie genau der/die Richtige!

Eine spannende Aufgabe, ein junges Team und zeitgemässe Anstellungsbedingungen erwarten Sie.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Ich freue mich darauf Sie kennen zu lernen.

Giovanni Pecoraro, Gastgeber
City-Hotel Ochsen, Kolinplatz 11, CH-6301 Zug
Telefon +41 (0)41 729 32 32

171036



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.

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung eine/n:

Marketingplaner/in

Ihre Aufgaben

Sie sind für die Entwicklung und Durchsetzung des Marketingkonzeptes und die Erstellung der Kommunikationspolitik und dessen Umsetzung verantwortlich. Sie koordinieren und überwachen die Umsetzung der Marketingpolitik sowie der Angebotsgestaltung. Weiter gehören zu Ihrem Aufgabenbereich die Planung, Durchführung und die Kontrolle beschlossener Marketingmassnahmen. Sie sind die Kontaktperson für interne und externe Partner. Zudem halten Sie unsere Website auf dem aktuellen Stand und verwalten zusätzlich die Drucksachen.

Was Sie mitbringen

Für diese anspruchsvolle und vielseitige Aufgabe suchen wir eine kreative und selbständige Persönlichkeit mit einer abgeschlossenen Ausbildung als Marketingplaner/in und Berufserfahrung vorzugsweise aus der Tourismusbranche. Sie sind belastbar, kommunikativ und flexibel und setzen die Ihnen zur Verfügung stehenden Marketinginstrumente gekonnt ein. Stilsicheres Deutsch und eventuell weitere Sprachen ergänzen Ihr Bewerberprofil.

Wir bieten Ihnen in einem interessanten und lebhaften Umfeld eine abwechslungsreiche Aufgabe sowie diverse Mitarbeitervergünstigungen.
Fühlen Sie sich angesprochen? Dann senden Sie Ihre kompletten schriftlichen Bewerbungsunterlagen mit Foto an Frau Beatrice Bucher, Tel. +41 41 825 50 20
Beatrice.bucher@shp.ch

171003

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

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

Proud to be Swissôtel!

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

Wir suchen die geborenen Gastgeber zur Verstärkung unseres Réceptions-Teams:

Teammember Guest Service m/w
ab sofort oder nach Vereinbarung

Ihr Aufgabengebiet sieht hauptsächlich so aus:
- Betreuung unserer internationalen Gäste, der Haustelefonzentrale, des Faxgeräts wie auch unseres Business Centers.
- Buchung von Mietautos, Taxis, Flügen und Zug
- Während den Stosszeiten unterstützen Sie das Réceptionsteam bei Check-In/Check-Out.

Teammember Front Office m/w
ab sofort oder nach Vereinbarung

Ihr Aufgabengebiet sieht hauptsächlich so aus:
- Alle an einer Réception anfallenden Arbeiten wie Check-In/Check-Out, Kassawesen etc.
- Während den Stosszeiten unterstützen Sie den Guest Service Desk.

Sie verfügen über eine abgeschlossene Berufslehre oder haben eine Hotelfach- oder Hotelhandelschule besucht und haben bereits 1 - 2 Jahre Erfahrung an der Front. Sie sind idealerweise 20 - 30 Jahre jung. Zudem sind Sie eine aufgeschlossene und fröhliche Person und ein ausgesprochener Teamplayer. Wenn Sie jetzt noch fließend englisch sprechen und eventuell sogar auf französisch parlieren, sind Sie unser Mann/unsere Frau!

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

Ihre Bewerbungsunterlagen erwarten wir mit Spannung. Bei Fragen gibt Ihnen Frau Laura Di Franco, Director of Human Resources, gerne unter Tel: +41 44 317 31 53 weitere Auskünfte.

swissôtel ZÜRICH

Am Marktplatz, CH-8050 Zürich
laura.difranco@swissotel.com
www.zurich.swissotel.com

171044

BAKER & MCKENZIE

RECHTSANWÄLTE / AVOCATS

Wir sind eine international tätige Anwaltskanzlei und beraten und vertreten schweizerische und ausländische Unternehmen in lokalen Angelegenheiten und internationalen Transaktionen. Wir gehören zu Baker & McKenzie International, zusammen mit weltweit mehr als 3200 Kolleginnen und Kollegen in 68 Büros in 38 Ländern.

Für unser Büro in Zürich suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine

Anwaltsassistentin E, D (100%)

Sie führen zusammen mit einer Kollegin das Sekretariat von zwei Partnern und unterstützen diese in sämtlichen administrativen und organisatorischen Belangen:

- Telefonische und persönliche Betreuung von Klienten, Terminplanung, -vereinbarung
- Organisation von Meetings, Reisen und Seminaren
- Erstellen und Verfassen von Korrespondenz und Verträgen
- Fertigen anspruchsvoller Präsentationen
- Betreuung und Ausbildung von Lehrlingen

Sie zeichnen sich durch ein ausgeprägtes Dienstleistungsverhalten, Eigeninitiative, Zuverlässigkeit und ein gewinnendes Auftreten aus. Sie beherrschen die englische und deutsche Sprache und verfügen über eine kaufmännische oder gleichwertige Ausbildung. Vorzugsweise haben Sie bereits praktische Erfahrung in einem Dienstleistungsbetrieb gesammelt. Ihre Kenntnisse der modernen Software (v. a. Outlook, Word, Excel und PowerPoint) befinden sich auf einem hohen Niveau. Alter: zwischen 25 und 45 Jahren. Wir bieten Ihnen fortschrittliche Anstellungsbedingungen, ein angenehmes Arbeitsklima in einem motivierten Team sowie einen attraktiven Arbeitsplatz über dem Zürichsee.

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen (nur Direktbewerbungen) senden Sie schriftlich an:

Baker & McKenzie Zurich
Frau Simone Blättler
Leiterin Human Resources
Zollikerstrasse 225
CH-8034 Zürich

Telefon: 044 384 13 12
Telefax: 044 384 12 84
E-Mail: Simone.Blaettler@bakernet.com
Internet: www.bakernet.com

170889

Ein gutes Haus
braucht gute Leute.

Ein Besuch in unserem Haus bedeutet ein besonderes Einkaufserlebnis. Deshalb stellen wir unsere Kundinnen und Kunden mit ihren Wünschen und Erwartungen ins Zentrum unserer Arbeit. Wollen Sie sich in Zukunft auch für diesen Kundenservice engagieren? Wenn ja, sind Sie unser zukünftiger

Koch (100%)

Sie sind die Spezialistin oder der Spezialist in unserem italienischen Restaurant und planen und bereiten selbstständig die Gerichte zu. Zudem wickeln Sie die Bestellungen ab und setzen die Hygienevorschriften in der Küche um. Als motivierte, gepflegte, belastbare und selbständig arbeitende Person sind Sie die Ansprechperson für die Küche, die bereit ist, Verantwortung zu übernehmen.

Sie haben eine abgeschlossene Berufslehre als Koch, mehrere Jahre Berufspraxis sowie Erfahrung in der italienischen Küche. Die Arbeit mit hochwertigen Produkten bereitet Ihnen Freude.

Eintritt per sofort. Fühlen Sie sich angesprochen? Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit aktuellem Foto zu Händen Frau Lisa Schneebeil. Für Fragen steht Ihnen die Personalabteilung, Telefon 041 227 07 07, gerne zur Verfügung.

Globus Luzern
Personalabteilung
Pilatusstrasse 4
6003 Luzern

GLOBUS

171082



Hotel Krone
Wangen a.d. Aare

Wir suchen nach Vereinbarung
Servicefachangestellte
für unseren À-la-carte-Service.

50%-Serviceaushilfe

für unseren Frühstücks- und Mittagsservice
(Wochenenddienst).

Wenn Ihnen Gastfreundschaft am Herzen liegt. Wenn Sie Freude haben, Gäste aus aller Welt, charmant und fachmännisch zu betreuen. Rufen Sie uns doch an.

Ernst und Kathrin Aebi, Tel. 032 631 70 70

hotel@krone-wangen.ch

171023

DOMINO GASTRO

Die renommierte Stellenvermittlung für Fachleute im Gastgewerbe Schnell, seriös, kompetent

«Rufen Sie an – wir freuen uns auf Sie!»

043 960 31 51 Zürich, Graubünden, Davos, St. Moritz, Bodensee
061 261 56 50 Basel, Solothurn, Wallis, Zermatt, Genf, Romandie, Lausanne, Bern, Interlaken
055 415 52 84 Luzern, Zürichsee, Rapperswil, Zug, Tessin, Aargau

www.dominogastro.ch
zuerich@dominogastro.ch – basel@dominogastro.ch – personal@dominogastro.ch

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

Proud to be Swissôtel!

Das ist unsere Lebensphilosophie, mit der wir als **Swissôtel** Teammember unsere internationalen Gäste betreuen und unsere Arbeitskollegen unterstützen.

Zur Ergänzung unserer Küchenbrigade suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung:

Chef de partie m/w

Eine abgeschlossene Kochlehre, einige Jahre Berufserfahrung sowie eine teamorientierte, flexible und selbständige Arbeitsweise gehören neben Ihrem ausgeprägten Fachwissen zu Ihren Stärken. Zusammen mit dem Sous Chef sind Sie für die Betreuung der Mitarbeiter wie auch speziell für jene der Lehrlinge zuständig und achten auf die Einhaltung aller Vorschriften bezüglich Hygiene- und Lebensmittelgesetze.

Commis de Cuisine m/w

Sie besitzen eine abgeschlossene Ausbildung als Koch und verfügen über 1-2 Jahre Berufserfahrung. Sie sind hilfsbereit und haben eine selbständige und flexible Arbeitsweise.

Wir haben ein Fine-Dining- sowie ein Bistro-Restaurant (150 Personen) mit wechselnden Angeboten aus aller Welt, eine Bar & Lounge sowie einen Catering-Service.

Es erwartet Sie ein interessantes Aufgabengebiet in einem jungen, aufgestellten Team sowie gute Aufstiegs-, Transfer- und Schulungsmöglichkeiten in einem internationalen Unternehmen.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Ihre Bewerbungsunterlagen erwarten wir mit Spannung! Bei Fragen gibt Ihnen Frau Laura Di Franco, Director of Human Resources, gerne unter der Telefonnummer: +41 44 317 31 53 weitere Auskünfte.

swissôtel ZÜRICH

Am Marktplatz, CH-8050 Zürich
laura.difranco@swissotel.com
www.zurich.swissotel.com

171045

HOTEL NICOLETTA



Das sportliche Familienhotel

Als modernes Familienhotel wollen wir unseren Gästen ungezwungene und attraktive Ferien bieten. Wir möchten Sie, als fachlich guten, motivierten und aufgestellten Mitarbeiter gerne bei uns einstellen.

Für die kommende Sommersaison (ab Anfang Juni) und evtl. die Wintersaison 2006/07 suchen wir folgende Mitarbeiter/innen:

Réceptionist/in
(mit guten D/F/E-Kenntnissen und Berufserfahrung)

1. Chef de rang
(mit guten D/F/E-Kenntnissen und Berufserfahrung)
Servicepraktikant/in
Tournant/e Service und Bar

Praktikant/in Housekeeping

Wir möchten Sie gerne kennen lernen. Schicken Sie uns doch noch heute Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an:

SEILER HOTEL NICOLETTA****
Frau Barbara Lauber
Leiterin Personaladministration
3920 Zermatt
www.seilerhotels.ch
Telefon 027 966 87 51
Fax 027 966 87 57
personalbuero@seiler-zermatt.ch

171001



Grand Casino Basel – c'est mon Casino!

Wir bieten unseren Gästen neben dem Spielbetrieb ein vielseitiges Gastronomieangebot mit einer Brasserie, welche täglich ab 12.00 Uhr mittags geöffnet ist, dem À-la-carte-Restaurant «Chez Georges», welches täglich ab 18.00 Uhr ausgewählte Spezialitäten bietet, sowie 3 Bars. Zudem verfügen wir über einen Eventsaal, der Banketten bis 170 Personen Platz bietet. Als

frontrorientierter Teamleader
(Chef de Service)

sind Sie für einen reibungslos laufenden Betrieb mitverantwortlich.

Zu Ihrem Aufgabengebiet gehören:

- Führen des Tagesgeschäfts als Gastgeber
- Gästebetreuung, Bankett- und Serviceorganisation
- Fachliche Führung und Coaching der Mitarbeiter im Tagesgeschäft
- Optimieren der Arbeitsabläufe und Qualitätskontrolle
- Einsatzplanung

Wir wenden uns an einen ca. 25-32 jährigen Gastroprofi, der nebst einer Grundausbildung im Servicefach bereits erste Berufserfahrung als Chef de Service gesammelt hat. Damit Sie in diesem aussergewöhnlichen, sehr anspruchsvollen Umfeld bestehen können, müssen Sie belastbar, flexibel und stressresistent sein (Schichtbetrieb an 365 Tagen im Jahr). Sie überzeugen zudem als Vorbild für unsere Mitarbeiter und in der professionellen, bereichsübergreifenden Zusammenarbeit. Ihre Gegenwart erlebt man als angenehm, zuvorkommend, sympathisch und freundlich empfunden. Mit Ihrer Motivation, Empathie und Lebensfreude begeistern Sie Ihr Umfeld. Ihre Muttersprache ist Schweizer-Deutsch und Sie verfügen über ausgezeichnete Französischkenntnisse (m/s). Ein einwandfreier Leumund (keine Einträge im Straf- und sowie Betreibungsregister) rundet Ihr Profil ab!

Stellenantritt nach Vereinbarung. Ihr komplettes Bewerbungsdossier (Motivations schreiben, Lebenslauf, Zeugnisse) mit Foto senden Sie an Renate Wüst, Leiterin Human Resources, Airport Casino Basel AG, Flughafenstrasse 225, Postfach, 4025 Basel. Für weitere Informationen stehen wir Ihnen unter Tel. 061 327 20 05 zur Verfügung.

171038



Wirtschaft zum Doktorhaus Wallisellen

Gut essen
Feste feiern
das Leben geniessen

Wir suchen qualifizierten **Pâtissier/Gardemanger** sowie **Service-Mitarbeiterinnen** mit à la carte und oder **Bar-Erfahrung** per 1. Juni oder nach Vereinbarung

- Rufen Sie uns an oder schauen Sie bei uns rein
- (ins Netz oder ins Restaurant)

8304 Wallisellen
Telefon (+41) 01 / 830 58 22
Telefax (+41) 01 / 830 19 03
www.doktorhaus.ch



GLÄRNISCHHOF
STADT & BUSINESSHOTEL · ZÜRICH

Sind Sie ein **aufstrebender, junger Commis de cuisine** mit etwas Erfahrung in der Zubereitung von Fischen und einem Flair für die italienische Küche? Wenn ja, bietet Ihnen unser zukunftsorientierter Küchenchef Daniel Meyerhans die Möglichkeit, sich in seiner Brigade als

Anfangs-Chef de partie

zu entfalten. Er und sein Team verstehen es in unseren bekannten Restaurants «Vivace» und «Le Poisson» täglich Topqualität, Harmonie und Kreativität unter einen «Hut» zu bringen.

Eintritt: sofort oder nach Übereinkunft.

Interessiert?

Rufen Sie uns an oder senden Sie Ihre Unterlagen an:
Rolf Benz, Vizedirektor
Glärnischhof *****
Stadt & Businesshotel Zürich
Claridenstrasse 30, 8022 Zürich 2
Tel. +41 01 286 22 34
rolf.benz@hotelglarischhof.ch
www.hotelglarischhof.ch



NH Hoteles, eine der größten Hotelketten Europas, sucht für das

NH Zürich Airport*****

ab sofort oder nach Vereinbarung

1 Chef de Partie

Sie:
suchen eine neue Herausforderung?
sind motiviert und teamfähig?
haben einige Jahre Erfahrung im Gastgewerbe mit entsprechender Ausbildung und möchten bei der Weiterentwicklung eines modernen 4-Sterne Hotels mithelfen?

Bitte bewerben Sie sich!

Sebastian Heloin
NH Zürich Airport
Schaffhauserstrasse 101
8152 Glattbrugg
☎ +44 808 5000



NH EYE FOR DETAIL



Unser Kunde, die **TAVERO AG** (Gastronomie & Catering), eine Tochtergesellschaft der F. Hoffmann-La Roche AG, sucht per 1. September 2006 einen fachlich kompetenten und dynamischen

Bereichsleiter F&B
(Mitglied der Geschäftsleitung)

Für diese verantwortungsvolle Kaderposition sprechen wir ausgewiesene Bewerber mit entsprechender Berufs- und Führungserfahrung an.

Ihre Aufgabe:

- > Operative Leitung diverser Selbstbedienungsrestaurants und firmeninterner Cateringservice
- > Events und Aktionsplanung im Food Beverage-Bereich
- > Sicherstellung einer abwechslungsreichen Menü- und Angebotsplanung
- > Kontrolle der Qualitäts und Hygienevorschriften (HACCP)
- > Organisation und Durchführung von Spezialanlässen
- > Umsetzung der finanziellen und qualitativen Zielvorgaben
- > Mitarbeit bei der Entwicklung von Organisationskonzepten
- > Einsatz in der aktiven Gastgeberrolle an der Verkaufsfond

Ihr Profil:

- > Ausbildung: Kochlehre, Abschluss Hotelfachschule, evtl. Weiterbildung (z. B. Betriebsleiterseminar/Unternehmerseminar usw.)
- > Berufs- und Führungserfahrung in grösseren Betrieben, vorzugsweise der Gemeinschaftsverpflegung oder Grossrestauration (Hotels mit grossen Restaurationen) in der Position als F&B Manager oder Stellvertreter.
- > Ausgeprägtes Kostenbewusstsein, solider administrativer Background, hohes Qualitätsdenken.
- > Integre, kommunikative und teamfähige Führungspersönlichkeit, mit der Bereitschaft, sich zum Wohle des Unternehmens laufend weiterzubilden.
- > Engagierte Frontpersönlichkeit mit gepflegtem Auftreten, Sprachen D/E/F.

Idealalter: 28–42 Jahre / Wohnort Basel-Region.

Die Position bietet einem motivierten Bewerber eine interessante und vielseitige Herausforderung bei grosser Selbstständigkeit sowie eine angemessene Salärerung.

Gerne erwarten wir Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen, die wir absolut vertraulich behandeln werden an die Beauftragte.

HoReGa Select AG
Yvonne Hirsbrunner
Stänzlergasse 7, 4051 Basel
Tel. 061 281 95 91
info@horega.ch

Gesucht per sofort oder nach Vereinbarung in 4****-Hotel in der Zentralschweiz

Aide du Patron

mit Fachkenntnissen in:

- F & B
- Réception
- Administration

Interessenten/-innen senden bitte ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto unter Chiffre 171051 an **hotel + tourismus revue**, Postfach 3001 Bern.



Wir sind ein modernes ****Ferienhotel mit lockerer Atmosphäre, 56 komfortablen Zimmern im Herzen von Adelboden. Wir suchen in Jahresstelle:

Réceptionist/in mit Erfahrung an Réception mit Fidelio 7.12

Wir würden uns über Ihre Unterlagen freuen:

arena hotel steinmattli****
Rudolf + Anita Hauri
3715 Adelboden
Tel. 033 673 39 39
Fax 033 673 38 39
www.arena-steinmattli.ch



Unser Gasthaus liegt im Luzerner Hinterland, unweit von Sursee.

Zur Unterstützung unseres aufgestellten Teams suchen wir per sofort

Servicefachmitarbeiter/in 100%

Sie betreuen unsere Gäste im A-la-carte-Restaurant und im Bankettbereich. Durch unsere abwechslungsreiche Küche und die freundliche Servicecrew ist unser Gasthaus weit über die Kantonsgrenze hinaus bekannt.

Wir bieten interessante Anstellungsbedingungen, 5 Wochen Ferien und ein modernes Arbeitsumfeld.

Sind Sie interessiert?
Senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen.

Gasthaus St. Wendelin
Dorfstrasse 1
6242 Wauwil LU
info@wendelin.ch



café · bar · restaurant
Dorfstrasse · 3818 Grindelwald

Wir suchen auf Ende Mai 2006 selbstständige/n

Koch / Chef de partie

Sie sind motiviert und kochen gerne abwechslungsreich mit frischen Produkten und fühlen sich in einem kleinen, familiären Betrieb gut aufgehoben, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

Christine Jucker & Hermann Inäbnit
Telefon 033 853 07 10 · cundmcafe.ch

AMBASSADOR ***HOTEL OPERA**
HOTEL ***** ZÜRICH

Sie lieben das Besondere...

Die beiden renovierten Erstklass-Business-Hotels Ambassador und Opera sind auf dem neusten Stand. Dank tollen Mitarbeitern und bester Lage im Herzen von Zürich sind wir das bevorzugte «home away from home» für unsere Gäste aus aller Welt.

Sie suchen per sofort: eine abwechslungsreiche, selbständige und verantwortungsvolle Stelle als

Réceptionistin

den Umgang mit netten Gästen aus aller Welt, attraktive Arbeitszeiten mit 5 Wochen Ferien, Weiterbildungsmöglichkeiten und aufgestellte Kollegen/-innen.

Wir suchen: eine junge, motivierte Frau mit Erfahrung an der Réception eines ähnlichen Betriebes und mit guten CH-D-, E-, evtl. F-Kenntnissen.

Wir bieten Ihnen: Anstellungsbedingungen, die Frau im Jahr 2006 erwarten kann.

Gerne stellen wir Ihnen diese interessante Stelle persönlich vor und freuen uns auf Ihre Unterlagen oder direkte Kontaktaufnahme.

Hotels Ambassador und Opéra
Martin Spycher, Stv. Direktor
Falkenstrasse 6
8008 Zürich
Tel. 044 258 98 98
www.ambassadorhotel.ch

Sie suchen – wir bieten Ihnen

..... interessante Angebote für Saison und Jahresstellen:

Sommelier, Service, + alle Posten in der Küche (w/m)

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

gastro S Gastro S Haus Howald GmbH
Bahnhofstrasse 8, XL-Zentrum
5080 Laufenburg
E-Mail: jobs@gastro-s.ch, Tel. 062 869 40 40

www.gastro-s.ch



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 Zimmerreservationen 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



Ab Beginn Oktober 2006 suchen wir in Jahresstellung

Sous Chef / Chef de Partie m/w

Sind Sie teamfähig und haben Sie Freude an der Arbeit mit Menschen aus aller Welt?
Dann würden wir uns freuen, Sie kennen zu lernen.

Unser Haus (erbaut 1864, ständig erneuert) ist ein ganzjährig geöffneter Betrieb mit viel Atmosphäre und einer Küche mit internationalen und einheimischen Spezialitäten. Er befindet sich auf dem Wolfgang, direkt bei Davos, den Skipisten und mitten im Wandergebiet Parsenn.

Bei uns finden Sie ein angenehmes Arbeitsklima, gut geregelte Arbeitszeiten, gute Entlohnung und auf Wunsch ein schönes Zimmer mit eigener Dusche und Toilette oder ein Studio.

Wenn Sie Interesse haben, sich unserem Team anzuschliessen beziehungsweise mehr wissen möchten, dann rufen Sie doch einfach an oder schreiben Sie uns, damit wir einen Vorstellungstermin vereinbaren können.

Für weitere Fragen stehen Ihnen unser Küchenchef, Herr U. Schlomann, sowie Herr Kessler oder Herr Hobel gerne zur Verfügung.

Hotel Restaurant KULM
Tel. 0041 81 417 07 07
www.kessler-kulm.ch

CH-7265 Davos Wolfgang
Tel. 0041 81 417 07 99
E-Mail: info@kessler-kulm.ch

Eines der führenden Luxushotels im Oberengadin mit historischem Grand Restaurant und dem bekannten Kronenstübl (14 Pkt. Gault-Millau) sucht für die kommende Sommersaison (16. Juni – 12. September 2006) und für die Wintersaison 2006/2007 Fachpersonal für folgende Positionen:

- Chef Gardemanger**
- Chef Tournant**
- Commis Entremetier**
- Zimmermädchen**
- Commis + Chef de Rang**
(Gourmetrestaurant)
- Réceptionist**
- Schwimmbadmeister**

Gute Voraussetzungen bringen Sie mit, wenn Sie Ihren bisherigen Berufsweg in Häusern der gehobenen Gastronomie durchlaufen haben und Sie das dort Erlernete jetzt mit einer neuen Herausforderung verbinden möchten. Wir bieten gute und leistungsgerechte Entlohnung. Wir pflegen selbstständiges Arbeiten im Team und freuen uns über Ihre Ideen bei der Mitgestaltung unserer Angebote. Für weitere Informationen stehen Ihnen unser Küchenchef Herr Karl Hamberger, unsere Restaurantleiterin Frau Adriana Novotna und unsere Front-Office-Managerin Frau Tina Neumann gerne zur Verfügung.

Senden Sie uns bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an oben stehende Adresse.



GRAND HOTEL KRONENHOF
PONTRESINA

Grand Hotel Kronenhof
Via Maistra
7504 Pontresina – St. Moritz
Tel. 0041 81 830 30 30
Fax 0041 81 830 30 31
E-Mail: info@kronenhof.com
http://www.kronenhof.com

170988

TEAM-STÄRKUNG GESUCHT
NACH VEREINBARUNG

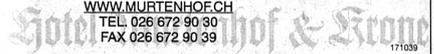
CHEF DE RANG / KELLNER/IN
HOFA
BETRIEBSASSISTENT/IN

• ZWISCHEN 20 UND 35 JAHRE JUNG

• SIE KÖNNEN SICH IN DEUTSCH, FRANZÖSISCH UND ENGLISCH VERSTÄNDIGEN

WEITERE INFORMATIONEN ERHALTEN SIE UNTER FOLGENDER ADRESSE. GERNE ERWARTEN WIR IHREN ANRUF UND IHR DOSSIER MIT FOTO UND LEBENS LAUF.

HOTEL MURTENHOF & KRONE
MARC JOACHIM
RATHAUSGASSE 1-5
3280 MURTEN
WWW.MURTENHOEF.CH
TEL. 026 672 90 30
FAX 026 672 90 39



171039

Wir suchen **per sofort** für die Saison 2006

Vegi-Koch

haben Sie Freude am Beruf, sind flexibel, arbeiten gerne im kleinen, fröhlichen Team, sind ideenreich, sportlich und lieben Sie die Natur, dann sind Sie die richtige Person für unsere Vegi-Vollwert-Küche.

Ein wunderschöner Ort erwartet Sie.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf

Hotel Sassa da Gruem «Unique»
Peter und Verena Mettler
6575 San Nazzaro
Tel. 091 785 21 71
www.sassdagruem.ch
info@sassdagruem.ch



171037

SV

catering & services

SV Schweiz ist die nationale Marktleaderin in der Gemeinschaftsgastronomie. Als professionelle Gastgeberin bringen wir Genuss und Wohlbefinden in den Alltag unserer Gäste. Für das Geschäftsfeld **SV Business** suchen wir per 1. Juni 2006 oder nach Vereinbarung eine/n

Service-
mitarbeiter/in
100%

Als Servicemitarbeiter/in bei Kaffeepausen, Lunches, Apéros, Banketten usw. sind Sie im UBS Konferenzgebäude Grünenhof für das leibliche Wohl unserer Gäste zuständig. Mithilfe bei der Koordination und Organisation der Anlässe sowie Hilfsarbeiten in der Küche und allgemeine Reinigungsarbeiten runden das Aufgabengebiet ab.

Ihr Profil

- abgeschlossene Service-Ausbildung oder sehr gute Service-Kenntnisse
- gute Deutsch- und Englisch-Kenntnisse
- flexibel und sehr belastbar
- Organisations talent
- gepflegte Umgangsformen
- Schweizer Bürger/in oder Inhaber/in einer C-Bewilligung

Wir bieten

- permanente Aus- und Weiterbildung
- Entwicklungsmöglichkeiten
- überdurchschnittliche Sozialleistungen

Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto richten Sie bitte an
Ana Cristina Freitas Fesenmeier
Restaurant Manger

SV (Schweiz) AG
UBS Konferenzgebäude Grünenhof
Nüscherstrasse 9
CH-8001 Zürich



HOTEL SONNE FEX
Ein Begriff im Oberengadin!
Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir für die kommende Sommersaison
Beginn 15. Juni 2006
einen netten, erfahrenen
JUNGKOCHE
Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung.
Frau Susanne Witschi-Fümm
Hotel Sonne, 7514 Fex/Engadin
170918

ZURZACHERHOF
PALAZZO REALE
HOTEL & RESTAURANT

Das Kur-, Seminar- und Wohlfühlhotel

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung

Réceptionistin

Wenn Sie über eine entsprechende Ausbildung verfügen, pflichtbewusst und flexibel sind und den Umgang mit Menschen lieben, dann würden wir Sie gerne kennen lernen.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!
U. Gähler, Direktion

Hotel Zurzacherhof
Dr. Martin Erb-Strasse 5
CH-5330 Zurzach
Tel. 056 269 77 77

171049



Bar/Dancing Tanzboden in der Ferien- und Sportregion Ybrig
Jeden Mittwoch Oldie-Night mit Partydancers und Gratisverlosung!

Bist du jung und selbständiges Arbeiten gewöhnt? Magst du den regen Kontakt mit jungen Leuten? Dann mach doch die Nacht zu deinem Arbeitstag!

Denn wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung eine

Barangestellte

die mit ihrer zuverlässigen und freundlichen Art einen Ausflug in den Tanzboden speziell werden lässt!

Auf deine Bewerbungsunterlagen freuen sich:

Fam. H. und S. Jäger
Sporthotel Minster
8842 Unterberg

Gerne beantwortet Frau Jäger deine ersten Fragen auch telefonisch: 055 414 62 00.

Wir freuen uns, von dir zu hören!

www.sporthotel-minster.ch

170992

HOTEL RESTAURANT WORBENBAD
Das feine Hotel mit ****Qualität

Sie suchen: Abwechslung, Kontakt, neue Impulse, Kreativität, Spontanität

BETRIEBSASSISTENT/IN

Anforderungen:

- Ausbildung in der Hotellerie/Gastronomie
- Sehr gute Service- und Réceptionerfahrung
- Unternehmerisches Denken
- Alter ca. 24–28 Jahre

Aufgaben:

- Seminar- und Bankettbetreuung, F & B
- Réception
- Mithilfe im Service, Vertretung Chef de Service (ca. 20 %)

Wir:

- Reger Seminar- und Geschäftsbetrieb
- 29 Hotelzimmer, 2 Restaurants und grosse Terrasse
- Grosser Wellness-Bereich

Eintritt:

Juni 2006 oder nach Absprache

Schön, wenn Sie sich angesprochen fühlen!
Gerne erwarten wir Ihre Unterlagen an:
George F. Sardi

Hauptstrasse 77, 3252 Worben b. Lys
Tel. 032 / 384 67 67, Fax 032 / 384 79 06

www.worbenbad.com / sardi@worbenbad.ch

168522

BEST WESTERN
SEMINAR- UND BUSINESSHOTEL
CONTINENTAL BIEL-BIENNE

Wir suchen per 1. Juni 2006 eine/n

Réceptions-Praktikant/in

- Sind Sie:
 - > kontaktfreudig, hilfsbereit und zuverlässig
 - > gewillt jeden Tag etwas Neues dazuzulernen
 - > Sprechen Deutsch, Französisch und Englisch
 - > PC-Kenntnisse vorhanden

Wir bieten Ihnen einen lehrreichen Arbeitsplatz und Sie werden durch ein leistungsstarkes und professionelles Team eingearbeitet und unterstützt.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann senden Sie Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an:
Best Western Hotel Continental, Herr Adrian Zumofen
Aarbergstrasse 29, 2503 Biel-Bienne oder an
info@continental-bienne.ch

170915

Höflich Willkommen als Gast
auf Wiedersehen als Freund!
RIGI HOSTELLERIE

www.righost.ch • Ihr Feindesstück über den Wolken • Gourmet-Restaurant Alpi Trotter • Seminar Paradise

Wir sind ein hoch dynamisches Hotel-Restaurant auf der Rigi, Königin der Berge, autofreier Ort, mit 110 Betten und verschiedenen Restaurants.

Wir haben das Glück durch unsere Infrastruktur sehr verschiedene Gäste-Segmente zu empfangen und verwöhnen zu dürfen und das bringt eine sehr abwechslungsreiche Herausforderung und KEINE Langeweile. Hier lernt man ständig!

Wir suchen ab sofort eine aufgestellte und motivierte junge Persönlichkeit als

Tournante
Réception-Service-Mitarbeiterin

Sie verfügen über Berufserfahrung. Ihre Muttersprache ist Deutsch oder Schwytzerdütsch. Gute Fremdsprachenkenntnisse sind ein Vorteil.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto und Arbeitszeugnissen.

Rigi Hostellerie, Laurence Droz, Zentrum 4, 6356 Rigi Kaltbad
Tel. 041 399 81 85, l.droz@righost.ch

169064

Hotel Ucliva

Unser Betrieb mit 22 Zimmern (72 Betten) und einem Restaurant (90 Plätze) befindet sich in der schönen Bündner Surselva. Als Verstärkung suchen wir noch folgende Mitarbeiter:

Servicefachkraft (w/m)
Kinderbetreuung / Service (w/m)

Sie haben Freude daran, an einem neuen Konzept aktiv mitzuwirken und lassen sich von grossen und kleinen Kindern nicht aus der Ruhe bringen?

Dann senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an:

Regina Memleb
Hotel Ucliva
7158 Waltensburg/Vuorz
Tel.: 081 941 22 42
info@ucliva.ch / www.ucliva.ch

171026

Schilthorn
Piz Gloria

Drehrestaurant Piz Gloria
auf 2970 m
Gastronomiebetrieb der
Schilthornbahn AG

Wir suchen ab sofort oder nach Übereinkunft in Jahresstelle:

gelernter Jungkoch/Koch m/w
sowie
Servicefachangestellte m/w

Wir erwarten junge, motivierte Mitarbeiter mit Bereitschaft, in einem kleinen Team überdurchschnittliches zu leisten.

Bitte schicken Sie Ihr komplettes
Bewerbungsdossier an:
Drehrestaurant Piz Gloria
3825 Mürren
Tel. 033 856 21 56
pizgloria@schilthorn.ch

171064

Sommer-jobs

Service (deutschsprachig) ab Juni

- Serviceangestellte (m/w)
- Sefa (m/w)
- Praktikant (m/w)

Küche
per sofort oder nach Vereinbarung

- Sous-Chef (m/w)
- Chef de Partie (m/w)

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

Chalet Du Lac
Direkt am Brienzsee
ISELTWALD
bei Interlaken

170326



Express-Stellenvermittlung

Service de placement express

Für ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen aus Hotellerie und Gastgewerbe

Pour employeurs et employés de l'hôtellerie et de la restauration

Eine Dienstleistung von

hoteljob

Tel. 031 370 42 79

08.00 bis 12.00 Uhr und 13.30 bis 17.00 Uhr

Fax 031 370 43 34

SUCHEN SIE QUALIFIZIERTE ARBEITSKRÄFTE?

Unter den folgenden Stellengesuchen befindet sich vielleicht genau die Person, die Ihnen noch gefehlt hat. Mit einem Abonnement der Express-Stellenvermittlung erhalten Sie so viele Bewerbungstalons, wie Sie wünschen: während 6 Monaten für Fr. 350.-, während 1 Jahr für Fr. 600.- (exkl. MwSt.).

CHERCHEZ-VOUS DES TRAVAILLEURS QUALIFIÉS?

Parmi les demandes d'emploi ci-dessous, il se trouve peut-être la personne qui vous manque. Abonnez-vous au Service de placement express et vous recevrez autant de talons de candidatures que vous souhaitez. Coûts pour 6 mois: fr. 350.-, pour 12 mois: fr. 600.- (TVA exclue).

Stellengesuche / Demandes d'emploi

Küche/cuisine								Administration/administration								Hauswirtschaft/ménage								
1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	5	6	7	8	
1150	Chef pâtissier	54	FR	B-EG	sofort	E/F		1157	Chef de service	54	CH	sofort	D	Solothurn/Biel/Bern		1158	Buffet/Allrounderin	41	CH	n.Ver.	D	GR/LU/SG/Kurort		
1152	Küchenchef	59	FR	C	Aug.	D/E/F/I	West-CH/BE	1162	Sefa	28	DE	L-EG	n.Ver.	D	Engadin		1159	Zimmerfrau	38	FR	B-EG	sofort	E/F	BE/FR/VD
1153	Pâtissier/Hilfskoch	54	CH		sofort	D	Deutsch-CH/TI	1169	Service/w	21	CH	sofort	D/F	BE-Oberl.		1160	Office/Bufett/Hilfskoch	31	PT	L-EG	n.Ver.	D/E/F/I	Bern und BE-Oberl.	
1154	Küchenchef	42	AT	L-EG	sofort	D/E		1170	Kellner/Chef de service	27	CH	Juni	D/E	Zürich		1161	Hofa/Sefa	27	CH	August	D/E	ZH/SG		
1163	Koch/Pâtissier	41	CH		Juni	D/E/F	-VS/Saas Fee	1171	Service/Küchenhilfe/w	53	CH	sofort	D/E	Bern		1164	HBL-Assistentin	27	CH	August	D	Region Thun		
1166	Sous-chef/Alleinkoch	44	DE	L-EG	sofort	D/E	Zürich	1173	Chef de service	61	CH	sofort	D/E/F/I			1168	Haushilfe/w	43	PT	C	sofort		Baden-Zürich-Wthur	
1167	Koch/Sous-chef	26	DE	L-EG	n.Ver.	D/E	Deutsch-CH	1178	Chef de rang	32	CH	sofort	D/F	Zürich		1172	Zimmerfrau	42	IT	L-EG	sofort	I	ZH	
1174	Koch/Alleinkoch	47	DE	L-EG	Juni	D/E/I		1180	Kellner	50	AT	B-EG	sofort	D	GR/ZH	1184	Buffet-/Küchenhilfe/w	43	DE	L-EG	sofort	D/E	BE-Oberl./Gem.gastro.	
1176	Koch	40	DE	B-EG	sofort	D	Zürich	1181	Service/w	46	CH	n.Ver.	D/E	Bern+Umgeb.										
1177	Koch	55	FR	C	sofort	F	VD	1182	Kellner	32	CH	sofort	D	TG/SG/GR/VAG										
1179	Koch/Alleinkoch/Küchchef	45	CH		Juni	D	Luzern+Umgeb.	1183	Rest.-Schichtleiter	29	CH	Juni	D/E/F	ZH										
1187	Koch/Commis de cuisine	22	CH		Juni	D/F/I	Deutsch-CH	1185	Service/Allrounder	42	PT	C	sofort	D/E/I	Deutsch-CH									
1188	Koch/w	21	CH	n.Ver.	D		Bern+Umgeb./AG																	
1189	Sous-chef	36	CH		Juli	D/F	BE/NE/JU/FR																	
1190	Sous-chef/Anf'küchenchef	29	DE	L-EG	sofort	D/E	TG/SG/FL																	

Stellenbewerbung / Candidature

SUCHEN SIE EINE STELLE?

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

CHERCHEZ-VOUS UN EMPLOI?

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

Bewerbungstalon / Talon de demande d'emploi

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

Gewünschte Stelle / Emploi souhaité:	Eintrittsdatum / Date d'entrée:
Arbeitsbewilligung / Permis de travail:	Jahresstelle / Place à l'année <input type="radio"/> Saisonstelle / saison <input type="radio"/>
Art des Betriebes / Type d'établissement:	Bevorzugte Region / Région souhaitée:
Name / Nom:	Vorname / Prénom:
Strasse / Rue:	PLZ / Ort: / NPA / Lieu:
Geburtsdatum / Date de naissance:	Nationalität / Nationalité:
Telefon privat / No de téléphone privé:	Telefon Geschäft / No de téléphone professionnel:
Bemerkungen / Remarques:	
Sprachkenntnisse / Connaissances linguistiques:	
Deutsch / Allemand: _____	Französisch / Français: _____
Italienisch / Italien: _____	Englisch / Anglais: _____
(1=Muttersprache / Langue maternelle, 2=gut / bonnes, 3=mittel / moyennes, 4=wenig / faibles)	
Meine letzten drei Arbeitsstellen waren / Mes trois derniers emplois:	
Betrieb / Etablissement: _____	Ort / Lieu: _____
	Funktion / Fonction: _____
	Dauer (von/bis) / Durée (de/à): _____
1. _____	
2. _____	
3. _____	
Hiermit bestätige ich, dass die obgenannten Angaben der Wahrheit entsprechen. / Le soussigné/la soussignée certifie l'authenticité de ces informations.	
Datum / Date:	Unterschrift / Signature:

Ich bin mit der Bekanntgabe der Daten (Name, Adresse, Telefon etc.) einverstanden: Ja - Nein / J'accepte la publication de mes coordonnées (nom, adresse, téléphone, etc.): Oui - Non
 Wenn nein, können wir den ausgefüllten Talon nicht in der Zeitung publizieren. / En cas de réponse négative de votre part, nous ne pourrions pas publier le talon dans le journal.

Bitte mailen oder schicken Sie uns den vollständig ausgefüllten Bewerbungstalon an folgende Adresse: / Veuillez nous retourner le talon de demande dûment rempli à l'adresse suivante:
hoteljob, Express-Vermittlung, Monbijoustrasse 130, Postfach, CH-3001 Bern / hoteljob.be@hotelleriesuisse.ch



Hotel Landhaus Saanen

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir nach Vereinbarung eine/n

Betriebsassistent/in – Aide du Patron

in unserem familiär geführten ***Hotel-Restaurant im Saanenland. Unser Haus verfügt über ein Restaurant mit 90 Plätzen, Bankett- und Seminarräumlichkeiten bis 250 Personen sowie 35 Hotelbetten.

Zu Ihren Hauptaufgaben gehören: Führen der Réception (Check-in/-out, Gästebetreuung und Reservationen); Mitarbeiterführung und Administration; Mithilfe im Service; Kassenverwaltung; Organisation und Mithilfe bei Banketten; sowie div. adm. Arbeiten.

Wir bieten eine selbstständige, abwechslungsreiche und interessante Tätigkeit mit lokaler u. internationaler Kundschaft. Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann erwarten wir gerne Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen.

Hotel Landhaus
Frau A. Dieckmann-Broggi
3792 Saanen
Telefon 031 748 40 40
E-Mail: landhaus-saanen@bluewin.ch
www.landhaus-saanen.ch

171065



Haberli's SCHÜTZENHAUS

Haberli's Schützenhaus ist ein moderner Gastronomiebetrieb vor den Toren der Stadt Bern mit Bistro, Brasserie, Gourmet- und Bankettsaal. Eine gedeckte Sommerterrasse sowie die Vinothèque Le Millésime ergänzen das Angebot.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir in Jahresstelle

Servicefach- mitarbeiter/in

Wenn Sie Freude haben in einem jungen, motivierten Team mitzuarbeiten, Wert auf einen gepflegten A-la-carte-Service legen und eine Portion Eigenverantwortung mitbringen, erwarten wir gerne Ihre Bewerbung oder Ihren Anruf. Nur Schweizer oder Bewilligung B oder C.

170946

LE BISTRO LA BRASSERIE LE GOURMET
LES SALLES DE BANQUETS LE MILLÉSIME
Familie J. & F. Haberli, Münchenbuchsee
Tel. 031 868 89 88, Fax 031 868 89 89
www.haberli.com

Hotel Atlantis Guesthouse

Zürich

Das *** Garni-Hotel Atlantis Guesthouse (62 Zimmer) vereint ruhige Lage im Grünen, Stadtnähe und Gästekomfort aufs Idealste.

Wir suchen für unser kleines Team ab **SOFORT** einen

Nachtportier D/E

Sie sorgen für die Sicherheit unserer Gäste während der Nacht (inkl. Rundgänge) und übernehmen auch tägliche Reinigungsarbeiten.

Herzlich willkommen am Üetliberg - wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Hotel Atlantis Guesthouse
Petra de Capitani
Döitschhalde 49
8055 Zürich
petra.decapitani@atlantishotel.ch

www.atlantishotel.ch 170997



Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir

Koch (w/m)

Sie sind auf der Suche nach einer abwechslungsreichen Herausforderung, in der Sie Kreativität und Teamgeist einsetzen können. Wenn Sie Spass am Beruf und Engagement mitbringen, sind Sie bei uns richtig. Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen. Senden Sie uns Ihre Unterlagen:

Volker Kilgour, Küchenchef
Jean-Claude Meier, Geschäftsführer
Ristorante Rosengarten, Forchstrasse 191
8125 Zollikerberg, 044 391 66 01
www.ristorante-rosengarten.ch

171061



Hotel Löwen 8915 Hausen a.A.

Ruth & Beat Burkard
www.loewen-hausen.ch info@loewen-hausen.ch



Hotel Löwen Hausen a. A.

Unsere Gäste wünschen es, freundlich und korrekt bedient zu werden. Haben Sie eine abgeschlossene Ausbildung als

Servicefachangestellte

sind zwischen 20 und 35 Jahre alt, haben immer noch Freude diesen Beruf auszuüben, dann haben Sie die Möglichkeit ab 15. Mai 2006 im wöchentlich wechselnden Schichtbetrieb (8.30 bis 16.00 Uhr/16.00 bis 24.00 Uhr) Ihrem Beruf nachzugehen.

Wir sind Mitglied bei der **Gilde etablierter Köche der Schweiz** und bieten Ihnen eine interessante und abwechslungsreiche Jahresstelle.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen per E-Mail Info@loewen-hausen.ch, per Post oder rufen Sie uns einfach an, damit wir einen Vorstellungstermin vereinbaren können.

Bitte verlangen Sie Herrn oder Frau Burkard.

www.loewen-hausen.ch
Tel. 044 764 00 06

Schweizerische Gilde etablierter Köche

170465

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



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

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:
Tel.: 031 370 42 42, Fax: 031 370 42 23
inserate@htr.ch



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

Schnupperabo hotel+tourismus revue jetzt nur Fr. 25.-

Ganz einfach per SMS an die Nummer 723.



S = Schnupperabo: Fr. 25.- (10 Ausgaben)
A = Jahresabo: Fr. 145.- (49 Ausgaben)

Beispiele:

HTRS Hans Muster/Musterstr. 5/3000 Bern (an die Nr. 723 senden)

HTRA Hans Muster/Musterstr. 5/3000 Bern (an die Nr. 723 senden)

Kontakt: SMS an 723
Tel.: 031 740 97 93
abo@htr.ch, www.htr.ch



htr

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



**MINIBAR SYSTEM
SWITZERLAND**

Minibar est une entreprise internationale, leader dans la vente et la location de minibars, coffres-forts et services auprès de l'industrie hôtelière. Sa direction est basée à Baar (Canton de Zoug). Nous recherchons, pour un engagement immédiat ou prochain, un ou une

**REGIONAL ACCOUNT MANAGER (h/f)
Résident(e) en suisse Romande**

Vos tâches: Vous visiterez notre clientèle d'hôtels existants (dans des cantons de langue française et allemande) afin de soutenir leur département Minibar et de promouvoir notre programme de consulting. Vous conseillerez les hôtels sur leur assortiment de produits et le merchandising. Vous aurez aussi la charge de prospecter de nouveaux clients. En coopération avec le directeur régional des ventes, vous formerez une équipe dont le but final est d'augmenter la rentabilité de leurs minibars.

Profil idéal: Être âgé(e) de 28 à 34 ans, avoir une expérience de la vente, être persuasif(ve), motivé(e) et autonome. Idéalement, vous avez une expérience directe ou indirecte dans le secteur hôtelier, et êtes orienté(e) vers le service. Vous maîtrisez parfaitement les programmes Office, et êtes à l'aise avec les chiffres. Vous aimez être indépendant(e) (travail à domicile). L'anglais est la langue officielle de l'entreprise, mais vous devez cependant parler également couramment le français et l'allemand.

Nous offrons: Un emploi motivant dans une industrie fascinante, un environnement de travail multiculturel et international, le tout accompagné d'un salaire attractif et des avantages sociaux d'une grande entreprise.

Merci de faire parvenir votre CV + Photo en français et en allemand et LETTRE DE MOTIVATION à l'adresse mail: jocelyne.cronenberger@creyfs.ch sous l'objet «recrutement minibar»

171020

Grand Hotel Villa Castagnola



Lugano

Il Grand Hotel Villa Castagnola, rinomato albergo 5 stelle, ricco di tradizione e prestigio, situato sulle sponde del lago di Lugano conta 95 camere e suite, i ristoranti gastronomici «Le Relais» con terrazza nel parco e «Arté al Lago», sale banchetti e sale conferenze. Per completare il nostro giovane e dinamico team cerchiamo,

Commis de Cuisine

con esperienza, senso di responsabilità, spirito d'iniziativa, simpatia ed entusiasmo nell'offrire alla nostra esigente clientela un servizio accurato.

Aspettiamo con piacere la vostra candidatura completa di C.V., foto e copie dei certificati:

P. A. Müller, Dir.
Grand Hôtel Villa Castagnola au Lac
V. le Castagnola, 31 – 6906 Lugano
Tel. 091 973 25 55

171047

Grand Hotel Villa Castagnola



Lugano

Il Grand Hotel Villa Castagnola, rinomato albergo 5 stelle, ricco di tradizione e prestigio, situato sulle sponde del lago di Lugano conta 95 camere e suite, i ristoranti gastronomici «Le Relais» con terrazza nel parco e «Arté al Lago», sale banchetti e sale conferenze. Per completare il nostro giovane e dinamico team cerchiamo,

Segretaria di ricevimento

(impiego annuale)

con esperienza nel settore alberghiero, spirito d'iniziativa, nozioni del sistema di prenotazioni «Fidelio», buona conoscenza delle lingue nazionali e dell'inglese ed entusiasmo nell'offrire alla nostra esigente clientela un servizio accurato e personalizzato.

Aspettiamo con piacere la vostra candidatura completa di C.V., foto e copie dei certificati:

P. A. Müller, Dir.
Grand Hôtel Villa Castagnola au Lac
V. le Castagnola 31 – 6906 Lugano
Tel. 091 973 25 55

171018

Renommiertes 3***-Ferien- und Wellnesshotel im Tessin sucht per sofort oder nach Vereinbarung fachkundige

Chef de Réception

Wir bieten eine einmalige Arbeitslage, eine gute Arbeitsatmosphäre mit zeitgemässer und fairer Entlohnung in einem jungen und motivierten Team.

Bewerbungen bitte unter Chiffre 171052 an hotel+tourismusrevue, Postfach, 3001 Bern.

171052

Votre ambition est de travailler dans une maison de prestige joignez comme

GOVERNANTE GÉNÉRALE

un hôtel de grande réputation dans la région lémanique.

Vous aimez les responsabilités et le management d'une grande équipe; vous êtes multilingue (français et anglais minimum); vous êtes dynamique, flexible et excellente dans les contacts humains; vous êtes rigoureuse et possédez d'excellentes connaissances professionnelles et de management dans l'hôtellerie de luxe; vous avez de l'expérience dans un poste similaire et possédez un diplôme professionnel; vous êtes excellent leadership et âgée d'au moins 30 ans.

Entrée début juin 2006 ou à convenir.

Veillez faire vos offres avec lettre de motivation, dossier complet et photo sous chiffre S 018-399802 à Publicitas S.A., case postale 48, 1752 Villars-sur-Glâne 1.

171059

Hôtel-Restaurant de Sonloup
1833 Les Avants sur Montreux
Cherchons de suite ou à convenir

jeune cuisinier pour la saison

Possibilité de logement.
Tél. 021 9643431

171053

htr STELLENVERMITTLUNGEN

HORESTO-jobs
HOTellerie - RESTAuration - TOURISmus
Stellenbörse - Bourse de travail
Stellenvermittlung - Placements
www.horesto.ch www.horesto.com
Tel: +41 (0)44 721 19 47 info@horesto.com

www.jobs-hotel.ch

Stellenmarkt

Tel. 081 382 21 57

Fach- und Kaderstellen-leuten
Professionnels et cadres – emplois et personnel
Professionali e quadri – posti e impiegati

WWW.GASTRONET.CH

044 225 80 90

GASTRONOMIE - HOTELLERIE

167027

TESSIN

Für die Sommersaison oder in Jahresstelle

- 1 Sous-Chef-Saucier
- 1 Chef de partie-Gardemanger (persönliche Vorstellung erwünscht)
- 1 Commis de cuisine
- 1 Chef de Service
- 1 Chef de rang
- 1 Commis de rang
- 2 Serviertöchter für Open-air-Bar

Wir sind eine Mot-HOTEL, 160 Betten, mit Grillroom, Restaurant, grosser Terrasse mit Pizzeria, Bar, Barbecue und Girarosto und kaltem Buffet-Service, grossem Aussenschwimmbad mit Open-air-Bar, 4 Kegelbahnen und Eislaufbahn im Winter, Discothek/Nightclub mit 2 Bars.

Falls Sie interessiert sind:

Schriftliche Bewerbung mit Bild und Lohnansprüchen an Direktion Hotel Diamante Blue River AG
6805 Mezzovico/Monte Ceneri
Tel. 081 946 27 31
Fax 081 946 27 97
www.hotelblueriver.ch
info@hotelblueriver.ch

171063

htr IMAGE

Gesucht: Cook/Cocinero

Auf www.lcdj.ch finden Schweizer Jungköche auch attraktive Stellen im Ausland.



LA CUISINE DES JEUNES

170727

htr STELLENGESUCHE

Gesucht per sofort oder nach Übereinkunft

Jungkoch

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung an: Landgasthof Schaffli Horben
Andrea Fehr, 8524 Buch bei Frauenfeld
oder Tel. 052 746 11 58.

171000

Marketing / Sales:

Erfahrener Hotelier/Restaurateur (dipl. SHV und kmf. Abschluss), CH, 61, NR, sucht n. V. neue Herausforderung (auch Vertretungen, Ferienablosungen und Interims-Lösungen) ortsungebunden, hohe Reisebereitschaft, ausgedehntes Netzwerk (Gäste, TO, RB).
Chiffre 2MOPTV413, Mosse Media, 8022 Zürich.

171002

Canada/Ontario – Jugendaustausch
Gesucht Juli–September 2006 in abgelegenes Buschresort – CH-Führung

1 Jungkoch

mit abgeschlossener Berufslehre, bist du unter 30 Jahre, Allrounder, flexibel, kreativ und offen für Neues? Englisch-Kennntnis von Vorteil.

Wir freuen uns auf deine schriftliche Bewerbung:
Martin Seelhofer, Postfach 336
8730 Uznach

170996

Wir suchen ab sofort ehrliche, junge, freundliche (für Sommersaison, auch nur eine gewisse Periode möglich, z.B. 2 Monate)

1 Hofa (Etage, Saalservice usw.)

1 Allrounderin

Zimmer, Service, usw.

Anfängerinnen werden angeleitet. Kost und Logis im Haus möglich. Es erwartet Sie ein kleines Team.

Panorama Hotel «TaBor»
Fam. I. Borer-Bourquin
6805 Locarno-Monti
091 752 10 11
www.hotel-tabor.ch

171022

**HERZOG
WINERY & LUXURY RESTAURANT
Neuseelands**

bestes Restaurant sucht junge, ambitionierte

**Chef de Partie's
Chef de Service, Sommelier
& Serivemitarbeiter**

für unsere Sommer Saison von
15 Oktober 2006 bis 15 Mai 2007

Einmalige Gelegenheit ein traumhaftes Land kennenzulernen. Erfahrung in der Gourmet-Gastronomie und sehr gute Englischkenntnisse (nur für Service) ist Voraussetzung.

Bewerbungen inkl. Lebenslauf (in Engl. Sprache fuer Service) Foto und Zeugnissen bis ende Juni per Email an info@herzog.co.nz oder
Fax 0064 3 572 8730.

171014

Herzog Winery & Luxury Restaurant
Jeffries Rd RD3, Blenheim, New Zealand
Ph 0064 3 572870 www.herzog.co.nz

IMPRESSUM

htr hotel + tourismus revue – stellen revue / marché de l'emploi

Der Stellenmarkt für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit

Le marché de l'emploi pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les loisirs

Herausgeber / Editeur: Schweizer Hotelier-Verein / Société suisse des hôteliers, 3001 Bern
Verlag und Redaktion / Edition et rédaction:
Montbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23

Chefredaktion / Rédactrice en chef: Manietta Dedual
Verlagsleitung / Chef d'édition: Ina Strehel
Anzeigenverkauf / Vente des annonces: Oliver Egloff (Anzeigenleiter), Marc Moser, Michael Müller
E-Mail: insrate@htr.ch

Anzeigentarif (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):

- Frontseite / Première page: Fr. 1,67 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Direktion / Direction: Fr. 1,60 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Kaderangebote / annonces cadres / Tourismus: Fr. 1,57 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Stellenangebote / Offres d'emploi: Fr. 1,46 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Stellengesuche / Demandes d'emploi: Fr. 1,43 (exkl. MwSt. / TVA incluse)
- Zuschlag Aufschaltung Internet: Fr. 25.– pro Woche/Anzeige

Termine:

	Nr. 19/2006	Nr. 20/2006	Nr. 21/2006	Nr. 22/2006
– Ausgabe				
– Erscheint	11. 5. 2006	18. 5. 2006	24. 5. 2006	1. 6. 2006
– Anzeigenschluss	8. 5. 2006	15. 5. 2006	19. 5. 2006	29. 5. 2006
– Wiederholungen	8. 5. 2006	15. 5. 2006	19. 5. 2006	29. 5. 2006

Herstellung / Production: Büchler Grafino AG/ Druckzentrum Bern, 3001 Bern

HERMF-bezugsblatt 2004/05 / contrôlés REMF 2004/05, verkaufte Auflage/tirage vendu: 12 332, Gratisauflage/tirage gratuit: 1 342 (Druckauflage/tirage imprimé: 18 000)

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwertet werden. Ausgeschlossen ist insbesondere auch eine Einspeisung auf Online-Dienste, unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht. Der Verleger und die Inserenten untersagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Jeder Verstoß gegen dieses Verbot wird vom Verlag rechtlich verfolgt.