

Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 114 (2006)
Heft: 20

Heft

Nutzungsbedingungen

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

Conditions d'utilisation

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

Terms of use

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

Download PDF: 17.08.2025

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

hotel+tourismusrevue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE UND TOURISMUS

Nächste Ausgabe:
Mittwoch, 24. 5. 2006

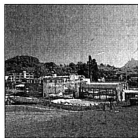
Avec cahier français



AKTUELL

3

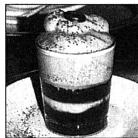
Berner Oberland | Gemäss einer Imagestudie verfügt die Ferienregion über ein hohes Identifikations- und Vermarktungspotenzial.



AKTUELL

4

hotelleriesuisse | Die Delegiertenversammlung des Branchenverbands findet am 30. Mai im Swiss Holiday Park, Morschach statt.



FOKUS

13

Kaffee | Labels für Nachhaltigkeit, Barista-Kunst und Café-Trends: Die Kaffeewelt im Fokus.



KOMMENTAR

Machtkampf wird spürbar

Theres Lagler

■ Worum geht es eigentlich bei der Koordination der Landeswerbung? Ums Sparen oder um einen stärkeren Auftritt der Schweiz im Ausland? Wer die Debatte im Nationalrat verfolgt hat, kommt zum Schluss, dass es primär ums Sparen geht. Der Nationalrat hat die Reorganisation der Institutionen im Bereich Landeswerbung und Aussenhandel mit dem Sparziel verknüpft, in der Verwaltung 20 Prozent einzusparen. Doch jede Reorganisation kostet zunächst einmal Geld, erst in einer späteren Phase stellen sich Einsparungen ein.

Die touristischen Interessensvertreter tun gut daran, die verbleibende Zeit bis zur Debatte im Ständerat in der Juni-Session zu nutzen. Vielleicht lassen sich ja die Parlamentarier der Kleinen Kammer dazu bewegen, die Sparvorgabe zu streichen, damit die Reorganisation unbelastet davon in Angriff genommen werden kann. Es gibt auch sonst noch genügend Stolpersteine auf dem Weg.

So hat beispielsweise Präsenz Schweiz Angst davor, unter die Räder zu kommen. Bei der nationalrätlichen Lösung müsste die PR-Agentur des Bundes mit Schweiz Tourismus und Standort Schweiz zur Organisation «Swiss Promotion» fusionieren, wobei ST aufgrund der Grösse die Führungsrolle beansprucht. Ruth Grossenbacher, Präsidentin von Präsenz Schweiz, befürchtet, dass die Schweiz auf diese Weise nur noch als Tourismusland wahrgenommen werden könnte. Sie legt deshalb ein neues Modell für eine Landeswerbung vor, die auch die Kultur und den Forschungsstandort miteinbezieht. Dafür ist es zu spät. Allerdings ist wirklich nicht einzusehen, warum der ganze Forschungsbereich von den Diskussionen um die Landeswerbung ausgenommen wurde.

Siehe auch Seite 4



20

9 771424 044000

Herbstsession in Flims

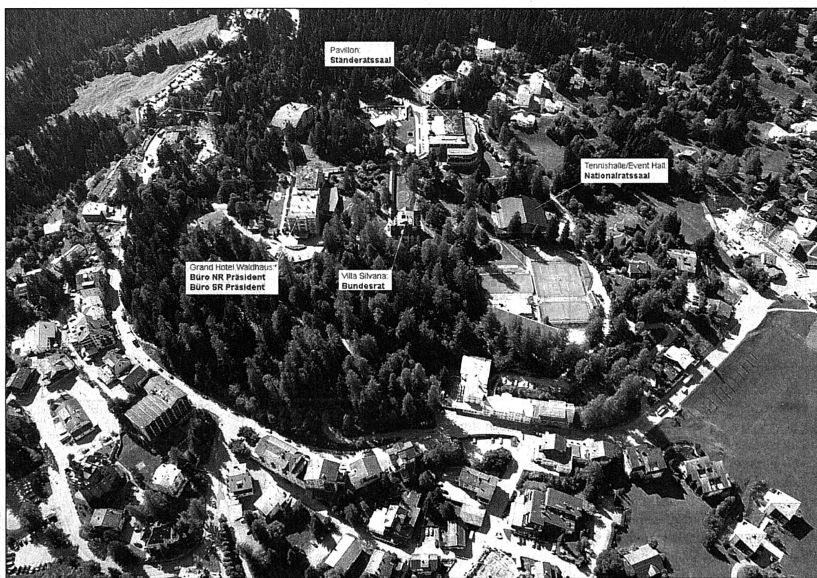
Die «kleine Olympiade» von Flims

■ Ab Mitte September tagt das Parlament in Flims. Davon soll der Bündner Tourismus profitieren. Gestern wurde vorgestellt, was dafür unternommen wird.

Renate Dubach

Die Feriendestination Flims Laax Faleria sieht die «Session» als «kleine Olympiade» an, an der Politikern und Gästen vor Ort die ganze bunte Vielfalt des grössten Schweizer Kantons präsentiert werden soll. Aber nicht nur ihnen: Mit einer grossen Kommunikationskampagne soll die Schweizer Bevölkerung dazu animiert werden, während der Auswärtssession des Parlamentes probeweise Bündner Luft zu schnuppern – und später wieder zu kommen. «Wir rechnen mit 12 000 bis 15 000 zusätzlichen Besuchern während der Session», sagt Gieri Spescha, Leiter PR von Graubünden Ferien. Wieviele zusätzliche Logiernächte die dreiwöchige Parlamentsverschiebung generiere, könne man aber nicht voraus sagen. «Die Session verschafft uns Aufmerksamkeit. Diese wollen wir nutzen, um sie mit touristischen Komponenten zu koppeln», erklärt Spescha.

Siehe Seite 12



■ Hier findet die Herbstsession 2006 statt. Das Park Hotel Waldhaus wird während dreier Wochen gleichzeitig als «Bundeshaus» funktionieren wie auch als Sessions-Hotel.

Foto: zvg

Hotellklassifikation

Sterneverbot für Gastrosuisse

■ hotelleriesuisse hat im Bereich der Hotelklassifizierung einen Sieg errungen: Der Einzelrichter am Zürcher Handelsgericht hat dem Verband mündlich ausgeführt, Gastrosuisse dürfe ihre Hotels nicht mit Sternen klassifizieren. Dieser Entscheid basiert auf marken- und wettbewerbsrechtlichen Erwägungen. hotelleriesuisse zeigt sich nach wie vor bereit, mit Gastrosuisse zusammen ein einheitliches Klassifikationssystem zu lancieren. CK

Siehe Seite 4

Die Welt des Kaffees in der Schweiz

■ Vom 19. bis 21. Mai findet erstmals auf dem Berner Messgelände BEA die «World of Coffee» statt. Denn der Schweiz kommt in Sachen Kaffee eine besondere Bedeutung zu.

Der weltweite Verbrauch an Rohkaffee stieg 2005 gemäss Schätzungen der International Coffee Organization ICO auf 117 Mio Sack (a 60 kg). Verglichen mit 1995 wurde somit weltweit um 22 Prozent mehr Kaffee konsumiert. Für dieses Jahr erwarten Experten, dass sich Produktion und Verbrauch die Waage halten werden und sich so das hohe

Preisniveau bei Rohkaffee fortsetzen wird. Der Schweiz kommt im internationalen Kaffeemarkt eine besondere Bedeutung zu: Rund 70 Prozent des Rohkaffeehandels läuft über Schweizer Firmen, dank Vollautomaten-Kompetenz ist die Kaffequalität im Ausser-Haus-Markt überdurchschnittlich. An der erstmals in der Schweiz stattfindenden «World of Coffee» können Gastronomen und Kaffeeliebhaber in die Welt des Kaffees eintauchen: An Konferenzen, Messe, Workshops und der Barista-Weltmeisterschaft. GSG

siehe Seiten 13 bis 17 und CF Seite 1

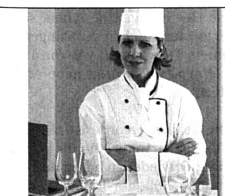
Chaîne des Rôtisseurs

Die Chaîne will bekannter werden

■ 25 000 Mitglieder in 72 Ländern zählt die Chaîne des Rôtisseurs international. Mit heute 1800 Mitgliedern ist die Schweizer «Baillage» weltweit die drittgrösste. Nur 20 Prozent der Vereinigung bilden Fachleute aus dem Gastgewerbe, 80 Prozent sind «Gourmets». Das soll so bleiben: Für die Professionellen sind die Amateur-Mitglieder gute Kunden. Die Chaîne des Rôtisseurs will nun mehr Öffentlichkeitsarbeit in eigener Sache machen. GSG

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



ALLES FÜR JEDE GASTRONOMIE.

Das Schweizer Kompetenz-Center,
das Sie brauchen.

Scana Lebensmittel AG, 8105 Regensdorf
info@scana.ch, www.scana.ch, www.scanashop.ch

Polster-Möbel-Klinik

Zähringerstrasse 32, 8001 Zürich
Telefon 079 403 39 93

«De Stör-Polsterer chunnt»

A.C.H.T.U.N.G.!

Sessel • Sofas • Bänke • Stühle • Kissen
Neu beziehen und aufpolstern
vom Spezialisten

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



ILLYCAFE AG 8800 THALWI www.illycafe.ch

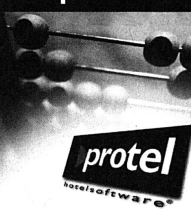


In guten Häusern zu Hause:
Micros Fidelio von
Check-In Data 044 701 96 96

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

Interlaken 7

Nimm zwei und mach eins: Das hat die Bernensis Hotel AG in Interlaken mit den beiden Hotels Europe und Carlton gemacht. Die AG des «Europe», hat das Nachbarhotel dazugekauft und die beiden verbunden.

Gehirn 9

Wie ticken die Menschen eigentlich? Und wie kann man diese Erkenntnisse im Management und Marketing konkret nutzen? Teilnehmer des letzten IBK-Inputs in Interlaken wissen mehr.

Chaîne des Rôtisseurs 10

Eine Medienkonferenz der Chaîne des Rôtisseurs im Hilton Hotel in Basel war dazu bestimmt, den Auftakt zu mehr Präsenz in der Öffentlichkeit für diesen weltweit grössten Gourmet-Club zu geben.

Parlament tagt in Flims 12

Das Parlament tagt im September in Flims. Anwohner können in einem Kurs lernen, wie man mit Politprominenz umgeht, das Gastpersonal muss Romanisch lernen.

Nachhaltigkeit beim Kaffee 13

Max Havelaar und Claro legen Wert auf fairen Handel, Rainforest Alliance setzt sich für die Umwelt ein. Die SCAE fördert eine gute Kaffeequalität. Viele Programme für mehr Nachhaltigkeit im Kaffeeanbau.

So wird man Barista-Meister 15

Kurt Bauer war Schweizer Barista-Meister 2005 und dieses Jahr in der Jury. Der 45-jährige Lehrer erzählt, was es braucht, um Barista-Meister zu werden.

htr CAHIER FRANCAIS

«World of Coffee» CF 1

Nach den Vereinigten Staaten im letzten Jahr und vor Japan im nächsten Jahr ist es die Schweiz, welche die «World of Coffee», den Weltalon des Kaffees ausrichtet: Bern, 19. bis 21. Mai.

Mövenpick CF 2

Die kürzliche Ankunft von Mövenpick auf der Insel Mauritius ist nur die Spitze des Eisbergs der Expansion auf eine Zahl von 100 Hotels, welche die Schweizer Hotelkette sich bis ins Jahr 2010 vorgenommen hat.

Genf CF 3

Die Genferinnen und Genfer entscheiden am 21. Mai über eine Revision des Tourismusgesetzes. Das Gesetz soll den Fortbestand der Finanzierung von Genève Tourisme sichern.

Hotel des Armures, Genf CF 4

Das Hotel des Armures in Genf erneuert sich, indem es in seinem alten Bau Zimmer in einem zeitgenössischen Design schafft. Das ist eine gewagte Konzeption, denn das Historische ist eigentlich Haupt-Verkaufsargument.

STANDPUNKT

Ja zu den neuen Bildungsartikeln

Guglielmo L. Brentel*

Die Bildungsverfassung, über die am 21. Mai abgestimmt wird, ist eine grosse Reform des Bildungswesens. In über achtjährigen Auseinandersetzungen haben Parlament und Kantone einen neuen Verfassungsartikel ausgearbeitet, der den Bildungsraum Schweiz harmonisieren kann und dennoch die Bildungshoheit unverändert bei den Kantonen belässt.



Die Vorlage kennt kaum Opposition: Alle grossen Parteien, die Kantone, die Landesregierung sowie die Mehrzahl der kantonalen Bildungsdirektoren sind sich in der Sache einig. Der Nationalrat nahm den neuen Bildungsrahmenartikel mit nur acht Gegenstimmen an, der Ständerat sogar einstimmig. Denn die Vorlage ermöglicht einen wichtigen Schritt hin zu einem einheitlichen, durchlässigen und qualitativ hoch stehenden Bildungsraum Schweiz.

Der neue Verfassungsartikel verlangt von den Kantonen, auf der Volks- bis zur Hochschulstufe zusammenzuarbeiten und eine Reihe von schulischen Kernbereichen anzugleichen. Nur falls die Kantone bei ihren Harmonisierungs-Bemühungen scheitern sollten, darf der Bund eingreifen.

Für hotellerieuisse ist klar, dass Know-how und Bildung für die Schweiz zentrale Ressourcen sind. Die Schweiz muss deshalb in diesen Bereichen eine führende Wettbewerbsposition einnehmen. Mit den neuen Verfassungsbestimmungen wird der Bildungsraum Schweiz insgesamt und die berufliche Weiterbildung besonders gestärkt und gefördert. Der Abbau von strukturellen Hindernissen im interkantonalen Bildungsmarkt ist zügig voranzutreiben – Tendenzen in diese Richtung entsprechen längst den internationalen Entwicklungen (Stichwort Bologna-Reform im Hochschulbereich). hotellerieuisse sagt nicht nur Ja zum neuen Bildungsrahmenartikel, sondern engagiert sich auch im überparteilichen Pro-Komitee Seite an Seite mit zahlreichen Parlamentariern, dem Eidgenössischen Departement des Innern EDI, dem Wirtschaftsverband Economiesuisse, dem Schweizerischen Arbeitgeberverband, dem Gewerkschaftsbund SGB und dem Lehrerverband LCH. Legen jetzt auch Sie ein Ja in die Urne!

* Guglielmo L. Brentel ist Präsident von hotellerieuisse.

500 Jahre Schweizergarde

Warum Wespi nach Rom wanderte

Schaffhausens Tourismusdirektor Hans Wespi ist einer jener ehemaligen Schweizergardisten, die von Bellinzona nach Rom marschiert sind. Sie gedachten so des 500-jährigen Bestehens der «kleinsten Armee der Welt». Wespi über Blasen, Italien und die Garde als Label.

Herbert Fischer

Wie gehts Ihren Füssen? Jetzt wieder gut. Ich hatte allerdings ab dem zweiten Tag Blasen, so gross wie Fünftliter.

Sie waren also nicht so super trainiert für den 720-km-Marsch von Bellinzona nach Rom zum 500-Jahr-Jubiläum der Schweizergarde? Doch. Ich hatte während der Trainingsmärsche nie Blasen. Zudem erlitt ich eine Sehnenscheidenentzündung am rechten Wadenbein, was sich jedoch – wie die Blasen übrigens ebenfalls – erfolgreich ärztlich behandeln liess. Ich konnte somit den ganzen Marsch bis zum Schluss zurücklegen und zwar ohne Schmerzmittel.

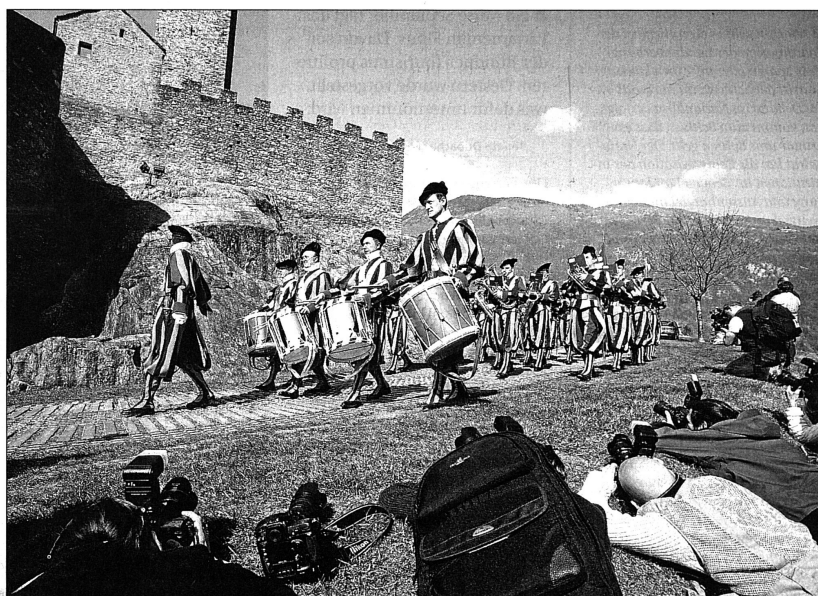
Ein Sonntagsspaziergang war das Ganze aber nicht.

Nein! Ich habe heuer den 60. gefeiert. Und eineinhalb Jahre trainiert auf dieses Ereignis hin: zwei- bis dreimal wöchentlich war ich im Fitnesstraining und zudem habe ich in meinem Alltag persönlich viele Strecken zu Fuss zurückgelegt. Ebenso habe ich Trainingsmärsche absolviert. Es war tatsächlich eine Strapaze. Die Karfreitags-Etappe zum Beispiel betrug 40 Kilometer und zwar ausschliesslich auf Asphalt. Zudem war es heiss, die Strassen glitzerten und flimmerten. Alle 27 Tage wurde marschiert.

Sie marschierten in diesen alten Uniformen mit «Pluderhose», Halskrause und Beret?

Das ist Hans Wespi

Hans Wespi (60) stammt aus Hohenrain im Luzerner Seetal. Er bildete sich zuerst zum Landwirt aus, arbeitete auf diesem Beruf und absolvierte später die Polizeischule, um Luzerner Kantonspolizist zu werden. Erst nachher wurde er eidgenössisch diplomierter Tourismusexperte. Heute wirkt er als Tourismusdirektor von Schaffhausen. In Italien entdeckte Wespi «Ferien auf dem Bauernhof». Diese Idee importierte er in die Schweiz, wo sie sich inzwischen auf dem Markt gut positioniert hat. Der Freund des Piemonts wehrte sich dagegen, Italien und die Schweiz als Ferienländer gegeneinander auszuspielen, vor allem dürfen sie nicht auf die jeweilige Gastfreundschaft reduziert werden. HRF



In Schritt und Tritt. Der Schaffhauser Tourismusdirektor Hans Wespi, bei den Tambouren Zweiter von links, marschierte zum 500-Jahr-Jubiläum der Schweizergarde mit anderen früheren Gardisten von Bellinzona nach Rom. Foto: Swiss-image

20 von uns trugen diese gelb-violetten Uniformen, darunter auch ich, der ich als einer der Tambouren die Trommel schlug; bereits als aktiver Schweizergardist war ich Tambour.

Es steckte offenbar sehr viel «feu sacré» hinter Ihrem Marsch nach Rom?

Ja, schon. Ich sagte mir einfach: Du bist in der glücklichen Lage, in der Schweizergarde gewesen zu sein, du kannst fünf Wochen von der Arbeit weg und da musst du das einfach probieren. Für mich als damals Zwanzigjähriger aus dem beschaulichen, behüteten Hohenrain im Luzerner Seetal war es ein eigentlicher Kulturschock, in diese Millionenstadt zu kommen, also ein gewaltiges Erlebnis, das ich nie vergessen werde.

«DIE BEVÖLKERUNG SPORNT UNS ALLE ENORM AN.»

Dieser Marsch war ja vermutlich ein starkes Gemeinschaftserlebnis. Das kann man sicher so sagen. Aber es war auch eine persönliche Herausforderung. Italien von der Schweiz aus zu Fuss im Schrittempo zu entdecken. Ich träumte in den Nächten zwischen den einzelnen Marschetappen davon, am Schluss, am 4. Mai, in Rom einzumarschieren. Dafür hatte ich zuvor – neben den Trainings – auch die Ernährung

umgestellt und ausprobiert, welche Kleidungsstücke sich am besten eignen würden. Das Gemeinschaftserlebnis stand sicher im Vordergrund. Wir wussten ja nicht im Voraus, wie wir aufeinander reagieren würden, erst recht nicht unter so speziellen Verhältnissen, wie einem solchen Marsch. Es hat sich bald abgezeichnet, dass uns die Bevölkerung entlang der Marschstrasse unterstützte. Das spornte uns enorm an.

Hat Ihre Zeit als Schweizergardist Sie seinerzeit beruflich inspiriert?

Für mich persönlich entdeckte hatte ich den Tourismus und seine Faszination als Schweizergardist in Rom. Diese Völkerwanderungen, die dorthin kamen, der Sinn für Geschichte und für die Sprachen und damit auch das Interesse an anderen Kulturen: all das geht bei mir in jene Zeit zurück und bewirkte, dass ich Touristiker wurde.

Legendär ist bekanntlich auch die Gastfreundschaft Italiens.

Man sollte das nicht gegen die Schweiz ausspielen. Auch die Qualität der Angebote nicht: Viele Drei-Sterne-Häuser sind bei uns in einem besseren Zustand als Vier-Sterne-Häuser in Italien. Ich finde wichtig, eine Gesamtschau zu machen. Italien ist ein anderes Land mit einer anderen Mentalität und anderen Prioritäten. Gerade historische Städte sind vielfach unglaublich gepflegt und perfekt renoviert. Die ganze Begeisterung, ihre Qualitäten anzubieten, zu verkaufen – da haben uns die

Italiener einiges voraus. Ich kenne das Piemont einigermaßen. Und dort habe ich einst auch eine Entdeckung gemacht: «Ferien auf dem Bauernhof». Das habe ich nachher in der Schweiz eingeführt; mit dem bekannten Erfolg, den diese Idee auch bei uns hat. Das zeigt mir: Es braucht Hartnäckigkeit, Überzeugung, Visionen, um eine Idee umzusetzen.

«ITALIEN PFLEGT SEINE HISTORISCHEN STÄDTE PERFEKT.»

In Italien ist eine Harmonie festzustellen zwischen Tourismus und Landwirtschaft einerseits und der Nutzung alter Kulturgüter andererseits.

Mir scheint es, dass in der Schweiz grosse Hemmungen bestehen, solche Objekte touristischen Nutzungen zuzuführen. Da könnten wir von Italien viel lernen. Das würde neue Märkte eröffnen.

Die Schweizergarde ist ein Label, eine Visitenkarte auch für die Schweiz, wir immer wieder zu hören und lesen rund ums 500-Jahr-Jubiläum dieser «kleinsten Armee der Welt». Sehen Sie das auch so?

Das sehe ich ganz eindeutig genau so. Die Schweizergarde transportiert die Botschaft, dass die Schweiz Vertrauen, Zuverlässigkeit und Treue ausstrahlt. Das sind Werte, die uns sehr nützen.

Berner Oberland

Image wird insgesamt als gut beurteilt

■ Das Berner Oberland hat ein hohes Identifikations- und Vermarktungspotenzial, das mit gezieltem Standortmarketing weiterverfolgt werden soll. Dies ergab eine am Institut für Marketing und Unternehmensführung der Uni Bern durchgeführte Studie.

Daniel Stampfli

«Das Berner Oberland wird insgesamt recht positiv betrachtet.» So fasste Professor Harley Krohmer, Leiter des Instituts für Marketing und Unternehmensführung der Uni Bern, die Ergebnisse der an seinem Institut durchgeführten Image-Studie bei der Präsentation am Dienstag in Spiez zusammen. Die bei Wirtschaft, Tourismus und Bevölkerung durchgeführte Untersuchung wurde im Rahmen des Projektes Chance BeO in Auftrag gegeben und vom Seco und vom Kanton Bern mitfinanziert. Laut Studie wird das Berner Oberland am positivsten von Touristen, die dort Ferien verbringen, bewertet. Am wenigsten positiv wird die Region von Touristen in anderen Destinationen der Schweiz und von Unternehmen gesehen.

Touristen im Berner Oberland betrachten es als sehr sympathisch, glaubwürdig, kompetent, bodenständig und familienorientiert. Mit dem Berner Oberland werden hingegen etwas weniger die Eigenschaften fortschrittlich,

weltgewandt und kultiviert assoziiert. Von den Touristen im Berner Oberland beurteilen ausländische Gäste das Image des Berner Oberlandes allgemein positiver als Gäste aus der Schweiz. Insbesondere nehmen laut Studie ausländische Gäste die Unversehrtheit der Tier- und Pflanzenwelt, die Unberührtheit der Natur, die Freundlichkeit der Einwohner und Angestellten im Gastgewerbe und deren Sprachkenntnisse viel positiver wahr als die Gäste aus der Schweiz. Im Unterschied zu den ausländischen Gästen schätzen die Gäste aus der Schweiz hingegen das Sport- und Freizeitangebot etwas positiver ein.

Stärken ausbauen und Imagedefizite verringern

Befragte Touristen in anderen Feriendestinationen nehmen das Berner Oberland als weniger glaubwürdig, kompetent und bodenständig wahr. Für diese Zielgruppe ist es vor allem rau und robust, fortschrittlich, weltgewandt und kultiviert und aufrichtig. 72 Prozent der Befragten könnten sich vorstellen, in naher Zukunft das Berner Oberland als Feriendestination zu wählen. Besuchen würden sie dabei am liebsten das Jungfrauoch und Interlaken.

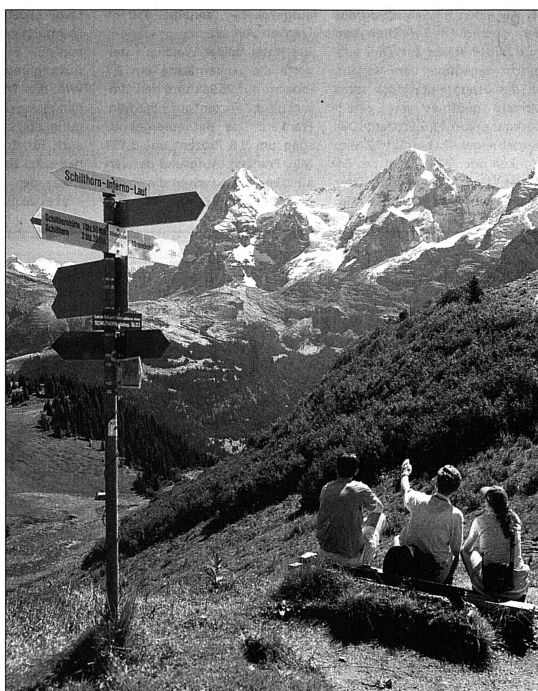
Und welche Massnahmen sind aus der Studie abzuleiten? Die Stärken wie Lebensqualität, intakte Natur, Glaubwürdigkeit, Verlässlichkeit und «Echtheit» müssen laut Harley Krohmer ausgebaut werden. Verbessert werden müssten hingegen die Imagefaktoren

wie Weltoffenheit, Fortschrittlichkeit und Innovativität.

Einbindung verschiedener Akteure

Melchior Buchs, Präsident der Arbeitsgruppe Chance BeO, zu den Studienergebnissen: «Ob man nun für oder gegen eine Marke «Berner Oberland» ist, das Berner Oberland wird als Marke wahrgenommen.» Es gelte den positiven Wert «Berner Oberland» kommunikativ zu nutzen. «Wir wollen aber keinen neuen Berner Oberland Tourismus (BOT) aufbauen», so Buchs. Es gehe vielmehr darum, den Begriff Berner Oberland als Kommunikationsplattform für Massnahmen im Tourismus-, Wirtschafts- und Wohnmarketing zu nutzen. Das Marketing Berner Oberland soll konkret in den Bereichen Kommunikation, Angebotspolitik und Wirtschaftsförderung ansetzen.

Zur Diskussion stünden der Betrieb eines gemeinsamen Internet-Portals, der Aufbau einer Medienstelle, ein Wirtschaftsinformationszentrum für bestehende und neue Unternehmen und die Förderung von Unternehmensgründungen sowie von Kompetenzzentren. Nach den Vorstellungen von Harley Krohmer sollten die Berner Oberländer Tourismusdestinationen einerseits weiterhin ihre Unabhängigkeit und Flexibilität behalten, aber gleichzeitig die Vorteile der Marke Berner Oberland nutzen können. Dies müsste jedoch auf Freiwilligkeit beruhen.



■ Qualität der Wanderwege: Diese wird von ausländischen Gästen und Gästen aus der Schweiz gleichermaßen geschätzt. Foto: Swiss-Image

Anzeige

Glanzeleistungen für die Gastronomie



Zufriedene Gäste, die gute Küche, einen perfekten Service und schön gedeckte Tische schätzen. Kontinuierliches Streben nach Qualität und Innovation bringt den Erfolg – in der Küche wie in der Spülküche. Dafür stehen seit Jahrzehnten die Miele Geschirrspüler: erstklassige Reinigungsergebnisse bei hoher Kapazität und überzeugender Wirtschaftlichkeit. Typisch Miele.

Miele Professional
Limmatstrasse 4
8957 Spreitenbach
Tel. 056 417 27 51
Fax 056 417 24 69
www.mieleprofessional.ch

Miele
PROFESSIONAL

«Klassisches Zwischenjahr»

■ **Dolder Hotel AG.** Für das Geschäftsjahr 2005 – laut Geschäftsleitung ein «klassisches Zwischenjahr» – weist die Dolder Hotel AG einen Betriebsertrag aus den operativen Bereichen von 11,6 Mio. Franken aus. Dies entspricht gegenüber dem Vorjahr, als das Grand Hotel noch sechs Monate geöffnet war, einem Rückgang von 41,5 Prozent. Das Betriebsergebnis beträgt 3,7 Mio. Franken oder 32 Prozent des Ertrags. Der Rückgang gegenüber dem Vorjahr – bei mehr als 8 Mio.

Franken geringerem Betriebsertrag – beträgt 0,89 Mio. Franken oder 19,5 Prozent. Der Jahresverlust wird mit 1,155 Mio. Franken ausgewiesen (Vorjahr: 650 188 Franken Verlust). Das Hotel Dolder Waldhaus steigerte die Logiernächte um 9,7 Prozent auf 25 969 und den Umsatz um 3,2 Prozent auf 9,066 Mio. Franken. Das Betriebsergebnis stieg um 9,6 Prozent auf 3,157 Mio. Franken. Aufgrund der verkürzten Saison weisen die Sportbetriebe tiefere Zahlen auf. DST

MWSt.-Bericht präsentiert

■ **Gesetzesrevision.** Die Mehrwertsteuer muss und kann radikal vereinfacht werden. Zu diesem Schluss kommt der Bericht des Steuerexperten Peter Spori zur Mehrwertsteuer, der von Finanzminister Hans-Rudolf Merz in Auftrag gegeben wurde. Wie die Totalrevision ausfalle, hänge von der politischen Würdigung ab, sagte Spori. Dies gilt auch für den angestrebten Einheitssatz. Laut Spori käme dieser trotz der Weiterführung der «Taxe occulte» nicht unter 6 Pro-

zent zu liegen. Obschon der Einheitssatz eine Vereinfachung brächte, sieht Spori im Nebeneinander mehrerer Sätze «keinen systematischen Sündenfall». Seiner Ansicht nach sollte es aber neben dem Nullsatz für Exporte höchstens noch zwei Sätze geben. Der Bericht Sporis dient der Steuerverwaltung und Finanzminister Merz zur Ausarbeitung einer Vernehmlassungsvorlage. Die Konsultation zur Totalrevision des MWSt.-Gesetzes soll noch in diesem Winter folgen. TL/lda

Verhandlungen ausgesetzt

■ **L-GAV.** Die Arbeitgeberverbände des Gastgewerbes – Gastrosuisse, hotellerieuisse und Swiss Catering Association – haben die L-GAV-Verhandlungsrunde von letztem Donnerstag ausgesetzt. Sie reagierten auf eine Aktion der Gewerkschaft Unia vom Dienstag in den Grand Hotels Bad Ragaz. An Gäste, Mitarbeitende und Passanten waren Flugblätter abgegeben worden, welche laut Arbeitgeberverbänden Unwahrheiten und Verunglimpfungen enthielten. Demonstriert wurde für den vol-

len 13. Monatslohn. Aus Sicht der Arbeitgeberverbände verletzt diese Aktion die vereinbarten Regeln für die L-GAV-Verhandlungen. Der vom Bundesrat allgemeinverbindlich erklärte L-GAV ist in Kraft, und in der Branche seien keine einzelbetrieblichen Verhandlungen zu führen. Der Grossbetrieb Grand Hotels Bad Ragaz halte sich an die L-GAV-Bestimmungen. Einzelne Betriebe, die den L-GAV einhalten, an den Pranger zu stellen und gleichzeitig Gäste zu behelligen, sei inakzeptabel. DST

hotellerieuisse

Keine Sterne für Gastrosuisse

■ **Gastrosuisse darf in ihrer Hotelklassifikation keine Sterne verwenden.** So der Entscheid des Einzelrichters am Zürcher Handelsgericht. hotellerieuisse ist im Sinne einer einheitlichen Hotelklassifikation nach wie vor für eine Zusammenarbeit mit Gastrosuisse bereit.

Christine Künzler

hotellerieuisse sieht sich im Bestreben nach einer transparenten und gästeorientierten Hotelklassifikation bestärkt: Am letzten Donnerstag erhielt der Verband die mündlich in Aussicht gestellte Entscheidung des Einzelrichters am Zürcher Handelsgericht, wonach Gastrosuisse zur Klassifizierung ihrer Mitglieder vorerst keine Sterne verwenden darf. Dies aus marken- sowie wettbewerbsrechtlichen Erwägungen. Der schriftliche Entscheid wird in wenigen Wochen eintreffen.

Gastrosuisse wollte ihre Hotelklassifikation diesen Sommer lancieren (vgl. htr 16 vom 20.4.06). Ihr Klassifikations-sigmet enthält, wie jenes von hotellerieuisse, Sterne. Wie der Verband nun gegenüber Medien sagt, will die Verbandsspitze diesen richterlichen Entscheid erst mal analysieren, bevor sie weitere Schritte bekannt gibt. Noch an der Pressekonferenz im April, an der Gastrosuisse das neue Klassifikationssystem vorstellte, sagte die Juristin des Verbandes, sie habe die Verwendung von Sternen als Bewertungssymbol im Voraus rechtlich abgeklärt. Gastrosuisse wollte Hotels mit einem bis drei Sternen auszeichnen.

hotellerieuisse für Zusammenarbeit nach wie vor bereit

«Ich habe mit diesem Entscheid des Handelsgerichts gerechnet, alles andere hätte mich überrascht», hält hotellerieuisse-Präsident Guglielmo L. Brenzel fest. «Dieser Entscheid ist im Interesse des Marktes, der Transparenz und der Branche.» hotellerieuisse sei nach wie vor für eine Zusammenarbeit mit Gastrosuisse bereit, betont Brenzel. Gastrosuisse hat das entsprechende Angebot vor der öffentlichen Präsentation ihrer eigenen Hotelklassifikation erhalten. «Gastrosuisse hat unser Angebot bis jetzt abgelehnt, jetzt muss der Verband entscheiden, ob er es doch annehmen will», hält Brenzel fest. hotellerieuisse hat sich von Anfang an für ein einheitliches Klassifikationssystem eingesetzt, um dessen Transparenz zu schützen und eine Verwirrung zu vermeiden.

Ende Mai findet die Gastrosuisse-Delegiertenversammlung statt. Die Bündner Delegation will sich dafür einsetzen, dass Gastrosuisse auf ein eigenes Hotelklassifikationssystem verzichtet und sich jenem von hotellerieuisse anschliesst. Ob die Bündner Unterstützung von weiteren Sektionen finden wird, bleibt offen.

Koordination der Landeswerbung

Präsenz Schweiz wehrt sich

■ **Der Nationalrat hat den Weg für eine koordinierte Landeswerbung vorgeschlagen: Er will je eine Gesellschaft für die Landeswerbung und für den Aussenhandelsbereich gründen.** Präsenz Schweiz spricht von einem Rückschritt und bringt einen neuen Vorschlag ein.

Theres Lagler

Wie soll die koordinierte Landeswerbung der Schweiz künftig aussehen? Diese Frage haben die Nationalräte letzte Woche während ihrer Sondersession in Bern beantwortet. Sie stellten sich mit 105 zu 60 Stimmen hinter den Vorschlag ihrer Wirtschaftskommission (WAK). Diese verlangt, dass der Bundesrat in einer ersten Phase zwei Gesellschaften gründet: Eine soll die Organisationen der Landeswerbung (Schweiz Tourismus, Präsenz Schweiz, Standort Schweiz) umfassen, die andere die Organisationen des Aussenhandels (Osec, Sofi, Sippo). Von dieser Massnahme verspricht sich die WAK – und somit auch der Nationalrat – eine Kosteneinsparung in der Verwaltung von 20 Prozent. Erst in einer zweiten Phase soll abgeklärt werden, ob weitere Aktivitäten in der Landeswerbung integriert werden können.

Kritik an Sparvorgabe und fehlendem Blick fürs Ganze

Nationalrat Peter Vollmer (SP, Bern) stellte sich in der Debatte gegen das postulierte Sparziel von 20 Prozent. Damit werde die Forderung nach einer besseren Organisation gleich wieder zunichte gemacht. Auch Bundesrat Joseph Deiss stufte eine Kosteneinsparung in dieser Grössenordnung als unrealistisch ein. Dennoch fiel Voll-



■ **Ruth Grossenbacher**, Präsidentin von Präsenz Schweiz, bringt – quasi im letzten Moment – ein neues Modell für die Landeswerbung ins Spiel. Foto: zwg

mers Minderheitsantrag zur Streichung der Sparvorgabe im Rat durch.

Noch grundsätzlicher fiel im Anschluss die Kritik von Präsenz Schweiz

aus. «Diese Lösung ist ein Rückfall in die Zeiten der Koordinations-Kommission, die im Jahr 2000 von Präsenz Schweiz abgelöst wurde», betonte Ruth

Grossenbacher, Präsidentin von Präsenz Schweiz, gegenüber der htr. Sie bemängelte insbesondere, dass die Lösung des Nationalrats wichtige Bereiche für die Landeswerbung, wie Pro Helvetia, Swiss Info, aber auch die Bildung und Forschung ausklammere. So taucht beispielsweise das «Share Boston – Swiss House for Advanced Research and Education», das von den Departementen des Innern und des Äusseren getragen wird, in keinen strategischen Überlegungen zur koordinierten Landeswerbung auf. Dies obwohl das «Share», das Konsulat und Forschungsplattform in einem ist, auf der Homepage swissboston.org folgende Ziele formuliert: Schaufenster der Schweiz sein, ein neues Image kreieren, langfristige Kooperationen eingehen.

Präsenz Schweiz favorisiert ein Drei-Säulen-Modell

Ruth Grossenbacher schlägt deshalb ein neues Reform-Modell vor. Die drei Bereiche Aussenwirtschaft (Export, Import, Standortförderung), Produktmarketing (Schweiz Tourismus, landwirtschaftliche Vermarktungsorganisationen) und PR/Kommunikation (Präsenz Schweiz, Swiss Info, Pro Helvetia, Auslandsprogramme des Staatssekretariats für Bildung und Forschung) sollen dabei durch einen übergeordneten und weisungsberechtigten Rat für Landeskommunikation gesteuert werden. Dieser Rat soll dem Parlament eine einzige Kreditbotschaft für den ganzen Bereich unterbreiten. Nur so könne gewährleistet werden, dass die Schweiz im Ausland auch künftig in all ihren Facetten wahrgenommen werde. Der Vorschlag von Präsenz Schweiz kommt spät. Der Ständerat berät die koordinierte Landeswerbung bereits in der Juni-Session. Dennoch hofft Ruth Grossenbacher, dass sie das Steuer noch herumreissen kann.

hotellerieuisse

DV im Zeichen der Strategie-Entwicklung

■ **Am Dienstag, dem 30. Mai findet im Swiss Holiday Park in Morschach die Delegiertenversammlung von hotellerieuisse statt.**

Karl Josef Verding

Im Zentrum der Veranstaltung stehen die in einem Strategieprozess erarbeiteten Ziele und die daraus sich ergebenden Folgearbeiten. Dieser Prozess wurde von der Verbandsleitung im August 2005 initiiert. Die Delegierten werden von der Verbandsleitung dazu eingeladen, an der DV vom 30. Mai in Morschach der Stossrichtung der Strategie-

entwicklung «hotellerieuisse 2012» zuzustimmen.

Ausserdem wird das Modell für ein neues Mitgliederbeitragssystem vorgestellt. Dieses gilt es lediglich im Grundsatz zu genehmigen. Gestützt darauf, wird die Verbandsleitung dann die Folgearbeiten in die Wege leiten: Dazu gehören die Statutenanpassung sowie die definitive Ausgestaltung des neuen Systems. An der Delegiertenversammlung vom 29. November 2006 wird dann den Delegierten das Ganze als Paket zur abschliessenden Diskussion und Genehmigung präsentiert. Einer der Gründe für die angestrebte Revision des Mitgliederbeitragssystems ist dessen fehlende Flexibilität und Modula-

rität, wie sie gemäss der Strategie 2012 notwendig sein wird.

DV verbindet Geschäft und Erholung in der Innerschweiz

Der Hotelierverein des Kantons Schwyz wird die See- und Bergland der Innerschweiz in das Rahmenprogramm der DV von hotellerieuisse einbeziehen. Er lädt die Delegierten ein, «mit uns das Geschäftliche mit dem Erholenden zu verbinden». Am Vorabend der DV findet um 19 Uhr im Paradieshotel Rotschuo in Gersau das «Get-together» der Delegierten mit Schwyzer-Spezialitäten und musikalischer Unterhaltung statt.

Nach der DV vom Dienstagvormittag dem 30. Mai im Swiss Holiday Park wird am Mittag ein «abwechslungsreiches Buffet mit Tessiner Spezialitäten» offeriert. Apéro und Gala-Dinner am Dienstagabend finden auf der Terrasse und im Mythen-Saal des Seehotels Waldstätterhof in Brunnen statt. Tanz und Unterhaltung gibt es ab 21.30 Uhr im Fronalp-Saal. Am Dienstag findet auch ein Programm für Begleitpersonen statt, mit einer Vierwaldstättersee-Rundfahrt bis Flüelen und dann via Brunnen dem Bustransfer zum Mittagessen mit den Delegierten in Morschach. Für den Mittwoch ist ein gemeinsamer Ausflug auf den Stoos-Fronalpstock vorgesehen.

Rhazünser Plus mit 4% Fruchtsaft.

Unverwechselbar erfrischend und spritzig

Viel Genuss bei wenig Kalorien

6 wichtige Vitamine

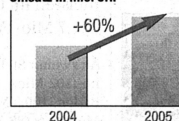
Keine Farb-, Konservierungs- und Süsstoffe

NEU
in der 35 cl
Glas-Flasche

Das Plus für Ihren Umsatz und Ihre Gäste!

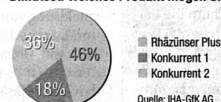
- **Grosses Umsatzpotential:**
Aromatisierte Mineralwässer boomen!
- **Attraktive Margen**
- **Kein Risiko:**
 - Hohe Bekanntheit aus Werbung und Handel
 - Mehrheitsfähige Geschmacksrichtungen
Zitrone und Pfirsich
 - Beliebter als die Konkurrenz
 - Idealer Durstlöcher in jeder Situation

Umsatz in Mio. CHF



Quelle: AC Nielsen

Blindtest: Welches Produkt mögen Sie am besten?



Quelle: IHA-GRK AG

Feldschlösschen Getränke AG,

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

Kuoni feiert seinen hundertsten Geburtstag

■ In 27 Ländern aktiv. Der Reisekonzern Kuoni feiert seinen hundertsten Geburtstag mit verschiedenen Anlässen und einem Buch über seine Unternehmensgeschichte. Der heute in 27 Ländern aktive Konzern hatte 1906 in Zürich als kleine Reiseagentur begonnen. Im Buch «Weltwärts – Kuoni: Die Zukunft des Reisens. Seit 1906» wird die Geschichte breit aufgearbeitet. Seine Kunden lädt das Unternehmen bis 20. Mai in Zürich zu Fahrten auf einem Raddampfer ein.

Die Reise führt in ein Zelt auf dem Zürichsee, wo die Passagiere ferne Galaxien und exotische Welten zu sehen bekommen. Gegründet worden war das Unternehmen von dem aus einer bündnerischen Fuhrhalter-Familie stammenden Alfred Kuoni. Die ersten Reisen gingen in den Dolderpark und auf den Üetliberg. Bald kamen auch internationale Destinationen dazu: So eine Ägyptenreise, die mit 2750 Franken etwa zwei Jahreslöhne eines Arbeiters kostete.

Die ersten Jahre waren für die Firma schwierig. Expandieren konnte sie erst nach dem Ersten Weltkrieg: 1923 mit einer ersten Filiale in St. Moritz und 1925 mit einem ersten Auslandsbüro in Nizza. Nach dem Zweiten Weltkrieg wurde Kuoni mit Niederlassungen und Firmenübernahmen in zahlreichen Ländern zum internationalen Konzern. Heute erwirtschaftet das Unternehmen mit gegen 7000 Mitarbeitenden einen Umsatz von über 3,6 Mrd. Franken. *KJV/Isda*

TV-Doku-Soap: Hotel gesucht

■ Deutschland. Ein seit Jahrzehnten im Familienbesitz befindliches und nun vor der Übergabe an die nächste Generation stehendes Land- oder Stadthotel soll im Mittelpunkt einer neuen Fernsehproduktion stehen. Beabsichtigt sind zehn bis zwölf wöchentliche Sendungen à 25 Minuten. Der Hotelverband Deutschland (IHA) unterstützt die ausführende gut.tut.gut.productions GmbH aus Kloster Schäftlarn «nach Kräften beim Casting» für diese Doku-Soap und lädt alle

in Frage kommenden Hotels, Gasthöfe oder Pensionen zu einer unverbindlichen Bewerbung ein. Gesucht werde ein Familienbetrieb in Deutschland, der über den gesamten Zeitraum des Generationenwechsels von der Re-Positionierung bis zur räumlichen Neugestaltung begleitet werden will. Für alle Problembereiche stünden «ausgewiesene und namhafte Experten der Familie zur Seite». Das Hotel werde also nicht nur von der medialen Aufmerksamkeit profitieren. *KJV*

ZITAT DER WOCHE

«Negative Führung ist aus Sicht der Volksgesundheit schlimmer als Alkohol und Tabak.»

Hans-Georg Häusel, Unternehmensberater und Psychologe, am IBK-Input auf Seite 9

BUSINESS-PEOPLE



■ Bernhard Rhyn übernimmt per Mitte Juli 2006 die Leitung des Product Marketing Business von Bern Tourismus. Er löst Gabi Känzig ab, die nach sieben Jahren Mitarbeit bei Bern Tourismus eine neue Herausforderung bei der BLS Lötschbergbahn annimmt. Bernhard Rhyn ist seit 2001 bei Schweiz Tourismus tätig, zuerst als Projektleiter Berge®, anschliessend als Produkt-Manager Winter. Sein touristisches Know-how erlangte er zuvor bei Air-tour Suisse, Railtour Suisse und den SBB. *KJV*



■ Das Team des Düsseldorf «Inter-Continental» wurde verstärkt: Der 39-jährige Eric Klucke (Bild) besetzt seit dem 15. Mai die neu geschaffene Stelle des stellvertretenden Hoteldirektors. Damit tritt der gebürtige Berliner an die Seite von General Manager Robert Herr, der sich über die Verstärkung für das 286-Zimmer-Haus freut: «Eric Klucke ist mit Stationen unter anderem im Savoy London oder im Schweizerhof Berlin ein erfahrener Kollege und wird unser Haus hier auf der Königsallee weiter voranbringen.» Zuletzt war Eric Klucke als Rooms Division Manager im Münchner Holiday Inn (582 Zimmer) u.a. für Front Office, Housekeeping und Engineering verantwortlich. *KJV*

■ Remo Neuhaus von der Lorenzini AG Bern hat in der Sparte Dienstleistung den diesjährigen Swiss Economic Award gewonnen. Ausgezeichnet wurden damit die innovativen Leistungen von Neuhaus und seinem Gastro-Team. Der Preis ist mit 25 000 Franken dotiert. Remo Neuhaus konnte den Preis im Rahmen des Swiss Economic Forums in Thun entgegennehmen. Er hat mit seinem «Lorenzini» eine Magnetwirkung auf die Berner entwickelt. Letztes Jahr holte er dafür bereits den Best of Swiss Gastro Award. Eigentlich sind es zwei separate Restaurants, die direkt aneinander grenzen. Doch seit die beiden Lokale gemeinsam geführt wurden, schrieben sie Verluste. Erst dank dem Neustart von Remo Neuhaus im Jahr 2001 wurde der Turnaround geschafft. Aus dem «Du Théâtre», dem ehemaligen Gourmet-Tempel der Berner Burgergemeinde, machte er eine Bar, eine Lounge und ein Event-Lokal. Er organisiert regelmässig Partys für das unterschiedlichste Publikum. *KJV*



■ Erfolgreiche Diplomanden. 21 Küchenchefs/Produktionsleiter, ein Restaurationsleiter und zwei Hauswirtschaftsleiterinnen nahmen am Montag in Zürich ihre eidgenössischen Diplome entgegen.

Foto: zvg

Höhere Fachprüfungen Gastgewerbe

24 schlossen erfolgreich mit Diplom ab

■ Am Montag konnten 21 Küchenchefs/Produktionsleiter, ein Restaurationsleiter und zwei Hauswirtschaftsleiterinnen die begehrten eidgenössischen Diplome entgegen. Die Diplomfeier der Höheren Fachprüfungen im Gastgewerbe fand im Park Hotel Hyatt Zürich statt. Die Diplomandinnen und Diplomanden hätten sich in berufsbegleitenden Kursen ab Juni 2004 auf die anspruchsvolle Prüfung vorbereitet, so Peter Meier, Leiter Höhere Berufsbildung bei Hotel & Gastro Formation. Es waren die 5. Höheren Fachprüfungen mit Schwerpunkt in verschiedenen organisatorischen und be-

triebswirtschaftlichen Fächern. Der nächste Zyklus startet im Juni 2006. Zahlreiche Fachleute hätten sich bereits angemeldet.

Auch wenn die Fachbereiche Hauswirtschaft und Restauration weniger stark vertreten seien als die Küchenproduktion, stünden ihr deren Prüfungsanspruch und der Nutzen für die Branche in nichts nach. Sie würden wie die Küchenchefs anspruchsvolle Positionen in der Gastro-Branche und der Gemeinschaftsgastronomie bekleiden. «Alle Diplomierten leisten einen wichtigen Beitrag zur Qualitätssteigerung in den Betrieben», so Peter Meier. Des-

halb würden die Berufsverbände im Interesse der Branche die Höheren Fachprüfungen unterstützen. *DST*

Die frisch Diplomierten: Eidg. dipl. Küchenchef/Produktionsleiter/-in: Bräsel Heinz, Pfäffikon SZ; Bühler Andreas, Bäch SZ; Capaul Ivan, Luzern; Gisler Cornelia, Attinghausen; Gsell Max, St. Gallen; Gut Stefan, Zofingen; Iseli Christian, Dotzigen; Karle Markus, Rapperswil SG; Krug Norbert, Sursee; Marti Roger, Goldswil b. Interlaken; Merlo Marcel, Sünikon; Meyer Roger, Waltenschwil; Mugglin Marco, Münchwil AG; Mutzner Philipp, Grabs; Schiffmann Hansruedi, Thun; Schmid Bernadette, Malters; Sekinger Mario, Gütenswil; Walker Beat, Zug; Warth Gabriela, Sempach Stadt; Wildhaber Christoph, Oberriet SG; Zenklusen Patrick, Bonaduz. – Eidg. dipl. Hauswirtschaftsleiter/-in: Baumann Irène, Flawil; Weber Michaela, Zürich. – Eidg. dipl. Restaurationsleiter: Ruotolo Antonio, Zürich.

100 beste Restaurants

Bernard Ravet ist zum 4. Mal der Beste

■ Sie ist bei Lesern beliebt und für die Restaurants nicht unwichtig, die am letzten Sonntag publizierte Liste der 100 besten Restaurants in der Schweiz.

Die Liste des Gastronomikritikers Beat Wüthrich ist nicht repräsentativ, allerdings erschien sie bereits zum 22. Mal, diesmal als Sonderheft des «Sonntags-Blick». Bernard Ravet, der mit seiner «Ermitage» in Vuillens-le-Château zum 4. Mal in Serie auf dem ersten Platz landete, platzierte sofort ein Spezialangebot (Menu surprise und Übernachtung) auf seiner Website, um «den Erfolg zu feiern». Die weiteren Plätze: 2. «Petermann's Kunststube», Küsnacht (Im Vorjahr Platz 2); 3. Philippe Rochat, Crissier (4); 4. «Le Pont», Brent (5); 5. «Domaine de Châteaueux», Satigny (3); 6. «Chesa Pirani», La Punt (8); 7. «Jöhrli's Talvo», St. Moritz-Champfèr (6); 8. «Wälschhof», Klosters (7); 9. Georges Wenger, Le Noirmont (9); 10. «La Bel-

leza», Ftan (neu); 11. «Fischerzunft», Schaffhausen (10); 12. «Motto del Gallo», Taverna (11); 13. «Terminus», Siders (neu); 14. «Löwen», Thörigen (13). 15. «Rosalp», Verbier (15). *RD*



■ Der Koch des besten Restaurants. Auf der neuen Besten-Liste steht Bernard Ravet zuoberst. Foto: zvg

Bruttospielerträge

874 Mio. Franken blieben in Casinos

■ In den 19 Schweizer Casinos sind im letzten Jahr 874 Mio. Franken verspielt worden. Am meisten im Casino Mendrisio: 121,7 Mio. Franken.

An zweiter Stelle liegt das Casino Lugano (102 Mio.), dann folgen das Casino Baden (100,3 Mio.), Basel (90 Mio.) und Montreux (86,5 Mio.). Das Schlusslicht Davos brachte es auf einen Bruttospielertrag von 3,2 Mio. Dass Mendrisio und Lugano Baden überholt haben, ist auf zwei Gründe zurückzuführen: Einerseits ist es die Nähe zu Italien, andererseits die Lockerung der Vorgaben für B-Casinos. Seit dem Jahr 2002 hat sich der Bruttospielertrag der Casinos in der Schweiz fast vervierfacht. Baden, das ertragsstärkste Casino in der deutschsprachigen Schweiz, hat sich auf hohem Niveau etabliert. Seit 2003 liegt der Ertrag über 100 Mio. *KJV/Isda*

GLOSSE

Onkel Erwin

Hanspeter Gsell*

■ 1965 veröffentlichte Ephraïm Kishon die herzerfrischende Satire «Garçon, une entrecôte!». Er beschreibt darin seinen vergeblichen Versuch, in einem Pariser Restaurant die Aufmerksamkeit eines Kellners zu erlangen.



Vierzig Jahre später: ich sitze in einem Restaurant, habe zwar keine Lust auf ein Entrecôte aber auf ein Glas Wein. Nachdem einige Zeit ins Land beziehungsweise durchs Restaurant gezogen war und sich sämtliche Servicemitarbeiter erfolgreich meinem Augenkontakt entzogen hatten, änderte ich meinen Gesichtsausdruck von höflich auf leicht verärgert. Um meinem Anliegen eine gewisse Ernsthaftigkeit zu verleihen, setzte ich meine Brille auf und versuchte mich winkend und mit den Fingern schnipsend bemerkbar zu machen. Erfolglos!

Ich änderte umgehend meine Strategie und stellte eine hinterlistige Falle. Doch die Kellner erkannten die Situation sofort und sprangen elegant über mein gestelltes Bein. Worauf ich kurzerhand einen Herzinfarkt simuliere, mir an die Brust griff und mich vom Stuhl gleiten liess.

Gottseidank gibt es heute andere Methoden, um nicht das gleiche Schicksal zu erleiden. So fand ich letzthin auf meinem Tisch einen kleinen Fahnenmast. Hissste ich die Flagge, wurde ich bedient. Liess ich sie unten, kümmerte man sich nicht um mich. Ich mag auch die Chip-Variante: grüne Seite oben: Gast am Verdursten. Rote Seite oben: Gast ist bereits verdurstet. Funktioniert auch mit Blumenvasen: Blumen in der Vase: Gast will nicht gestört werden. Blumen auf den Tisch legen: Störung erwünscht. Die Tische im «King» in Brownsville sind mit interaktivem Touchscreen und Kreditkartenschlitz ausgestattet. Im «MaBells» in Tulsa bestellt man mittels Tischtelefon. Und im «Lollipop» in Riverdale erhält man vom Kellner die Natelnummer: Bestellung bitte per SMS.

Und dann gibts noch die Methode meines Onkels Erwin. Er legt als Erstes immer einen Hunderter auf den Tisch. Wird er das erste Mal ignoriert, wechselt er den Hunderter gegen einen Fünfundziger, das nächste Mal gegen einen Zwanziger. Und so weiter. Funktioniert garantiert!

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



HOTELLERIE

9

«Think Limbic» | Wie die Menschen ticken, und was das für den Chef bedeutet: Das zeigt der Psychologe Hans-Georg Häusel auf.



GASTRONOMIE

10

Chaine des Rôtisseurs | André Karlen, Hotel Hilton, brieft für die Pressekonferenz in Basel das «grosse pièce à la Chaine».



TOURISMUS

12

Wallis | Von der Verkürzung der Reisezeit ins Wallis erwarten die Touristiker mehr Gäste aus dem Grossraum Zürich.



Schweizer Wandernacht

Die Angebote zum Nachtwandern

■ In der Vorvollmondnacht vom 10. auf den 11. Juni wird schweizweit gewandert. Jetzt können Veranstalter ihre Angebote dazu günstig platzieren.

Renate Dubach

Der Verband Schweizer Wanderwege (SAW) möchte Einheimische und Touristen mit den Schönheiten des Wanderns im Mondschein vertraut machen und hat für die Nacht vom Samstag, dem 10. auf Sonntag, den 11. Juni erstmals eine schweizweite Wandernacht initiiert (siehe htr vom 16. Februar 2006). Dazu bietet der SAW auch eine Organisations- und Kommunikations-Plattform im Internet an. Wanderfreunde und Anbieter von Anlässen können sich auf www.wandernacht.ch informieren.

Marionna Schnidrig, beim Verband hotelleriessuisse zuständig für «hotel specials», war spontan begeistert von der Idee des Wanderns im Mondlicht. Sie hat initiiert, dass die Mitglieder von hotelleriessuisse, die ein Angebot zur Wandernacht lancieren möchten, gleich doppelt profitieren. Für 79 Franken wird das Angebot auf der Plattform von hotelleriessuisse (www.swiss-hotels.com; Rubrik Spezialangebote) und auf der Site der Schweizer Wanderwege (www.wandernacht.ch) platziert. «Der Zeitpunkt der Durchführung im Juni ist ideal zur Eröffnung des touristischen Sommers in der Schweiz. Wir planen, die nationale Wandernacht in Zukunft jedes Jahr durchzuführen», ergänzt Peter Gschwend, Leiter Marketing/Kommunikation der Schweizer Wanderwege.

Angebotsbeispiele sind geführte Nachtwanderungen, ein spezielles Vollmond-Menü im Restaurant, eine Seilbahn, welche die ganze Nacht in Betrieb bleibt oder ein günstiger «Late Check-out» im Hotel. Aber auch Bäder, Museen, Sternwarten, die in der Nähe von Wanderwegen für nächtliche Besucherinnen und Besucher offen bleiben, können ihr Angebot aufnehmen lassen.

Eine weitere Möglichkeit, auf der Internet-Site erwähnt zu werden, wäre, einen Preis zur Verfügung zu stellen: Die Wandernacht-Teilnehmer können an einem Wettbewerb mitmachen, mittels Postkarten, die in Hotels, Restaurants und weiteren Stellen aufliegen. Der Verband Schweizer Wanderwege nimmt Zusagen von Preisen entgegen und publiziert die Spendenden auf der Wandernacht-Website.

Weitere Informationen: www.wandernacht.ch; hotelspecials@hotelleriessuisse.ch



■ Stephan J. Maeder ist nun Direktor des «Carlton-Europe». Der neue Glasgow im Hintergrund verbindet die beiden Interlakner Hotels Europe und Carlton und führt sie zu einem Betrieb mit 75 Zimmern zusammen.

Foto: Christine Künzler

Interlaken: Hotel Carlton-Europe

Zwei Hotels zusammengeführt

■ Nimm zwei und mach eins: Das hat die Bernensis Hotel AG in Interlaken mit den beiden Hotels Europe und Carlton gemacht. Die AG, Besitzerin des «Europe», hat das Nachbarhotel dazugekauft, die beiden miteinander verbunden und so 75 Zimmer erhalten.

Christine Künzler

Die beiden Interlakner 3-Sterne-Hotels liegen nur ein paar Meter auseinander und stehen unter Heimatschutz. Der neue Verbindungsgang aus Glas macht das Paar von aussen perfekt. Aber auch die «inneren» Werte lassen sich sehen: Synergien, die für den zusammengewachsenen Betrieb betriebswirtschaftlich interessant sind, wie zum Beispiel nur noch eine Réception, ein Direktor und ein gemeinsamer Wareneinkauf.

Mit 40 Zimmern war das Hotel Europe allein kaum lebensfähig, bilanziert Stephan J. Maeder, Hoteldirektor und Aktionär der Bernensis Hotel AG. «Einen Neubau zu erstellen, ist in der Schweiz zu teuer, also lag der Erwerb

des «Carlton» nahe» (vgl. nebenstehendes Interview). Mit dem «Carlton», das am Wochenende wiedereröffnet worden ist, sind 35 Zimmer dazugekommen. Noch sind nicht alle umgebaut. «Wir haben einige Zimmer zusammengelegt und Nasszellen geschaffen, um dem heutigen Bedürfnis nach Raum gerecht zu werden», sagt Maeder. Dem geschichtsträchtigen Haus wird mit antiken Möbeln, der Wiederherstellung alter Böden und Balkongeländer Rechnung getragen. Auch die Fassade ist teilweise renoviert worden. Geplant ist noch eine Wellnessanlage.

Die drei Restaurants in den Hotels sind verpachtet

Das «Carlton-Europe» soll als Ganzjahresbetrieb geführt werden. «Wir wollen uns in erster Linie auf den Individualgast konzentrieren», hält Maeder fest. Doch auch das Gruppengeschäft werde gepflegt. «Wir wollen nun neue Märkte erschliessen.» Mit dem «Europe» setze er erfolgreich auf den Seminarmarkt – ein Geschäft, das im Winter Betten fülle. Maeder möchte im «Carlton-Europe» eine Auslastung von 50 bis 60 Prozent im ersten Jahr erzielen.

Die Sommer-Gäste betreuen will der Direktor mit rund 20 Mitarbeitenden. «Wir haben aber einen relativ grossen Anteil an Teilzeitarbeitenden und Aushilfen.» Die drei öffentlichen Restaurants beider Hotels hat Maeder verpachtet. Gekocht wird im Hotel nur dann, wenn Seminare stattfinden. Grundsätzlich bekommt der Gast im «Carlton-Europe» das Frühstück serviert; bucht er Halbpension, ist er in einem der öffentlichen Restaurants, was dann intern verrechnet wird.

Die Bernensis Hotel AG wurde 2001 von zwei Parteien gegründet, um gemeinsam ein Hotel kaufen zu können. Vor fünf Jahren hatte die Bernensis Hotel AG das «Europe» für rund 1 Mio. Franken gekauft und 2,5 Mio. in den Umbau investiert. Für den Erwerb des Hotels Carlton, ist das Aktienkapital um 300 000 auf 1,3 Mio. Franken aufgestockt worden. Die erste Sanierungsetappe im «Carlton» beläuft sich auf rund 900 000 Franken. Das Ziel der AG ist in erster Linie die Konsolidierung des «Carlton-Europe». Geplant ist auch die Nutzung der Bauparzelle. Vorstellen kann sich Maeder zudem, weitere Hotels im Management zu führen oder zu kaufen – vor allem in der Region Interlaken.

Werner Affentranger

«Eine Toplösung für die Hotels»

■ Werner Affentranger hat nach 40 Jahren das Interlakner Hotel Carlton an die Bernensis verkauft. Für ihn hat sich damit «eine Toplösung» ergeben.

Christine Künzler

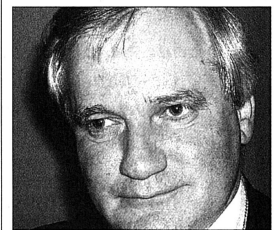
► Sie sind 59-jährig, stimmt der Zeitpunkt für den Verkauf Ihres Hotels? Oft kann man sich den Zeitpunkt nicht aussuchen. Für mich gehört die Übergabe oder der Verkauf eines solchen Unternehmens auch zu einer unternehmerischen Aufgabe. Mit der hervorragenden Nachbarschaft des Hotels Europe, hat sich diese Entwicklung nun ergeben. Vielleicht wären die «Europe»-Besitzer in fünf Jahren nicht mehr gewillt gewesen, das «Carlton» zu kaufen.

► Dann sind Sie mit der jetzigen Lösung zufrieden?

Ja, sehr sogar. Es ist eine Toplösung für zwei Hotels dieser Grössenordnung, einer Grösse an der unteren Bandbreite. Nun, da die Hotels durch den Zusammenschluss über mehr Zimmer verfügen, kann sowohl der Individualgast, Seminargast als auch der Gruppengast gepflegt werden. Die verschiedenen Segmente können nebeneinander bestehen, und die Diversifikation der Segmente und des Angebotes kann gefestigt werden. Zudem lassen sich nun Synergien nutzen, sowohl im Personalwesen als auch im Wareneinkauf und vor allem auch im Marketing, wo man mit wenig mehr Aufwand nun sehr viel mehr erreichen kann. Ich freue mich sehr auf diese Lösung. Aus zwei Häusern wurde ein Haus mit einer Topchance für die Zukunft.

► Was werden Sie nun mit der gewonnenen freien Zeit anfangen?

Ich habe mein Mandat bei Interlaken Tourismus, ich bin Mitglied von der Verbandsleitung hotelleriessuisse. Diese Aufgaben werden mich stark ausfüllen; weitere Projekte sind nicht auszuschliessen.



■ Werner Affentranger

Foto: M. Dedual

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

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

hoteljob
Die Stellenvermittlung
für Hotellerie
und Gastronomie

Suchen Sie ...
MitarbeiterInnen?
eine neue Stelle?
Telefon 031/370 43 33
Fax 031/370 43 34
hoteljob.be@hotelleriessuisse.ch
www.hoteljob.ch

berndorf
LUZERN
N°1
Alles im Griff.
Dank fidevision, der neuen F&B-Logistik-
lösung auf ABACUS-Basis von fidevision.
Auch als günstigste Einsteigerpaket erhältlich.
Interessiert?
www.fidevision.ch
044 738 50 70
fidevision
Beratung und technische Lösungen
A B A C U S

Alles im Griff.
Dank fidevision, der neuen F&B-Logistik-
lösung auf ABACUS-Basis von fidevision.
Auch als günstigste Einsteigerpaket erhältlich.
Interessiert?
www.fidevision.ch
044 738 50 70
fidevision
Beratung und technische Lösungen
A B A C U S

• BAD & WELLNESS • BETT • TISCH • KÜCHE •
Tischstuch SAMOS
Pflegeleichte Polyester-
qualität, waschbar
bis 40°C.
Weitere Dessins,
Farben und Größen
auf Anfrage.

PFEIFFER TEXTILE
PFEIFFER TEXTILE GmbH
CH-8753 Mollis • Netolsterstrasse 11 • Tel. 055 618 41 41
Fax 055 618 41 00 • switzerland@pfeiffertextile.com

HesserUnternehmensberatung
für Hotellerie & Restauration

Sie haben einen Betrieb anzubieten
oder Sie suchen einen Betrieb,
wir sind die Drehscheibe für
interessante Hotels und Restaurants

Wir sind auch die Spezialisten für:

- Analysen und Gutachten
- Managementvermittlung
- Marketing / Verkaufsförderung
- Verträge und Rechtsberatung
- Reorganisations
- Neu- und Umbauprojekte
- Diskrete Abklärungen

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

CONSORTIA CONSULTINGFinanz- und Unternehmensberatung
für Gastronomie und Hotellerie

- Betriebsberatung
- Konzeptionen
- Mitarbeiterschulungen
- Coaching

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

Ihre Nachfolgeplanung könnte meine
Chance sein!Innovativer Gastgeber kauft oder
pachtet**Hotel**in der ganzen Schweiz: Eigenmittel
vorhanden.

Absolute Diskretion garantiert.

Offerten unter Chiffre 171069, hotel +
tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

171069/432390

ZU VERKAUFEN

Goldgrube! An bester Lage:

**Hotel-Restaurant und Reits-
portanlage.**

25 moderne Hotelzimmer, luxuriöse
Eigenerwöhnung.
Reithalle, 20 Boxen, Weiden, sehr gute
Infrastruktur.

Anfragen unter Chiffre 171154, hotel +
tourismus revue, Postfach 3001 Bern.

171154/375144

******Hotel am See**

in der Zentralschweiz

mit umwerfender Sicht auf die Berg-
welt, ca. 120 Betten, Restaurant 60 Pl.,
grosse Terrasse, Bar, Konferenzräume
und Fitnessbereich.

Die Gebäude und die Infrastruktur-
anlagen sind sehr gut unterhalten.Finanzkräftige Interessenten erhalten
Auskunft unter Chiffre 171157, hotel +
tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

171157/432609

HÔTELS

A vendre

Lausanne, Genève, Montreux, Nyon,
Champex, Château-d'Œx, Villars,
3-Lacs, Montana

Bureau André Zbinden,
1093 Belmont-sur-Lausanne
Téléphone 021 791 38 88
www.azbinden.com

171176/432616

Hôtel-Restaurant

Ma Vallée, Nax VS

A louer dès le 1er juin 2006

Couple de professionnels
avec patente serait idéal

- 30 lits + chambres pour le personnel
et le locataire
- bistrot 48 places
- terrasse panoramique 30 places
- grande salle restaurant 80 places
- salle de conférence 50 places
- grande place de parc
- vue imprenable.

Téléphone à Jean-Marc Biner
027 203 18 29 ou 027 203 62 17,
mobile 079 246 78 66

171177/431044

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

Geranten/Gerantin

- Restaurant mit Sali ca. 60 Sitz-
plätze
- Terrasse an historischer Schloss-
mauer ca. 30 Sitzplätze
- nach Wunsch zusätzlich Vino-
thek 75 m²
- neu renovierte 3 1/2-Zimmer-
Wohnung mit schöner Terrasse

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

170886/432261

Wir suchen auf Frühjahr 07

Pächter/Mieter

(evtl. Kauf)

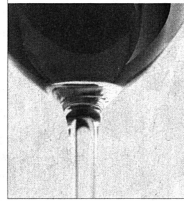
für unser

****HOTEL**

mit 30 Zimmern, Speisesaal, Aufent-
haltsraum, Garagen und Parkplätze.

Haben wir Ihr Interesse geweckt -
melden Sie sich bitte unter Chiffre
171155, hotel + tourismus revue, Post-
fach, 3001 Bern.

171155/8982

KOMPAKTES
WEINWISSEN
FÜR GASTROPROFIS**DAS
INTENSIV-
SEMINAR
VON GASTROSUISSE****DATEN**

Das Intensivseminar 2006 wird berufs-
begleitend durchgeführt, jeweils Montag
und Dienstag, in total 12 Seminartagen.

18./19. September 13./14. November
09./10. Oktober 04./05. Dezember
30./31. Oktober 11./12. Dezember

PREIS

Fr. 2'890.-
Darin integriert sind folgende Leistungen:
12 Tage Seminar, sämtliche Seminar-
unterlagen, Attest, Mittagessen,
Pausenverpflegung und sämtliche
Degustationen (rund 100 Weine)

ANMELDUNG UND FRAGEN?

GastroSuisse Berufsbildung
Blumenfeldstrasse 20 - 8046 Zürich
T 0848 377 111 - F 0848 377 112
info@gastrosuisse.ch - www.gastrosuisse.ch

GASTROSUISSE**Sprachaufenthalte**

Gute Sprachreisen beginnen bei
Annemarie+Rolf Frischknecht
Tel 044 926 39 58

www.sprachausbildung.ch

wm marketing
Fussball WM Dekorationsfahnen

WM Deko Fahnen SET à 32 Stück für nur 199.-
Abmessungen: 35x70cm

Fahnenmasten mit CH Fahne für nur 139.-
Fahnenmasten: 6m Länge Schweizer Fahne 100x150cm

Original Schweizer Hissfahne für nur 69.-
Abmessungen: Fahne 100x100cm Polyester

Papierfahnen SET à 32 Stück für nur 39.-
Abmessungen: 12x22cm inkl. Kartonvase

Stockfahnen mit Stiel und Kunststoffspitze 3.95
Abmessungen: Fahne 30x45cm Polyesterfahne, Holzstab 60cm

Alle Fussball WM Nationenfahnen 20.-
Abmessungen: Fahne 100x150cm Polyesterfahne

www.fahnen24.ch Tel: 071 841 66 66 Fax: 071 841 66 53 info@fahnen24.ch

Wir bauen um (Ende Juni). Aus diesem
Grund verkaufen wir sehr gut erhaltenes
Mobiliar:

- 12 Grandlit-Matratzen à 140x200
- 24 Einbett-Matratzen à 90x200
- 12 Bettgestelle aus Holz (Kirsch-
baum) für Matratzen 140x200
- 24 Bettgestelle aus Holz (Kirsch-
baum) für Matratzen 90x200
- 24 Hotel-TV Nokia
- 60-70 Hotelzimmerstühle
- 1 Dell Server (Power Edge 1500SC)

Mehr Auskunft unter 061/225 1313 und
Hr. Geyer verlangen, oder eine Besichti-
gung im Hotel St. Gotthard, Basel ist zu je-
der Zeit möglich.

171175/3506

Finanzprobleme

Nachlassverträge

Neufinanzierungen

Immobilienleasing

Gewerbeleasing

Betriebskonzepte

KALIFA INVESTMENT AG/SA, Via General Guisan 10, 6710 Biasca
Tel. 091 234 39 55, Fax 091 863 42 69
E-mail: kalifainvestments@hispeed.ch

htr

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

jobs.htr.ch**Auffahrt/Pfingsten/Ascension/Pentecôte 2006**

Liebe LeserInnen, liebe InserentInnen

Bitte beachten Sie die veränderten Erscheinungstage und
Anzeigenschlüsse über Auffahrt und Pfingsten:

htr Nr. 21, Erscheinung am Mittwoch, 24. Mai 2006

Geschäftsanzeigen DO, 18. Mai 2006, 15.00 Uhr
Liegenschaftsanzeigen DO, 18. Mai 2006, 15.00 Uhr
Stellenanzeigen FR, 19. Mai 2006, 15.00 Uhr

htr Nr. 23, Erscheinung am Freitag, 9. Juni 2006

Geschäftsanzeigen DO, 1. Juni 2006, 15.00 Uhr
Liegenschaftsanzeigen DO, 1. Juni 2006, 15.00 Uhr
Stellenanzeigen DI, 6. Juni 2006, 15.00 Uhr

Wir danken für Ihre Kenntnisnahme und wünschen frohe
Festtage.

hotel+tourismus revue, Redaktion und Verlag

Chères lectrices, chers lecteurs

Veuillez noter les modifications concernant le jour de parution et
les délais pour les annonces pendant la période de l'Ascension et
de Pentecôte:

htr no 21, parution le mercredi 24 mai 2006

Annonces commerciales JEUDI 18 mai 2006, 15.00 h
Annonces immobilières JEUDI 18 mai 2006, 15.00 h
Annonces d'emploi VENDREDI 19 mai 2006, 15.00 h

htr no 23, parution le vendredi 9 juin 2006

Annonces commerciales JEUDI 1 juin 2006, 15.00 h
Annonces immobilières JEUDI 1 juin 2006, 15.00 h
Annonces d'emploi MARDI 6 juin 2006, 15.00 h

Nous vous remercions d'en tenir compte et vous souhaitons
d'agréables fêtes.

hotel+tourismus revue, Rédaction et édition

htr

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



Spielraum fürs «Uto Kulm»

■ **Rechtsstreit gewonnen.** Das Bundesgericht stützt das Zürcher Verwaltungsgericht: Veranstaltungen wie ein Openair-Kino auf dem Aussichtsplattform des Uetlibergs sind grundsätzlich bewilligungsfähig. Giuseppe Fry, Eigentümer und Betreiber des Hotels Uto Kulm auf dem Uetliberg, ist erleichtert über diesen Entscheid. Das «Einsprache-Jekami» gegen jedes neue Angebot des Hotels Uto Kulm werde damit endlich gebremst, betont der Hotelier in einem Communiqué.

Fry hatte 2004 erstmals auf dem Aussichtsplattform Kino-Filme unter freiem Himmel gezeigt. Die Austragung im Sommer 2005 wurde durch Rekurse verhindert. Fry wickelt mit seinem «Kino am Berg» auf der verglasten Terrasse «La Bellezza» aus, wo auch die diesjährige Veranstaltung stattfindet. Das Bundesgericht hat nun aber klare Verhältnisse für die Zukunft geschaffen und auch die Legitimation verschiedener Rekurrenten – namentlich des Vereins Uetliberg – verneint. **TL**

Gute Zahlen

■ **Liestal.** Die Hotelgruppe Sunstar hat für das Geschäftsjahr 2005/06 einen provisorischen Umsatz von CHF 40 Mio. errechnet. Im Vorjahr hatte Sunstar CHF 36,7 Mio. umgesetzt. Die Zahl der Logiernächte nahm um 10% auf 274 408 zu, wie Sunstar mitteilte. Die Wintersaison sei gut verlaufen: Die Zahl der Übernachtungen stieg gegenüber dem Vorjahr um 4% auf 140 502, dank gehaltener Erlöse wuchs der provisorische Umsatz in der Wintersaison um 5% auf knapp CHF 25 Mio. **TL/da**

Spätere Ostertage bescherten ein Minus

■ **Beherbergungsstatistik.** Im März 2006 wurden in Schweizer Hotels und Kurhäusern 31,8 Mio. Logiernächte gezählt, 1,8 Prozent weniger als 2005. Bei den Gästen aus Europa gab es eine Abnahme um 6,6 Prozent, wie die neusten vom Bundesamt für Statistik (BFS) ermittelten Resultate der Beherbergungsstatistik zeigen. Positiv entwickelte sich hingegen die Nachfrage aus Übersee (+22,7%) und Asien (+8,2%). Das Schweizer Gästeaufkommen stagnierte bei 1,4 Mio. Übernachtungen.

Da im Jahr 2005 Ostern im März und 2006 im April war, trat laut BFS die Abnahme erwartungsgemäss im März 2006 ein. Wird der Märzwert von 2006 mit demjenigen von 2003 verglichen, ergebe sich ein Plus von 3,7 Prozent, was den positiven Trend der letzten Monate bestätige. Positiv verlief die Entwicklung in den meisten Herkunftsländern mit relativen Zuwächsen bis zu 54 Prozent gegenüber März 2005. Besonders gut schnitten Luxemburg und Polen mit Werten um

die 50 Prozent ab. Von rückläufigen Entwicklungen waren vor allem auch die Länder, die wichtige Nachfragesegmente darstellen, betroffen. So gab es zum Beispiel bei den Gästen aus Deutschland und Belgien Abnahmen von über 15 Prozent und bei den Gästen aus Grossbritannien, Frankreich sowie Italien Einbussen von fast 5 Prozent. Die meisten Übernachtungen wurden im März 2006 in den Regionen Graubünden und Wallis generiert. **DST**

Davos

5-Sterne-Hotel beim See geplant

■ Die Stilli Park AG will auf dem Areal der ehemaligen Basler Höhenklinik in Davos ein Luxushotel bauen. Am Dienstag stellte sie die Pläne vor.

Theres Lagler

«Die Initialzündung zur Realisierung eines Luxushotels in Davos gaben die Verantwortlichen des World Economic Forum», erläuterte Martin Buchli, Präsident der in Chur domizilierten Stilli Park AG, letzten Dienstag vor den Medien. Die WEF-Verantwortlichen hätten darauf hingewiesen, dass es in Davos an adäquaten Zimmern im 5-Sterne-Bereich fehle und viele Gäste nach Bad Ragaz ausweichen müssten. Aber auch eine Machbarkeitsstudie der Hotelconsulting-Firma Feuring GmbH in Mainz habe ergeben, das am Standort der ehemaligen Basler Höhenklinik ein Luxushotel erfolgreich betrieben werden könne, so Buchli. Das geplante Hotel soll 200 Zimmer, eine Lobby, Restaurants, Konferenzräume sowie einen grosszügigen Wellnessbereich aufweisen. Das 120-Mio.-Projekt soll teilweise durch die Erstellung und den Verkauf des vorgelagerten Apartmenthauses (siehe Skizze) finanziert werden.

Stararchitekt Matteo Thun konnte verpflichtet werden

Der Bau trägt die Handschrift des italienischen Stararchitekten Matteo Thun. Die Apartmentanlage führt wie eine Treppe zum Hotelkomplex empor, der an einen Bienenkorb erinnert. Er wird mit flechtwerkartigen Holzstrukturen umhüllt, die Glasfassade spiegelt den angrenzenden Wald. Der Wellnessbereich ist zuoberst – im 9. Stock – vorgesehen und damit weitab vom geschäftlichen Treiben in der Lobby. Das Hotel ist als Ganzjahresbetrieb konzipiert und soll 150 Arbeitsplätze generieren. Für den Bau ist aber noch eine Zonenplanänderung nötig, und diese muss vom Davoser Stimmvolk bewilligt werden. Die Stilli Park AG rechnet damit, dass die Abstimmung noch in diesem Jahr erfolgen könnte.



■ **Projektskizze.** Vorne Apartments, hinten der Hotelkomplex. Foto: zvg

IBK-Input 2006

Von der Macht des Unbewussten

■ Wie ticken die Menschen eigentlich? Und wie kann man diese Erkenntnisse im Management und Marketing konkret nutzen? Referent Hans-Georg Häusel nahm die Teilnehmer des letzten IBK-Inputs in Interlaken mit auf eine Reise ins menschliche Gehirn.

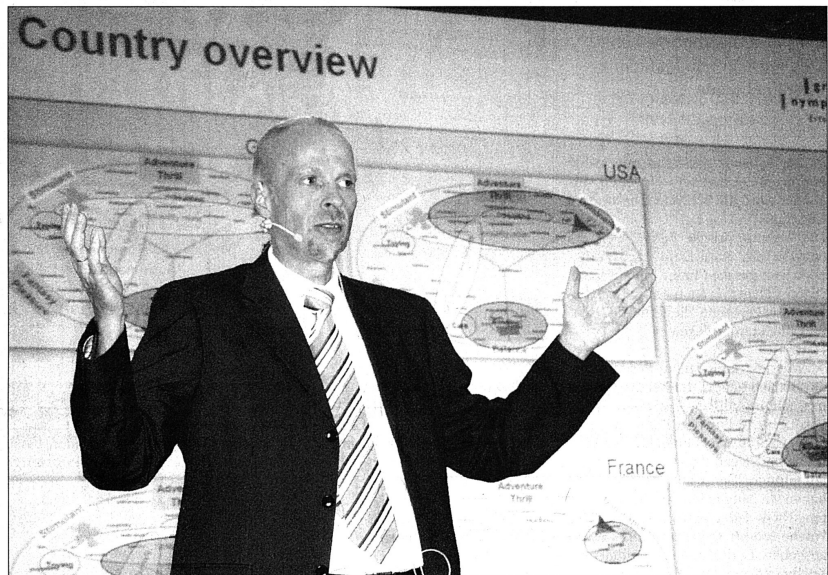
Theres Lagler

Seine Bücher «Limbic Success – Die unbewussten Seiten des Erfolgs» und «Brain Script – Warum Kunden kaufen» sind Bestseller. Doch auch als Vortragredner ist der deutsche Psychologe und Unternehmensberater Hans-Georg Häusel mitreissend. Das zeigte sich am Dienstag vor einer Woche bei der vorerst letzten Input-Veranstaltung des Instituts Beat Krippendorff & Partner (IBK) in Interlaken. Häusel beschäftigt sich seit über zehn Jahren mit der Hirnforschung und leitet daraus Konsequenzen fürs Management und Marketing ab. In Interlaken räumte er zuerst mit Vorurteilen auf: «Bauch-Entscheide gibt es nicht. Der ganze Körper ist eine grosse Einheit, die vom Gehirn gesteuert wird.» Allerdings geschieht eine ganze Menge unbewusst. Häusel geht davon aus, dass es sich um 70 bis 80 Prozent aller Entscheide handelt.

Emotionen und Werte: Die wahren Motive im Kopf

Verantwortlich dafür sind drei Emotionsprogramme im Kopf: Das Balance-Programm strebt nach Sicherheit und Stabilität, das Dominanz-Programm nach Macht und das Stimulanz-Programm nach Entdeckungen und Innovationen. Alle Menschen weisen diese drei Emotionsprogramme auf, allerdings unterschiedlich ausgeprägt. Das hat auf der Ebene der Unternehmensführung Einfluss auf die Mitarbeiter-Motivation. Denn nicht jeder braucht das Gleiche.

– **Balance-Typ:** sicherer Arbeitsplatz, überschaubare Aufgabe, konstante Arbeitsumgebung und Aufgabenstruktur, häufiges Lob und Feedback.



■ «70 bis 80 Prozent aller Entscheide werden unbewusst gefällt», betont der deutsche Psychologe und Bestseller-Autor Hans-Georg Häusel. Er rät dazu, die Mechanismen, die den Menschen steuern, besser kennen zu lernen. Foto: Theres Lagler

– **Dominanz-Typ:** Karriere und Status, Aufgabe mit grosser Herausforderung, Fortbildung (Ziel: besser werden als die Konkurrenz), Führungsverantwortung, lange Leine.

– **Stimulanz-Typ:** Grosse Abwechslung in der Aufgabe, Fortbildung (Ziel: Neues kennen lernen), Job-Rotation, Freiraum, keine Bürokratie (Regeln und Vorschriften).

Geld als Motivationspritze funktioniert bei allen drei Typen. Das hielt Hans-Georg Häusel auf eine Frage aus dem Publikum fest. Es werde einfach – je nach Typ – eher in die Altersvorsorge, einen Porsche-Kauf oder eine Weltreise gesteckt. «Viel wichtiger ist aber, dass

die Arbeit zum jeweiligen Typ passt», so Häusel. Zentral für den Erfolg eines Unternehmens ist für ihn eine gute Mischung des Teams. Da dies zu Reibereien führen kann, weil beispielsweise der Innovative den Sicherheitsbedachten als Langweiler empfindet, ist der Chef gefordert. «Er muss die Konflikte im Team entschärfen und aufzeigen, welchen Wert der jeweilige Mitarbeiter fürs Unternehmen aufweist.»

Positive Führung: Die Sieger-Spirale dreht weiter

Die Ausrichtung der Emotionsprogramme ist gemäss Häusel zu 50 Prozent angeboren. Weitere wichtige Weichenstellungen passieren in den ersten

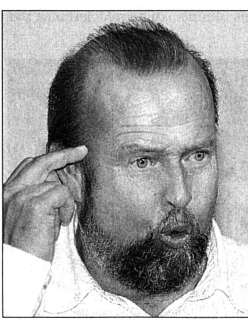
Lebensjahren. Doch auch Erfolge und Misserfolge können die Entwicklung des Gehirns prägen. So werden bei einem Erfolg die Hormone Dopamin, Serotonin und Testosteron ausgeschüttet, die einen neugieriger, gelassener und optimistischer machen. Bei einer Niederlage passiert das genaue Gegenteil: Sowohl der Serotonin- wie auch der Testosteron-Spiegel gehen runter und lösen eine «Depression im Gehirn» aus. Folgen mehrere Niederlagen aufeinander, kann das bis zu gesundheitlichen Störungen wie Potenzproblemen und Herzinfarkten führen. «Negative Führung, die von Misstrauen geprägt ist und nur die Fehler betont, ist aus Sicht der Volksgesundheit schlimmer als Alkohol und Tabak», betonte denn auch der deutsche Psychologe. Positive Führung hingegen, die die Stärken der Mitarbeiter betone und Verantwortung übertrage, könne die Siegerspirale immer weiter drehen.

Marketing: Kunden-Umfragen taugen nichts

Als grossen Irrtum des heutigen Marketings bezeichnete Häusel Kundenbefragungen. «Meistens wissen die Kunden gar nicht, warum sie etwas kaufen. Das läuft alles unbewusst ab.» Wichtig sei vor allem die richtige Positionierung der Produktemarke, um die Werte und Gefühle der Zielgruppe anzusprechen. «Marken schalten das Gehirn auf Kauf-Automatik», betonte der Psychologe. Das grosse Thema der nächsten zehn Jahre sei das «Multisensory Branding», das alle Sinne anspreche.

Abschied vom jährlichen IBK-Input: Beat Krippendorff will ein Time-out nehmen

■ Mit dem IBK-Input «Emotional Energy – Werte und Emotionen. Die Revolution des emotionalen Gehirns» ist letzte Woche im Grand Hotel Victoria-Jungfrau in Interlaken eine Ära zu Ende gegangen: Veranstalter Beat Krippendorff legt nach der 15. Ausgabe seines jährlichen Kreativ-Symposiums für zukunftsgerichtete Unternehmensführung eine Pause ein. Doch was genau hat ihn dazu veranlasst, die Veranstaltungsreihe zu beenden? «Alles hat seinen Lebenszyklus, man muss loslassen können», hält Beat Krippendorff fest. Doch er verschweigt auch nicht, dass in den letzten Jahren mit Anlässen wie dem Alpensymposium oder dem Tourismipool die Konkurrenz zuge-



nommen hat. Während in den Anfangsjahren des IBK-Inputs 180 bis 190 Teilnehmer registriert werden konnten, waren es letzte Woche in Interlaken noch deren 90. Das reicht auf die Dauer nicht. «Man muss schliesslich darauf achten, dass eine solche Veranstaltung betriebswirtschaftlich rentiert», betont der Dozent für Unternehmensführung. Speziell an seinem Konzept war, dass die betrieblichen Key-Player und die privaten Partner zu einem günstigeren Tarif an der Veranstaltung teilnehmen konnten. «Unternehmenskultur fängt zu Hause an. Der soziale Teil mit den privaten Partnern war mit deshalb immer sehr wichtig», begründet Krippendorff. **TL**

Übernahme

■ Hupfer von Berndorf-Victor Meyer-Gruppe übernommen. Rückwirkend auf den 1. Januar 2006 hat die Berndorf-Victor Meyer-Gruppe das ganze Aktienkapital der Firma Hupfer Schweiz AG mit Sitz in Dättwil bei Baden übernommen. Damit verfügt der Unternehmensverbund im Bereich Gastronomiebedarf über die Marken- und Vertriebsrechte der Hupfer-Produkte. Hupfer wird vom bisherigen Management als unabhängige Schwester-gesellschaft weitergeführt. RD

Junge Köche

■ Kochwettbewerb «La Cuisine des Jeunes». Wer zwischen 2003 und 2006 erfolgreich eine Kochlehre abgeschlossen hat, darf beim Kochwettbewerb «La Cuisine des Jeunes» mitmachen. Es gilt ein Rezept zu kreieren, das raffiniert ist, Schweizer Schweinefleisch enthält und einen Bezug zum Motto «Vive la Campagne» hat. Die vier Talente mit den besten Rezepten treten im Final gegeneinander an. Das Teilnahme-paket kann man bestellen unter www.lcdj.ch. RD

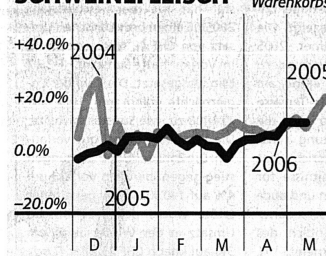
Lunch-Check

■ Schweizer Lunch-Check setzt Rekord. Mit einem Umsatzsprung von 2,5 Mio. Franken konnte die Schweizer Lunch-Check mit gut 64 Mio. Franken eine neue Rekordmarke erreichen. Das Total verkaufter Lunch-Checks stieg um 4,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Hauptanteil des Umsatz-zuwachses entfällt mit 1,7 Mio. Franken oder knapp 7 Prozent auf die Privatwirtschaft. Bei den öffentlichen Verwaltungen stiegen die Verkäufe um gut 80000 Franken oder gut 2 Prozent. RD

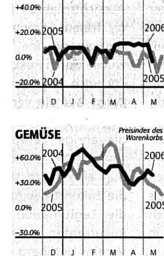
PROINDEX 15. 5. BIS 20. 5. 2006

Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega

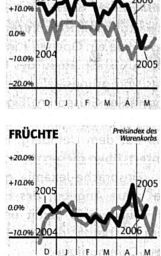
SCHWEINEFLEISCH



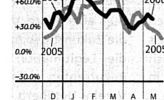
RINDFLEISCH



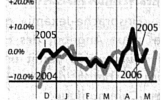
KALBFLEISCH



GEMÜSE



FRÜCHTE



Peter Musa

«Oft noch zu wenig genützt»

■ Der Präsident der Schweizer Chaîne des Rôtisseurs wünscht sich, dass Gastronomen eine Mitgliedschaft im Marketing verstärkt nützen.

Guidrun Schlenczek

► Die Schweiz bestreitet mit 25000 knapp ein Zehntel der weltweiten Mitglieder. Sind die Schweizer besondere Gourmets?

Das kommt primär daher, weil die Schweiz das erste Land nach Frankreich war, das die Chaîne mit aufbaute. Sicher haben wir auch ein grosses Potenzial an Personen, die gerne die Tisch- und Tafelkultur pflegen.

► Wie viele Gault-Millau-Punkte muss ein Betrieb haben, der bei der Chaîne mitmachen will?

Von 12 bis 18 Punkten zählen wir alles in der Chaîne. Wir können nicht nur Betriebe im Niveau der «Grandes Tables» aufnehmen. Denn auf der Gästeseite haben wir Mitglieder aus allen Schichten. Nicht jeder kann mehrmals pro Woche 200 bis 300 Franken fürs Essen ausgeben. Es darf auch mal einfachere Küche sein, nicht nur Kaviar und Hummer. Aber mit Herz zubereitet.

► Der heutige Medienanlass soll auch dazu dienen, die Chaîne des Rôtisseurs bekannter zu machen. Wollen Sie vor allem mit Amateuren oder Professionellen wachsen?

Unser Ziel sind 2200 Mitglieder. Der Anteil an Gastro-Betrieben soll bei 20 Prozent bleiben. Das ist ein sehr gesundes Verhältnis: Die Amateure sollen die Professionellen befruchten.

► Für die Professionellen ist die Mitgliedschaft also ein wichtiges Marketinginstrument?

Ja, der Gastronom darf mit unserem Logo werben. Idealerweise gehen unsere Amateure-Mitglieder nach dem Chaîne-Führer essen. Die Chaîne wird von den Gastronomen jedoch oft noch zu wenig im Marketing genutzt.

► Wo liegt der Unterschied zwischen einer Mitgliedschaft bei der Chaîne und einem anderen Gastro-Club?

Durch die zahlreichen Amateur-Mitglieder ist für den Professionellen bei uns das Potenzial, neue Stammgäste zu bekommen, grösser.



■ Kein Rauchen während dem Essen. André Karlen, Küchenchef Hotel Hilton, Basel, Peter Musa, internationaler Vize-Präsident der Chaîne des Rôtisseurs, und Peter Meierhofer, Chargé de Presse (v.l.n.r.), vertreten die gute Tafelkultur. Fotos: Guidrun Schlenczek

Chaîne des Rôtisseurs

Der Club für Gourmet und Wirt

■ Eine Medienkonferenz der Chaîne des Rôtisseurs sollte den Auftakt zu mehr Präsenz in der Öffentlichkeit dieses weltweit grössten Gourmet-Clubs geben.

Guidrun Schlenczek

«Wir haben bis jetzt zu wenig Öffentlichkeitsarbeit gemacht, das wollen wir ändern», tat der Presseverantwortliche des Schweizer Delegations der Chaîne des Rôtisseurs, August Meierhofer, letzte Woche an der Medienkonferenz der Chaîne im Hotel Hilton in Basel kund. Immerhin ist die Chaîne des Rôtisseurs der grösste Club dieser Art weltweit. 25000 Mitglieder aus 72 Ländern zählt dabei mit rund 1800 Mitgliedern an dritter Stelle – nach Frankreich und Deutschland.

«Chaîne des Rôtisseurs ist keine Chaîne des Profiteurs»

Meierhofer rückte in Basel die Vereinigung ins rechte Licht: «Die Chaîne des Rôtisseurs ist keine Chaîne des Profiteurs», versuchte der «Chargé de Presse» Vorurteile abzuwenden. Jedes Amateur-Mitglied müsse als Gast den ganz normalen Preis zahlen. Ein Mitglied der Chaîne des Rôtisseurs kann aber erwarten, dass das gastgebende Chaîne-Mitglied ihn persönlich begrüsst und verabschiedet und die Chaîne-Fahne auf dem Tisch platziert wird. «Natürlich steht es dem Gastgeber frei, einem Chaîne-Kollegen zum Beispiel den Kaffee nach dem Essen zu kredenzen», so

Meierhofer. Amateur-Mitglied könne jeder werden, der «in Recht und Ehren steht». Zwei Paten müssen sich für die Neuaufnahme des zukünftigen Mitglieds verbürgen. Den Entscheid für eine Aufnahme fällt der Conseil National. Die Kosten für die Mitgliedschaft betragen 220 Franken pro Jahr.

Im Chaîne-Betrieb müssen Leistung und Preis stimmen

Fachleute aus der Gastronomie und der Hotellerie können als Professionelle der Vereinigung beitreten. Mitarbeiter aus der Küche treten als «Maitre Rôtisseur» bei, jene aus dem Service als «Maitre de Table» und aus dem Management als «Maitre de Table» oder als «Maitre Hôtelier». Der «Conseiller Culinaire du Conseil National» testet den Betrieb nach einer festgelegten Prozedur von der Toilette bis zur Küche.

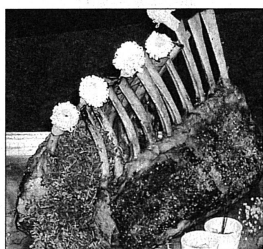
«In einem Chaîne-Betrieb müssen einfach Qualität, Leistung, Service und Preis stimmen», erklärt Meierhofer. Der

Gourmet soll die Garantie haben, dass er in einem Betrieb der Chaîne des Rôtisseurs immer gut essen gehen kann, ohne böse Überraschungen. «Stimmt die Leistung im Restaurant nicht, schrauben wir die Chaîne-des-Rôtisseurs-Tafel auch wieder ab», spricht Meierhofer Klartext. Nach dem Tod von Marianne Kaltenbach steigt nun Irma Dütsch in deren Fussstapfen als Conseiller Culinaire.

Die Chaîne des Rôtisseurs ist politisch unabhängig, nimmt aber durchaus auch soziale Funktionen ein. «Gerade die betagten Mitglieder schützen die regelmässigen Treffen vor der Vereinsamung», erklärt Niggi Iten, zuständig für Basel-Land. Die diversen regionalen «Baillagen» organisieren pro Jahr um die 200 Anlässe. Die Anlässe werden von durchschnittlich 6300 Mitgliedern und Gästen besucht. An dem internationalen dreitägigen «Chapitre» im Mai und dem nationalen im September werden Neumitglieder feierlich «in-thronisiert».

3 Menus auf einem Teller

■ André Karlen, Vize-Conseiller Culinaire der Chaîne des Rôtisseurs in Basel-Stadt und Küchenchef im Hotel Hilton in Basel, offeriert drei Menus nach Wahl auf einem Teller (Fleisch/Fisch und Gemüse, ein Drittel der normalen Menge) plus Stärkebeilage. Verkaufspreis: 54 Franken. 20 Prozent der Gäste entscheiden sich abends für die Neuheit. Das Portionieren sei aufwändiger, so Karlen. GSG



■ Der Spiesbraten ist Tradition.

ZFV-Unternehmungen

Um 17 Prozent Umsatz gesteigert

■ 2005 ist das bisher erfolgreichste Jahr in der Geschichte der ZFV-Unternehmungen. Ab Sommer startet man mit einer eigenen Confiterie-Linie.

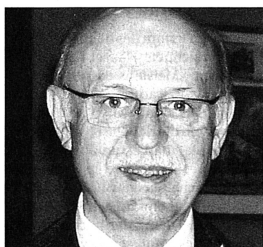
Der konsolidierte Gesamtumsatz der ZFV-Unternehmungen inklusive Liegenschaften ist gegenüber dem Vorjahr um 17,4 Prozent auf 117,6 Mio. Franken gestiegen, der konsolidierte Gastronomieumsatz um 18,3 Prozent auf 112,6 Mio. Franken. Der Cashflow nahm von 13,0 auf 15,2 Millionen Franken zu, was einer Steigerung von 16,6 Prozent entspricht. Da gemäss den Statuten der ZFV-Unternehmungen kein Gewinn ausgeschüttet wird, dient der Cashflow vollumfänglich der Weiterentwicklung der Unternehmung. Das Wachstum in den letzten Jahren konnte deshalb stets selber finanziert werden. Der ausgewiesene Reingewinn stieg von 2,3 auf 2,6 Mio. Franken. Dies entspricht einer Zunahme um 14,9 Prozent.

Per 1. Mai 2006 wurde in Bad Ragaz das Hotel Tamina gepachtet. Mit dem Kauf der 1869 gegründeten Confiterie Schurter am Central in Zürich per 1. Juli 2006 begründen die ZFV-Unternehmungen eine eigene Confiterie-Linie. Rosmarie Michel, bis 2001 Präsidentin der ZFV-Unternehmungen und Inhaberin der Confiterie Schurter, zieht sich altershalber aus dem Geschäft zurück. Weiter wollen die ZFV-Unternehmungen im Vending diversifizieren. Mit der Tavolago AG, der Gastro-Tochter der Schifffahrtsgesellschaft auf dem Vierwaldstättersee, wurde ein Zusammenarbeitsvertrag abgeschlossen. GSG

Studie Hotellerie Europa

Zimmerpreise in Genf sind tiefer

■ In der letzte Woche in der hotel+tourismus revue veröffentlichten Studie von Deloitte&Touche schnitt die Genfer Hotellerie bei den durchschnittlichen Zimmerpreisen als teuerste im europäischen Städte-Vergleich ab. Das führte zu Kritik seitens der Genfer Hoteliers. Zu Recht: In der im Branchenreport 2006 des Hotelverbandes Deutschland IHA abgedruckten Studie sind sehr unterschiedliche Stichproben verglichen worden. «In London nahmen rund 200, in Genf nur rund ein Zehntel davon an der Befragung teil. Geht man davon aus, dass dabei vor allem die 5-Sterne-Häuser mitmachen, ist nachvollziehbar, weshalb die Höhe der Genfer Durchschnittswerte so deutlich ist», vermutet IHA-Referent Hartwig Bohne. Gemäss einer UBS-Erhebung weisen nämlich gerade im Luxussegment die Londoner Hotels die höchsten Zimmerpreise aus. Genf wird in dieser Sparte beim Preis pro Doppelzimmer von elf europäischen Metropolen dagegen an dritter Stelle gelistet. GSG



■ Chaîne-Präsident Peter Musa.

HOTELA-KUNDEN WISSEN, WAS ZWISCHEN DEN ZEILEN STEHT.

Let's go to SEYCHELLES

Dates de départ: 2003
Tous les vendredis depuis Zurich

DIVERSES ILES

Nom de l'hôtel	Chambre	Repas	1 nuit
Alphonse Island Resort	Double	PC	1310
Bangor	Simple	PC	780
Executive Villa	Simple	PC	1230
Villa Presidential sur demande			21120
Stables mini de Stouts			1100
Silhouette Island	Double	PC	800
Silhouette Island Lodge	Simple	PC	800
Freemantle Island	Double	PC	1400
Freemantle Island Lodge	Simple	PC	1400

Supplément vols
Départs du 1.11 - 13.11 - 20.12.03 - 27.12.03 - 3.1.04 - 10.01.04 CHF 175.-
Départs du 17.12 - 24.12.03 CHF 190.-

Supplément à la nuit
Départs du 1.11 - 13.11 - 20.12.03 - 27.12.03 - 3.1.04 - 10.01.04 CHF 175.-
Départs du 17.12 - 24.12.03 CHF 190.-

Supplément à la nuit
Départs du 1.11 - 13.11 - 20.12.03 - 27.12.03 - 3.1.04 - 10.01.04 CHF 175.-
Départs du 17.12 - 24.12.03 CHF 190.-

Beratung und Betreuung erfolgen bei uns unter einem Dach.

Dies hat den entscheidenden Vorteil, dass wir unsere Kunden kennen und noch wichtiger: die Kunden kennen uns.



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

Wichtiger Meilenstein

■ **Schneeparadies Hasliberg-Frutt-Titlis.** Die Alpenrosen der Alp Engstlen gaben die Zustimmung zum Abschluss einer Grundsatzvereinbarung mit den Bergbahnen Engelberg-Trübsen-Titlis AG über die Durchleitsrechte auf Grund und Boden in der Alp Engstlen. Diese Grundsatzvereinbarung stelle einen wichtigen Meilenstein im Rahmen der Verwirklichung des Projektes «Schneeparadies Hasliberg-Frutt-Titlis» dar, teilten die am Projekt beteiligten Bahnen

mit. Damit könnten die Planungsarbeiten des Zusammenschlusses der Skigebiete in einem wichtigen Teilgebiet weiter vorangetrieben werden. Die Umweltorganisationen haben sich in der Vernehmlassung gegenüber dem Projekt sehr skeptisch bis negativ geäußert. Die Initianten wollen in den kommenden Wochen mit Vertretern der Umweltorganisationen Gespräche führen. Dabei sollen Abänderungsvorschläge wie auch Optimierungsmöglichkeiten konstruktiv diskutiert werden. *DST*

Förderkredit

■ **Baselland.** Für die Tourismusförderung im Baselland für 2006 bis 2008 stellt der Kanton Baselland insgesamt 1,8 Mio. Franken bereit. Der Landrat hat einen entsprechenden Verpflichtungskredit für den Verein Baselland Tourismus genehmigt. Erfolgreich geblieben war zuvor ein Antrag der Grünen, den Betrag um jährlich 300 000 Franken zu kürzen. Die Bürgerlichen waren dagegen der Ansicht, die Anschubfinanzierung über den Rahmenkredit habe sich bewährt. *DST/sda*

Ausgezeichnet

■ **Lenk-Simmmental Tourismus.** Als erste Unternehmung im Simmental und als dritte Tourismusorganisation im Berner Oberland ist die Lenk-Simmmental Tourismus AG mit dem ISO-Zertifikat und gleichzeitig mit dem höchsten Qualitätsgütesiegel im Schweizer Tourismus – dem QIII – ausgezeichnet worden. Mit diesen erreichten Auszeichnungen verleihe die LST AG aber ihr prozessorientiertes Managementsystem, teilte die Tourismus-Organisation mit. *DST*

Davos bald wie Oberengadin?

■ **Politikum.** Der Zweitwohnungsbau in Davos soll wie im Oberengadin mit einer Volksinitiative eingeschränkt werden. Die SP hat das entsprechende Begehren letzte Woche lanciert. Die «kommunale Volksinitiative für eine nachhaltige Entwicklung des Zweitwohnungsbaus in Davos» verlangt, dass die maximal zu bewilligende jährliche Bruttogeschossfläche für Zweitwohnungen 4500 m² nicht übersteigen darf. Der Erstwohnungsanteil der einzelnen Bauvorhaben muss

mindestens einen Drittel betragen. Die jährliche Kontingentierung soll im Baugesetz verankert werden. Für das Zustandekommen der Volksinitiative müssen innert drei Monaten 500 Unterschriften gesammelt werden. In Davos waren zwischen 1999 und 2005 65 Prozent der verkauften neuen Wohnungen Zweitwohnsitze. Die Beschränkung des Baus von Ferienwohnungen war im März 2001 mit der Annahme des revidierten Baugesetzes abgeschafft worden. *TL/sda*

Wallis

Die Neat als Lokomotive in die Zukunft

■ Mit der Eröffnung des Lötschberg-Astes der Neat 2007 wachsen das Wallis und der Grossraum Zürich in den kommenden Jahren zusammen. Die Walliser Touristiker rechnen in Zukunft mit einer grösseren Nachfrage aus dem Raum Zürich, aber auch von Asiaten.

Daniel Stampfli

Die Verkürzung der Reisezeit zwischen dem Wallis und dem Grossraum Zürich um eine Stunde bringt dem Walliser Tourismus «enorm viel», sagt Urs Zenhäusern, Direktor Wallis Tourismus. Im Moment fehle noch die Nähe zu den Grossagglomerationen, insbesondere zu Zürich. Im Wallis geht man dementsprechend davon aus, dass in Zukunft vermehrt Gäste aus dem Raum Zürich ins Wallis reisen werden. So hätten diese die Möglichkeit, bisher unbekannte Wintersportorte kennen zu lernen. Mit dem Auto in die Skiferien zu reisen, erachtet Urs Zenhäusern als immer weniger notwendig. Das Angebot für Mietausstattungen werde immer besser, so dass man durchaus auch mit der Bahn in die Skiferien fahren könne. Auch für den Überseemarkt werde sich die verkürzte Reisezeit positiv auswirken. So könnten beispielsweise die Asiaten in Zukunft via Flughafen Zürich schneller auf dem Gorngrat sein.

«Wallis wird zu einem Kernland Europas»

Das bisher einseitige Gleichgewicht im Schweizer Tourismus – Zürcher fahren in die Bündner Berge, Berner, Basler und Romands zieht es ins Wallis – dürfte mit der Neat erodieren, erklären Walliser Vertreter vergangene Woche in Zürich. Im kommenden Jahre trete das Wallis in der wirtschaftskräftigsten Region Zürich-Aargau-Zug touristisch in direkte Konkurrenz mit dem Kanton Graubünden. Das neue Intercity-Konzept spiele dabei den Beschleuniger. Die Neat sei für das Wallis eine Lokomotive in die Zukunft. Denn mit den neuen Verbindungen kämen Menschen, gleichzeitig beflügelten die neuen Besucher- und Touristenströme die Immobilienwirtschaft und die Industrie.

Das Wallis, heute bereits mit dem Weltkulturerbe des Aletschgletschers ausgezeichnet, werde mit der Neat zu einem Kernland Europas, erklärte Thomas Gsponer, Direktor der Industrie- und Handelskammer Wallis. «Zermatt und Saas-Fee, der Dom und das Matterhorn, Alpendörfer wie Grächen, Fiesch und Visperterminen, erwachen aus ihrem Schlaf.» Europäische Stationen wie Verbier, Crans-Montana und Leukerbad seien Schätze, die sich internationaler Nachfrage erfreuten. Von Martigny über Sion nach Brig öffneten sich Städte der europäischen wie der Weltwirtschaft, so Gsponer weiter.

Herbstsession 2006 in Flims

Bündner hoffen auf die «Sessiun»

■ Das Parlament tagt im September in Flims. Die Region Flims Laax Falera erhofft sich begeisterte Politiker und zusätzlich viele Besucher. Anwohner können in einem Kurs lernen, wie man mit Politprominenz umgeht, das Gastpersonal muss Romanisch lernen.

Renate Dubach

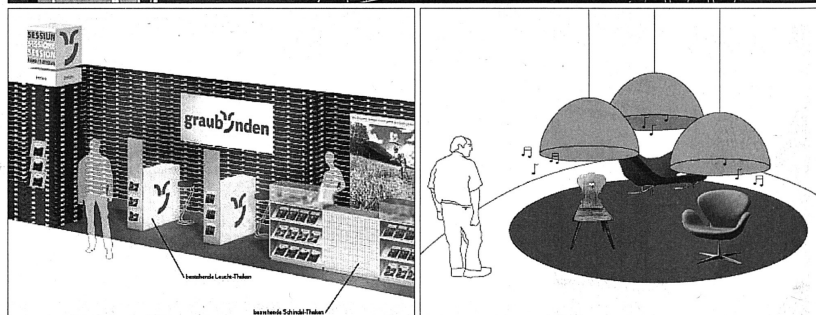
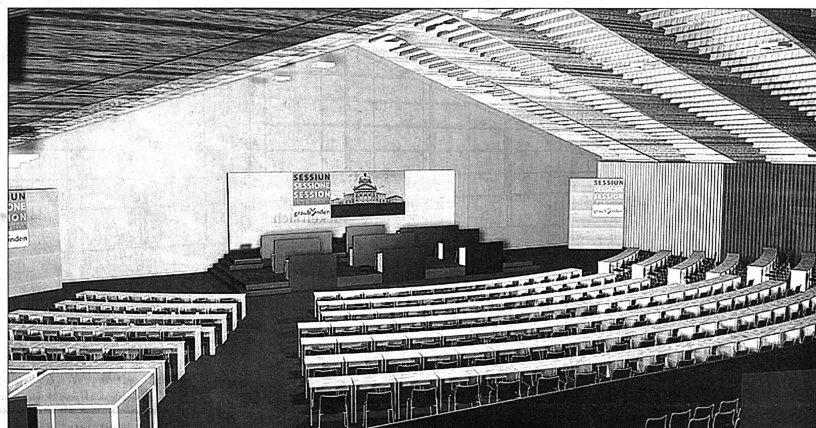
Die Eröffnungsfeier der vereinigten Bundesversammlung findet am Montag, den 18. September um 14.30 Uhr statt. Am Freitag, den 6. Oktober um 10 Uhr ist die «Sessiun» zu Ende. In den knapp drei Wochen dazwischen, versucht der Gastgeberkanton Graubünden, sich «nachhaltig als einzigartiger alpiner Wirtschafts-, Ferien- und Lebensraum zu positionieren», wie das Gieri Spescha, der PR-Leiter von Graubünden Ferien ausdrückt. Gestern stellten Graubünden Ferien, Flims Laax Falera Tourismus und das Park Hotel Waldhaus den Medien vor, was der grösste Schweizer Kanton rund um den Abstecher des Parlaments vorbereitet. Die drei sind als Partner für das touristische Programm während der Session in Flims verantwortlich.

Bei den beiden früheren Parliamentssessionen ausserhalb Berns – Genf 1993 und Tessin 2001 – haben die Gastkantone es nicht wirklich geschafft, sich touristisch zu präsentieren, jedenfalls nicht nachhaltig. «Wir erwarten, dass während der Session 12 000 bis 15 000 Besucherinnen und Besucher nach Flims kommen», sagt Spescha. Die Kombination von «Sessiun» mit touristischen Angeboten wie zum Beispiel Rafting auf dem Rhein, soll die Besucher einerseits zu mindestens einer Übernachtung und andererseits zu einem späteren erneuten Besuch animieren. Wie viele Logiernächte zusätzlich generiert werden, könne man allerdings nicht im Voraus sagen. Eine «normale» Session in Bern bringt zusätzlich rund 7 000 Menschen ins Bundeshaus – Schulklassen, Verbands- und Parteimitglieder und sonstige Politikinteressierte.

Die Vielfalt des Kantons auf 600 Quadratmetern

Ein Kernelement des Graubünden-Auftritts wird das Besucherzentrum «Center da visita» sein. Es wird in der Curlinghalle auf dem Sessions-Areal des Park Hotel Waldhaus eingerichtet. Besucher können sich hier akkreditieren, informieren und unterhalten. Das Center wird unter Federführung von Graubünden Ferien in einen Begegnungs- und Erlebnisraum ausgestaltet. Die ganze Vielfalt Graubündens soll auf den 600 Quadratmetern in verschiedene Themenwelten verpackt und interaktiv dargestellt werden.

Acht Bündner Partner und die Parlamentsdienste des Bundes dürfen je



■ Das erwartet Parlamentarier und Besucher: Der Nationalrat tagt in der Tennishalle (oben). Der Eingang zum Besucherzentrum «Center da visita» in der Curlinghalle (unten links). Im «Circuit Rumantsch» hört man Rätoromanisch. Fotos: zvg

eine dieser Themenwelten präsentieren. Im räumlichen Zentrum des Ganzen steht ein so genannter «Circuit Rumantsch», den die Dachorganisation der Romanen, die Lia Rumantscha betreut. Weiter dürfen sich die Gastregion Surselva, Rätia Energie, die Südostschweiz-Mediengruppe, Radio Rumantsch, Graubünden-Gourmet, das Regio-Plus-Projekt «Tour-Museum» und, zusammen mit Graubünden Ferien, auch die Rhätische Bahn, Postauto Graubünden und die Bergbahnen Graubünden vorstellen.

Romanisch-Muttersprachler als Freiwillige im Einsatz

Weil die Session im rätoromanischen Sprachraum stattfindet, sollen die Parlamentarier und die Besucher dieser Sprache immer wieder begegnen: «Wir werden in allen unseren Kommunikationsmitteln mit dem Romanischen spielen», verspricht Gieri Spescha.

Das Aussergewöhnliche aber ist, dass die rund 200 Mitarbeitenden, die sich während der Session um Bundesrat und Parlamentarier kümmern werden, einen Romanisch-Kurs absolvieren müssen. Die Lia Rumantscha und Mitarbeitende des Park Hotel Waldhaus

übernehmen die Organisation dieser Kurse. Zusätzlich werden Bündner, die Rätoromanisch als Muttersprache sprechen, als «Voluntari» beistehen und mitteilen, dass die bedrohte vierte Landessprache während der Session in Flims oft zu hören ist. Es gebe nur noch etwa 50 000 Menschen mit Rätoromanisch als Muttersprache, sagt Gieri Spescha, der einer davon ist.

Ein Knigge-Kurs hilft im Umgang mit Polit-Promis

In einem anderen Kurs werden diejenigen auf «Sessiun» getrimmt, die mit der Polit-Prominenz zu tun haben. Fragen wie: «Wie spricht man den Herrn Bundespräsident an, wer ist der Herr mit der Hornbrille, wann ist welche Kleidung angebracht?» werden da behandelt, damit niemand in einen Benimmungs-Notstand kommt. Für das engere Umfeld der Politiker sei dieser Kurs Pflicht, betont Spescha.

Damit der Rest der Schweiz, also alle, die nicht direkt an der Session in Flims beteiligt sind, möglichst viel davon hören und sehen, betreiben die Tourismuspartner eine sehr aktive Kommunikation und versuchen, möglichst vielen den Besuch des Parla-

ments in Flims oder überhaupt eine Reise ins Bündnerland schmackhaft zu machen. Schulen aus der Deutschschweiz werden über Mailings direkt angesprochen, mit Railway werden spezielle Sessiun-Angebote erarbeitet. Und das Park Hotel Waldhaus, das gleichzeitig als «Bundeshaus» und als Sessions-Hotel fungiert, bietet spezielle Wochenend-Angebote an. Das Parlament tagt jeweils von Montag bis Donnerstag, da könnten bei der An- oder Abreise die Weekendgäste durchaus einen Bundesrat oder eine Politikerin antreffen.

«Die Grossveranstaltung wird von der einheimischen Bevölkerung mitgetragen. Fast jeder ist in das eine oder andere Teilprojekt involviert. Die Einheimischen werden beweisen, dass sie gute Gastgeber und vielseitige Unterhalter sind. Ratsdebatten, Fraktions- und Kommissionssitzungen sollen in perfekter Organisation und mit viel Herzlichkeit der Gastgeber über die Bühne gehen», steht in der Medienmitteilung der Partner Park Hotel Waldhaus, Flims Laax Falera Tourismus und Graubünden Ferien. Ab dem 18. September ist dieser Beweis anzutreten.

www.sessiun.ch



KAFFEE

16

Table-Top | Johanna Bartholdi zeigt an der World of Coffee, dass mit einer schönen Tasse die Marge beim Café crème ansteigt.



KAFFEE

17

Café Felix | Heisse Schokolade aus Milch ab Hof, viel Kitsch und Kuchen offeriert Sebastian Wolo, der Leiter des neuen Cafés.



PLATTFORM

18

Ratgeber | Wie können Gewinne der GmbH ins Privatvermögen übertragen werden, ohne allzu viel dem Fiskus abzugeben?



World of Coffee 2006

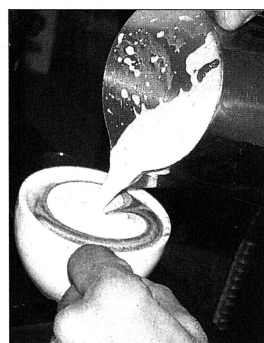
Bern wird zum Kaffee-Mekka

■ Morgen öffnet in Bern die «World of Coffee» ihre Türen. Der jährliche Speciality-Coffee-Event findet erstmals in der Schweiz statt.

Vom 19. bis 21. Mai 2006 sind die Halle G1 und die alte Curling-Halle auf dem BEA-Messegelände in Bern Schauplatz des internationalen Speciality-Coffee-Events: Die World of Coffee findet erstmals in der Schweiz statt. Die Veranstaltung umfasst vier Barista-Weltmeisterschaften, eine Ausstellung, ein zweitägiges Kongressprogramm und während allen drei Tagen ein vielseitiges Workshop-Programm. Erwartet werden an die 5000 Besucher.

An den Barista-Weltmeisterschaften treten Barista-Meister aus an die 50 Nationen an. Am Sonntag, 21. Mai, ab zirka 14 Uhr werden die Sieger gekürt. Über 80 Aussteller zeigen in den Hallen ihre neuesten Produkte. Einzelne Workshops waren bereits im Vorverkauf ausverkauft. Träger der «World of Coffee 2006» ist die Speciality Coffee Association of Europe SCAE. Am Samstag Abend findet traditionell das SCAE-Galadiner statt, an dem auch Nicht-SCAE-Mitglieder teilnehmen können. GSG

Programm/Anmeldung: www.worldofcoffee.ch



■ **Kaffee Kunst.** Bei den Barista-Weltmeisterschaften in Bern kann man von den Könnern lernen. Foto: GSG

Kaffeeanbauprogramme

Viele Wege zur Nachhaltigkeit

■ Max Havelaar und Claro legen Wert auf fairen Handel, Rainforest Alliance setzt sich für die Umwelt ein und Utz Kapeh will Rückverfolgbarkeit und marktfähige Pflanzler. Die SCAE fördert eine gute Kaffeequalität. Viele Programme für mehr Nachhaltigkeit im Kaffeeanbau.

Gudrun Schlenczek

«Sustainability» heisst auf Deutsch Nachhaltigkeit: Hierunter fasst man alle Bemühungen, die Anbaubedingungen in den Produzentenländern zu verbessern. Am bekanntesten ist das Schweizer Fair-Trade-Label Max Havelaar. Der Kaffee von Max Havelaar geniesst einen Bekanntheitsgrad von 87 Prozent. Gastronomen schmücken sich gerne mit diesem Schweizer Gütesiegel, das wie Fair-Trade-Initiativen aus 20 anderen Ländern, sich nach den Standards der Fairtrade Labelling Organization FLO richtet. Im 2005 wurden rund 25% des Max-Havelaar-zertifizierten Kaffeeabsatzes im Out-of-home-Bereich erzielt.

Das Thema Nachhaltigkeit ist beim Kaffee ein vergleichsweise junges Thema. Erst 1997 wurde die FLO gegründet, Biosuisse-Kaffee aus biologischem Anbau gibt es seit 1995. Noch jünger sind die Aktivitäten der Utz Kapeh Foundation. Die Organisation ist operativ erst seit 2002 richtig aktiv.

Der Markt mit nachhaltigem Kaffee boomt

Heute ist der nachhaltige Kaffee-Markt ein Boommarkt. International legte der Absatz von FLO-Kaffee im 2004 um 22 Prozent auf 24 000 verkaufte Tonnen Röstkaffee zu. Noch stolzere Absatzzahlen kann Utz Kapeh vorweisen: Die junge Organisation verkaufte im letzten Jahr bereits 29 000 Tonnen zertifizierten Kaffee. Die Produktion liegt aktuell bei über 133 000 Tonnen und soll bis Ende dieses Jahres auf 188 000 Tonnen klettern. Im sehr preissensiblen holländischen Markt hält Utz Kapeh in-



■ **Anbau für den Weltmarkt.** 75 Prozent des weltweiten Kaffeeanbaus erfolgt durch Kleinbauern. Mit Labels für mehr Nachhaltigkeit können sie dem Preiskampf auf dem Weltmarkt trotzen. Die Einkäufer wollen so die Qualität sichern. Foto: Max Havelaar

zwischen 25 Prozent des Marktes, wobei der Begründer der Foundation der zweitgrösste holländische Röster Ahold ist. Aber auch der grösste Röster, Douwe Egberts/Sara Lee, ist dabei. In Belgien ist 10 Prozent des Kaffeeabsatzes inzwischen Utz-Kapeh-zertifiziert und in Norwegen führen die drei grössten Röster den Kaffee.

Den Erfolg führt Anita Aerni, Account Manager for Europe, vor allem darauf zurück, dass Utz Kapeh auf bestehenden Marktstrukturen aufbaut und eine maximale Transparenz vom Anbau bis zum Röster garantiert. «Jeder Röster weiss, wer sein Produzent ist und welche Prämie er erhält.» Via Internet kann jedes Kilo Kaffee bis zum

Pflanzler rückverfolgt werden. Utz Kapeh formuliert soziale und ökologische Kriterien als integrativen Bestandteil professionellen Farm-Managements. Man möchte zudem die Industrie unterstützen, «verantwortungsbewusste» Produkte anbieten zu können.

Konsument erwartet verantwortungsbewusste Produkte

Masstab ist der europäische «gap», der für «good agriculture practise» steht und bei Obst und Gemüse Standard für den Detailhandel ist. «Diesen Kodex haben wir auf den Kaffeeanbau übertragen», erklärt Aerni den Hintergrund. Denn, so Aerni aufgrund hausinterner

Nachforschungen: «Rund 60 Prozent der Konsumenten erwarten einfach, dass die Industrie weiss, wo und wie ihr Rohmaterial produziert wurde.» Nur jeder fünfte Verbraucher würde dagegen aktiv nach entsprechenden Labels Ausschau halten, und 20 Prozent würden sich gar nicht dafür interessieren. Eine Mindestpreisgarantie wie bei Max Havelaar gibt es bei Utz Kapeh nicht. Allerdings muss der erste Abnehmer dem Pflanzler eine Prämie zahlen. Diese liegt je nach Qualität des Kaffees bei 1 bis 12 US-Cent pro englisches Pfund Kaffee (1 lb = 454 g). Aus Transparenzgründen ist die bezahlte Prämie für alle Beteiligten via Internet nachprüfbar.

Fortsetzung Seite 14

Anzeige

Das breiteste Angebot der Branche

Kaffeevollautomaten & Schankanlagen



Alles aus einer Hand:

Qualitativ hochstehende und servicefreundliche Kaffeevollautomaten für jede Betriebsgrösse. Schankanlagensysteme zur exakten Kontrolle und Bonierung des Getränkeauslasses. Unser umfassendes Sortiment finden Sie unter www.schaerer.com oder vor Ort in Ihrer Region: Renens-VD, Moosseedorf-BE, Nottwil-LU, Dietikon-ZH und Trimmis-GR.

M. Schaefer AG, Kaffeemaschinen, Sparte WMF Kaffeemaschinen & Schankanlagen

Gewerbestrasse 15, 3302 Moosseedorf, Tel. 031 858 51 11, Fax 031 858 51 40, info@schaerer.com

Viele Wege zur Nachhaltigkeit

Fortsetzung von Seite 13

Vergleicht man das mit dem Max-Havelaar-System, so kommt der Pflanzler bei Utz Kapeh auch ohne das Fair-Trade-Siegel je nach Weltmarktpreis nicht unbedingt schlechter weg. 2005 lag der Max-Havelaar-Preis inklusive Prämie für ein Pfund Arabica-Kaffee 11 Cent über dem Weltmarktpreis. Wenn der Weltmarktpreis über dem Max-Havelaar-Mindestpreis von 1,21 USD pro lb liegt, so erhält der Bauer ausschliesslich die Fair-Trade-Prämie von 5 Cent pro Pfund. Vom Kaufpreis fliessen noch 20 bis 30 Prozent in die Kooperative.

Utz Kapeh trimmt Farmer fit für den Weltmarkt

Doch nicht die Prämie soll bei Utz Kapeh in erster Linie die Anstrengungen der Bauern in Sachen Ökologie und sozialer Grundversorgung honorieren, sondern ein besserer Verkaufspreis für eine bessere Qualität und eine höhere Marge dank tieferer Produktionskosten. «Unsere Leute vor Ort schulen die Pflanzler im Anbau und im Marketing», erklärt Aerni. Heute kümmern sich weltweit 20 Mitarbeiter und ein Netzwerk ausgebildeter Agronomen um das Umsetzen des «Code of Conduct».

«Wir wollen nicht Kaffeepflanzler, die nur wegen der Prämie mitmachen, sondern weil sie wettbewerbsfähiger werden wollen.» Der Anbauer soll zum eigenständigen Marktplayer werden. «Wie bieten jedoch keine Garantie, dass er im Markt bleibt, sollte er langfristig unwirtschaftlich produzieren», so Aerni. Abnahmeverträge und Liefervorfinanzierung von bis zu 60 Prozent der be-

Labelprogramme für den nachhaltigen Kaffeegenuss

	Max Havelaar	Claro	Biosuisse	Rainforest Alliance	Utz Kapeh
Seit wann	1997	1975 ¹	1995	1987	1997 ²
Die wichtigsten Ziele	Fairer Handel, Preisgarantie; über Bildung von Kooperativen mehr Gewicht auf dem Weltmarkt.	Fair-Trade-Kriterien wie Max Havelaar. Max-Havelaar ist jedoch ein Gütesiegel und Claro eine Handelsmarke.	Anbau nach den Richtlinien des biologischen Landbaus gemäss Biosuisse-Verordnung; Social Standards; Artikel zu Fair Trade in Planung.	Schutz des Ökosystems im Anbauland; angemessene Entlohnung; Stärkung der Marktposition der Bauern durch bessere Qualität.	Bessere Produktion und Marketing, dadurch höhere Preise und tiefere Produktionskosten; Programm für alle mit grosser Breitenwirkung.
Kontrolle	60 ausgebildete lokale Inspektoren der Fairtrade Labelling Organization (FLO).	European Fair Trade Association und FLO	Nationale und internationale Kontroll- und Zertifizierungsstellen.	Prüfung durch speziell trainierte Auditoren.	Audit einmal pro Jahr von unabhängigen Kontrollorganisationen.
Anbauländer/Produzenten Produktionsmenge	FLO: 510 Produzentenorganisationen aus 50 Ländern, ausschliesslich Kooperativen; Absatz: 24 000 Tonnen Röstkaffee.	7 Kleinbauerngenossenschaften in Guatemala, Nicaragua, Mexiko, Kolumbien, Peru, Tansania und Äthiopien.	Vor allem Peru, Mexiko, Guatemala; insgesamt 40 Anbau-, Handels-, Verarbeitungsbetriebe.	50 Länder; Produktion für Export: 30 000 Tonnen Grünkaffee.	18 Länder; 200 Produzenten und -gruppen; Produktion: ca. 135 000 Tonnen; Verkauf: 29 000 Tonnen.
Prämie	Mindestpreis: 1,21 USD/lb plus 5 Cent pro lb (nicht Bio).	Mindestpreis: 1,24 USD/lb	k. A.	Prämie verschieden.	Prämie: 1 bis 12 Cent.
Röster/Gastro-Lieferant	40 Röster gelistet auf Homepage.	Blaser Café AG, Bern La Semeuse, La-Chaux-de-Fonds.	Siehe Homepage	Importeure: Café Gourmet Zürich, Volcafé Winterthur.	Drie Mollen Services Schweiz AG
Homepage	www.maxhavelaar.ch	www.claro.ch	www.bio-suisse.ch	www.ra.org	www.utzkapeh.org

¹ zuerst unter dem Namen Ujamaa-Kaffee; ² operativ seit 2002

Max Havelaar, Claro, Biosuisse sind Schweizer, Rainforest Alliance und Utz Kapeh internationale Labels.

Quelle: htr

stellten Kaffeemenge, wie es bei Max Havelaar der Fall ist, bietet Utz Kapeh nicht. Mitmachen kann dafür grundsätzlich jeder, der die Kriterien erfüllt, während sich Max Havelaar aus sozialen Gründen ausschliesslich Kleinbauern, die sich in Kooperativen organisiert haben, anschliessen dürfen. Rund 75 Prozent des weltweiten Kaffeeanbaus geht über Kleinbauern.

Die Sicherung der Kaffequalität mittels Nachhaltigkeit im Anbau war einer der Hauptfaktoren für die Grün-

dung der Specialty Coffee Association of Europe SCAE. Alle die sich hier Mühe geben, will man im Marktauftritt unterstützen. «Mit oder ohne Label», so Samuel Zenger, nationaler SCAE-Koordinator für die Schweiz und Direktor Blaser Café AG, Bern. «Nur mit nachhaltigem Anbau können die Pflanzler eine bleibende hohe Kaffequalität sicherstellen.»

Die SCAE-Mitglieder dürfen das SCAE-Logo zu Werbezwecken verwenden – nur nicht im Verkauf auf der

Verpackung. Die SCAE ist die einzige Organisation, welche die ganze vertikale Kette – vom Pflanzler bis zum Röster und Endkonsumenten – vereint.

Kraft Foods arbeitet mit Rainforest Alliance

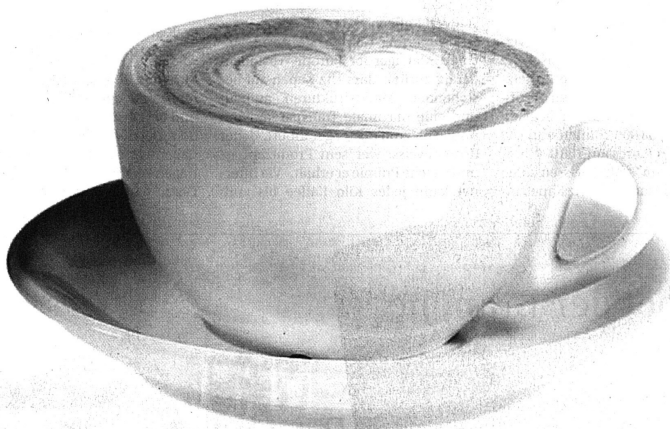
Einen prominenten Abnehmer konnte sich die Rainforest Alliance an Land ziehen: Kraft Foods bietet entsprechenden Kaffee unter der Marke Jacobs an. Rainforest Alliance steht vor allem für den

Erhalt des Ökosystems im Ursprungsland aber auch wie Utz Kapeh für die Stärkung der Marktposition der Bauern. 2005 nahm Kraft Foods 6400 Tonnen zertifizierten Kaffee ab, dieses Jahr sollen es über 10 000 Tonnen werden. Neu gibt es diesen Kaffee für die Gastronomie unter dem Namen «Nachhaltige Entwicklung».

An der «World of Coffee» ist am Freitag, 19. Mai, eine Vortragsreihe mit sieben verschiedenen Referenten zum Thema «Sustainability» gewidmet. Room 1, 9 Uhr bis 17.45 Uhr; www.worldofcoffee.ch

Kaffee 2006

Fokusthemen in der hotel+tourismus revue.



- 30.03.06 World of Coffee Bern, Portionenkaffee für die Gastronomie
- 18.05.06 World of Coffee Bern, Barista-Weltmeisterschaft
- 07.09.06 Zusätze für den Kaffee, Kaffee selber rösten, Qualitätskriterien
- 30.11.06 Kochen mit Kaffee, Table Top für die Cafébar

Kontakt: 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



Kurt Bauer

«Signature-Drink ist wie ein Menugang»

■ Kurt Bauer war Schweizer Barista-Meister 2005 und dieses Jahr in der Jury. Der 45-jährige Lehrer erzählt, was es braucht, um Barista-Meister zu werden.

Gudrun Schlenzcek

► **Wo steht die Schweizer Barista- und Kaffee-Kunst international?**
Die Kaffeequalität ist in der Regel recht gut, nicht zuletzt aufgrund der guten Schweizer Kaffeevollautomaten. Bei der Barista-Kunst selber bewegen wir uns im Mittelfeld, diese ist durchaus ausbaufähig.

► **Was haben Sie am meisten trainiert?**
Das Automatisieren der Abläufe. Damit man besser auf Unvorhergesehenes an der Meisterschaft reagieren kann.

► **Die Schweizer Barista-Meister sind meist italienischer Abstammung. Verfügen die Schweizer nicht über die nötigen Handfertigkeiten?**
Das hat mehr mit dem Status des Baristas zu tun. In Italien ist das ein richtiger Beruf, den man mit Stolz ausführt. Man dient und bedient gern, in der Schweiz ist das weniger der Fall.

► **Doch die Italiener selber siegen an der World-Barista-Championship WBC ja nicht, sondern vor allem die Skandinavier. Wie kommt das?**
Ich kann mir vorstellen, dass dem Itali-

ener eine gewisse Überheblichkeit im Weg steht. Doch das kann sich ändern. Zurzeit entwickeln Italiens Barista-Meister einen ziemlichen Ehrgeiz.

► **Haben die Schweizer eine reale Chance, den ersten Platz an der WOC zu ergattern?**

Weltspitze bedeutet, dass der Schweizer Barista-Meister es ins Finale der WBC schafft, das heisst, unter den sechs Besten ist. Ich denke, das ist ein Ziel, das erreichbar ist. Ob es dieses Jahr schon der Fall sein wird, weiss ich nicht.

► **Woran fehlt es den Schweizern, dass sie es bisher nicht an die Spitze schaffen?**

An Zeit und Sponsoren. Seit letztem Jahr gibt es zwar ein Schweizer Barista-Team, das im Vorfeld der nationalen Meisterschaft trainiert wird. Aber uns fehlt ein richtiger Trainingsraum. Die Dänen zum Beispiel haben eine «Danish Coffee Academy», an der die nationalen Meister auf die WBC vorbereitet werden. Es wäre schön, wenn wir eine «Swiss Coffee Academy» hätten. Wenn man sieht, wie der dänische Trainer Martin Hildebrandt seinen Kandidaten an der WBC coacht, dann versteht man, wie viel dahinter steckt.

► **Die Teilnehmerzahl an der Schweizer Barista-Meisterschaft ist ja nicht extrem gross. Woher kommt die mangelnde Nachfrage?**

Vielen fehlt der Mut. Die Meisterschaft ist eine ziemliche Herausforderung.



■ Barista-Meister. Kurt Bauer kreiert einen Signature-Drink. Foto: GSG

Man muss sich entsprechend einsetzen, um etwas zu erreichen. Zudem ist die Barista-Meisterschaft in der Schweiz noch zu wenig bekannt.

► **Was ist die grösste Herausforderung an einer WBC?**

Mit der Nervosität umzugehen und die Sprache. Das geforderte Entertainment

auf Englisch zu bieten. Das lässt weniger Spontanität zu. In der Muttersprache ist das immer einfacher. Meinen «speech» habe ich natürlich im Vorfeld geschrieben. Man muss sicher auf Englisch durch seine Show führen können.

► **Kann der Kandidat an der WBC das gleiche Programm bieten wie an der Schweizer Meisterschaft?**

Grosse Unterschiede gibts beim Signature-Drink. Was bei der Schweizer Meisterschaft ankommt, ist nicht unbedingt für die WBC geeignet. Wichtig ist hier, die internationalen Trends aufzugreifen. Zurzeit entwickeln sich Signature-Drinks fast zu Desserts. Sie verstehen sich wie ein Menugang. Gerade mit dem Signature-Drink kann man Punkte holen. Da zeigt der Barista seine persönliche Handschrift. Wichtig ist an der WBC zudem die Präsentation und die Show des Kandidaten. Das Entertainment darf nicht übertrieben sein, aber auch nicht langweilig wirken. Der letzte Weltmeister hatte einen eigenen Choreographen gehabt. Seine Präsentation war perfekt und ruhig.

► **Was sind die häufigsten Fehler der Kandidaten?**

Die Bedeutung der Präsentation wird vielfach unterschätzt. Das Bedienen der Juroren fällt immer sehr unterschiedlich aus. Viele konzentrieren sich fast ausschliesslich auf die Zubereitung und das Handling. Sie vergessen, den Zuschauern und Juroren in die Augen

zu schauen. Der direkte Kontakt mit den Gästen macht ja auch einen guten Barista aus. Dazu kommt das Mise en place, dass der Löffel am richtigen Ort liegt etc. Für die Meisterschaft richtet der Teilnehmer eigentlich für eine Viertelstunde eine Cafébar ein.

«SO WIE ES DEN SOMMELIER IM GUTEN LOKAL BRAUCHT, SO SOLLTE ES AUCH DEN BARISTA GEBEN.»

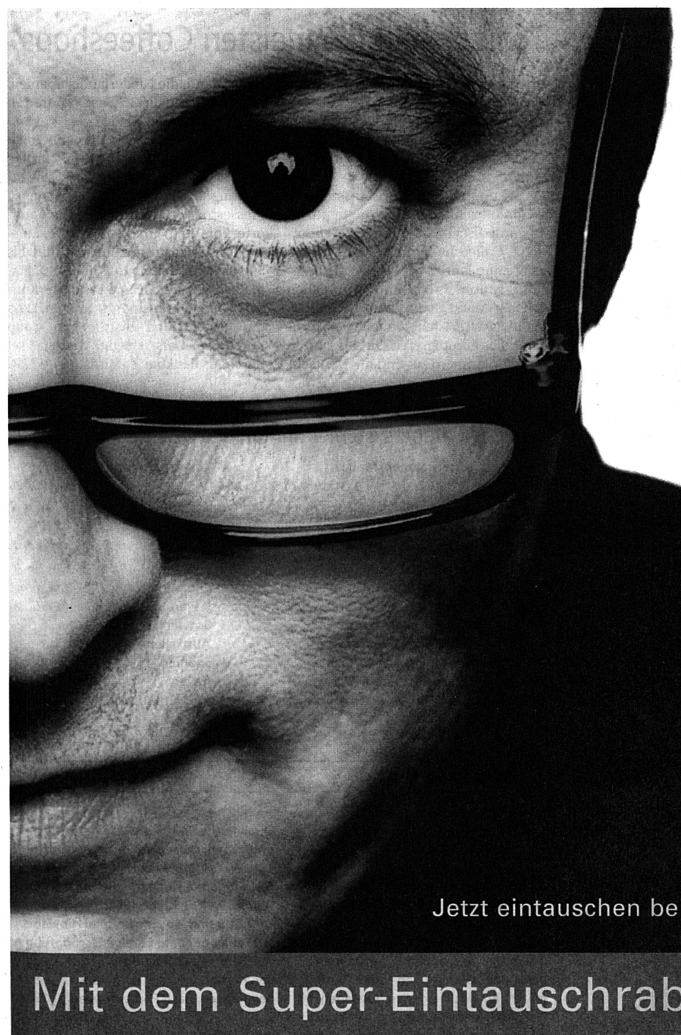
► **Und was sind so die klassischen Kardinalfehler der Schweizer Gastronomie bei der Kaffeezubereitung?**

So wie es in einem guten Restaurant einen Sommelier braucht, so sollte es auch einen Barista geben. Es braucht eine Person im Gastro-Betrieb, die die Kaffee-Kultur aus Leidenschaft zelebriert, wie der Gault-Millau-Koch in der Küche. An der Hausbar stellt man einen Bartender an, der Kaffee fristet ein völlig schattendasein. Dabei ist der gepflegte Kaffeegenuss nach einem guten Essen das Tüpfelchen auf dem i.

► **Braucht es dafür immer den Halbautomaten?**

Nicht unbedingt. Auch beim Vollautomaten kann man das perfekte Aufschäumen von Hand trainieren und mit Latte-Art Individualität zeigen.

Anzeige





BRITA®
Professional

www.brita.ch

ALT gegen NEU

Jetzt eintauschen bei Ihrem BRITA-Partner.

Mit dem Super-Eintauschrabatt sieht er noch frischer aus!

Kaffee-Geschirr

Ein schönes Table-Top zahlt sich aus

■ Eine edle Tasse wirkt sich positiv auf die Marge eines Café crème aus. Das will der Schweizer Cafetier-Verband an der World of Coffee zeigen.

Gudrun Schlenczek

Der Schweizer Cafetier-Verband SCV stellt an die 20 verschiedene Table-Top-Varianten aus – vom Wegwerfheber bis zur Luxusvariante. «Mit wenig finanziellem Mehraufwand kann für die Tasse sofort mehr verlangt werden», so das Fazit von Johanna Bartholdi, Geschäftsführerin des SCV. Da gemäss ihrer Kalkulation die Wahl eines exklusiven



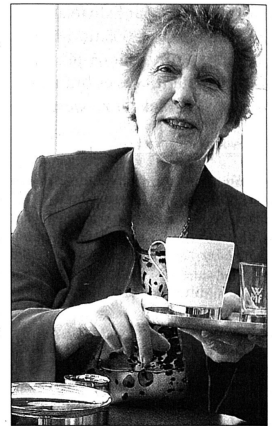
■ **Klassisch.** Das Milchkännchen statt der üblichen Kaffeerahmportionen wertet das Kaffee-Gedeck auf.



■ **Modern.** Bei dieser Chromstahlvariante verleiht das Mini-Tablett als Ersatz für die Untertasse den Pfiff.



■ **Luxus.** Mit attraktiv präsentierten Beigaben kann man bis Fr. 10.– pro Tasse verlangen. Warenkosten: 67 Rp.



■ **Bessere Marge.** Johanna Bartholdi empfiehlt, beim Table-Top nicht zu sparen. Fotos: Gudrun Schlenczek

Die Marge pro Tasse steigt trotz höherer Kosten

Gedeck mit Ober- und Untertasse (Beispielsmodelle von WMF)	Waren-, Betriebs- und Materialkosten in Rappen*	Möglicher Verkaufspreis in Franken	Maximale Marge in Franken
Standard weiss 0,25l	34,0	3.10 bis 3.60	3.26
Vivendi weiss	34,5	3.30 bis 3.80	3.45
Lotusblau weiss	35,0	3.50 bis 4.00	3.65
Coffeelings	35,3	3.70 bis 4.20	3.85
Theresia weiss	36,0	3.80 bis 4.30	3.94
Smart lines	36,4	3.90 bis 4.40	4.04
Coffee de luxe	36,6	4.00 bis 4.50	4.14
Inox mit Chromagant-Tablett	38,2	4.20 bis 4.70	4.32

* Kosten pro Tasse für Kaffee, Zucker, Rahm, Tassenbeilage (während 8 Wochen pro Jahr), Abwasch, Investition Table-Top inklusive Löffel, Bruch, Verzinsung Investition; Investition berechnet für ein Inventar von 200 Tassen und einen Ausstoss von 300 Tassen pro Tag. Quelle: Schweizer Cafetier-Verband

Geschirrs nur minimal höhere Kosten pro Tasse verursacht, wirkt sich ein «Upgrading» beim Table-Top durchwegs positiv auf die Marge aus (siehe Tabelle). Bartholdi: «Natürlich muss die Präsentation auf den Typ des Cafés abgestimmt werden.»

Der grösste Brocken bei den Warenkosten sind der Kaffee selbst, Zucker und Rahm. In den von Johanna Bartholdi für diesen Posten pauschal kalkulierten 28 Rappen pro Tasse Kaffee ist auch eine Tassenbeilage während 8 Wochen im Jahr enthalten. Für den Abwasch veranschlagt die SCV-Geschäftsführerin 4 Rappen pro Tasse: Hierin sind Strom, Wasser und Abwasmittel enthalten. Nicht eingerechnet sind die

Amortisationskosten für die Abwaschmaschine sowie Personalkosten.

Am wenigsten belastet das Table-Top die Warenkosten pro Tasse: Bei einem Einstandspreis von 15 Franken für Ober- und Untertasse inklusive Kaffeeöffel, Bruch und Verzinsung entstehen Kosten pro Tasse von 2,2 Rappen. Gerechnet wird üblicherweise mit 12 bis 14 Prozent Bruch pro Jahr. Erst bei einem doppelt so hohen Einstandspreis würden die Einkaufskosten die Abwaschkosten überhaupt übertreffen.

Positiv auf Verkaufspreis und Marge wirke sich auch die Beigabe eines Glases Wasser aus, ist Bartholdi überzeugt. Die Investition für das Glas und der Abwasch verursachen Mehrkosten von

rund 1,5 Rappen pro Gedeck, rechnet die SCV-Geschäftsführerin vor. «Das Wasser wird ja nicht gratis offeriert, sondern durch den höheren Verkaufspreis gedeckt.» Allerdings sollten es maximal 1,5 dl Wasser sein, damit die Beigabe nicht den Mineralwasserverkauf konkurrenzieren.

World of Coffee, Bern, BEA-Halle G1, Stand C 10

Anzeige

Neu

Côte d'Azur, der neue Kaffeetrend!

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

côte d'azur

World of Coffee 2006

Herzlich willkommen an unserem Stand an der World of Coffee 2006 vom 19. - 21. Mai in der BEA Halle 1 in Bern.

Blaser Café

Trends Traditionen

Tel. 031 380 55 55 Fax 031 380 55 40 Güterstr. 4, Bern www.blaser-cafe.ch

Cafébar-Systemer in Europa

Tchibo zählt die meisten Coffeeshops

■ Noch immer dominieren in Europa individuelle Cafés und Cafébars, konstatiert das Londoner Marktforschungsinstitut Allegra Strategies. 5370 Coffeeshops und Cafés, die zu einem Unternehmen mit mehr als einem Outlet und klarer Expansionsstrategie gehören, zählt das Institut heute in 16 europäischen Ländern. 7000 «branded» Coffeeshops und Cafés sollen es bis zum Jahre 2009 sein, so die Prognose. Nummer eins im europäischen Cafébar-Markt ist die deutsche Tchibo-Handelskette (siehe Tabelle). 48 Prozent aller europäischer Outlets sind in Grossbritannien zu finden. Deutsch-

land, Irland, die Niederlande, Spanien, Schweden und die Schweiz gehören zu den Wachstumsmärkten.

In der Schweiz will Coop mit einem Cafébar-Konzept ab Herbst starten: «Ca'Puccini» sei vor allem als Dienstleistung für die Kunden gedacht, so Pressesprecher Jörg Birnstiel. Als Standorte kommen grosse Coop-Verkaufsstellen in Frage. Landesweit sind bis 50 solcher Cafébars mit 30 bis 40 Sitzplätzen geplant. Das detaillierte Konzept ist man nun am Ausarbeiten. Dass die bestehenden Bistros von Coop durch Cafébars ersetzt werden, sei durchaus denkbar, so Birnstiel. GSG

Europas Cafébarsystemer im Ranking

Ranking Europa	Unternehmen/Marke	Ursprungsland	Anzahl Outlets 2006
1	Tchibo	Deutschland	769
2	Starbucks Coffee Company	USA	655
3	Whitbread (Costa Coffee)	England	424
4	Caffè Nero Group plc	England	250
5	Compass Group (Caffè Ritazza)	England	225
6	Segafredo Zanetti Espresso Worldwide	Italien	211
7	Nestlé (Café Nescafé)	Schweiz	181
8	BB's Coffee & Muffins	Australien	130
9	Jamaica's Franchising S.L.	Spanien	115
10	Segafredo Zanetti (Puccino's)	Italien	91*

* Schätzung

Quelle: Allegra Strategies Interviews and Analysis, 2006; www.allegra.co.uk

KURZ UND BÜNDIG

Neues von Brita

■ Brita Wasser-Filter-Systeme AG, Neudorf, demonstriert an der World of Coffee «AquaAroma Crema», die Kartusche für nicht am Festwasser angeschlossene, wassertankbetriebene Kaffeemaschinen, erstmals live an einer Kaffeemaschine. Nach eigenen Aussagen als Erster auf dem Sektor der Trinkwasser-optimierung, bietet Brita für die «Aqua-

Quell Purity Filter» die Telemetrie-Technologie an. Diese ermöglicht eine effiziente Wartung. Die vom Filter gesendeten Meldungen enthalten alle relevanten Details, welche für den Wartungstechniker nötig sind: So zum Beispiel Hinweise auf Fehler oder auf baldige Erschöpfung der Filterkapazität und die Auflistung der Kartuschen, die ausgetauscht werden müssen, nach Postleitzahlen. GSG

World of Coffee, Stand C80/B1

Café Felix, Zürich

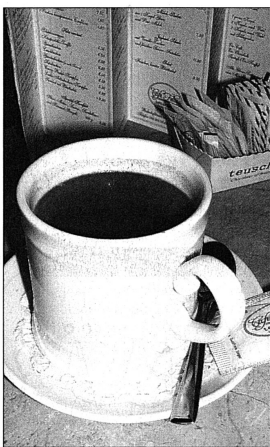
Erfolg mit Kitsch, Kaffee und Kuchen

■ Fast so überladen wie das Café Schober: das neue Café Felix in Zürich. Kuchen und heisse Schokolade aus Milch ab Hof locken täglich 2000 Gäste.

Gudrun Schlenczek

Das Café Schober im Oberdorf ist eine Institution in Zürich. Verspielte Roko-ko-Dekoration gepaart mit süssem Kaffee&Kuchen-Geschäft verführt hier seit eh und je die Zürcher. Modernen Café-bar-Trends zum Trotz kann sich der Ableger der Coniserie Teuscher nicht über mangelnde Nachfrage beklagen. Nun hat das Traditions-Café Ende März eine Kopie an der Bahnhofstrasse erhalten. Etwas weniger verspielt präsentiert sich das Café Felix mit 120 Sitzplätzen auf zwei Stockwerken und 240 Aussenplätzen. Hinter dem Café Felix stecken die gleichen Macher: Felix Dätwyler als Konzepter und die Zürcher Coniserie Teuscher als Food-Lieferant. Künstlich sind nur die zahlreichen Plastikblumen, Essen und Trinken ist hausgemacht, die Rohprodukte grossteils frisch vom Teuscher-eigenen Bauernhof. Dritter im Bunde ist der Zürcher Gastro-Unternehmer Michel Péclard, der bereits mit dem «Münsterhof», der «Pumpstation» und der «Tramstation» Konzepte entgegen den «Mainstream» umsetzte.

Der Zeitpunkt kam dem Duo Teuscher und Dätwyler gelegen: Aufgrund eines Umbaus der Liegenschaft muss



■ Gegen den Trend. Das Café Felix in Zürich höhnt mit seiner üppig künstlichen Dekoration allen modernen Design-Trends. Geschäftsführer Sebastian Wolo (Foto links) macht Umsatz mit Kuchen und heisser Schokolade.

Foto: Gudrun Schlenczek

das Café Schober im Herbst nächsten Jahres geschlossen werden. «Wir brauchen einen neuen Standort, sonst verlieren wir die Kunden», so Dätwyler. Zwar soll fast gleichzeitig mit der «Schober»-Schliessung im UBS-Bau am Bellevue ein «Grand Café Felix» mit 300 Innen- und Aussenplätzen eröffnen. Doch hier wird man neben Kaffee und Kuchen auch warme Mahlzeiten

offerieren und stilistisch noch etwas dezenter fahren.

Vom «Münsterhof» angelieferte Mittagsmenus hat man zwar anfangs ebenfalls im neuen Café Felix an der Bahnhofstrasse den Gästen offeriert. Nach drei Tagen wurde der Versuch wieder abgebrochen. «Der Geruch von Hackbraten passt nicht in unser Café», erklärt Geschäftsführer Sebastian Wolo.

Das salzige Angebot beschränkt sich nun auf diverse Kuchenkreationen mit Blattsalat. Das Hauptgeschäft läuft jedoch am Nachmittag. Von den täglich rund 2000 Gästen zählt Wolo um die 300 morgens zwischen 6 Uhr 30 und 10 Uhr und noch 500 zwischen 10 Uhr und 13 Uhr. Der Rest käme am Nachmittag, ab halb zwei Uhr bis 18 Uhr. Geöffnet ist das Café sieben Tage die Woche bis

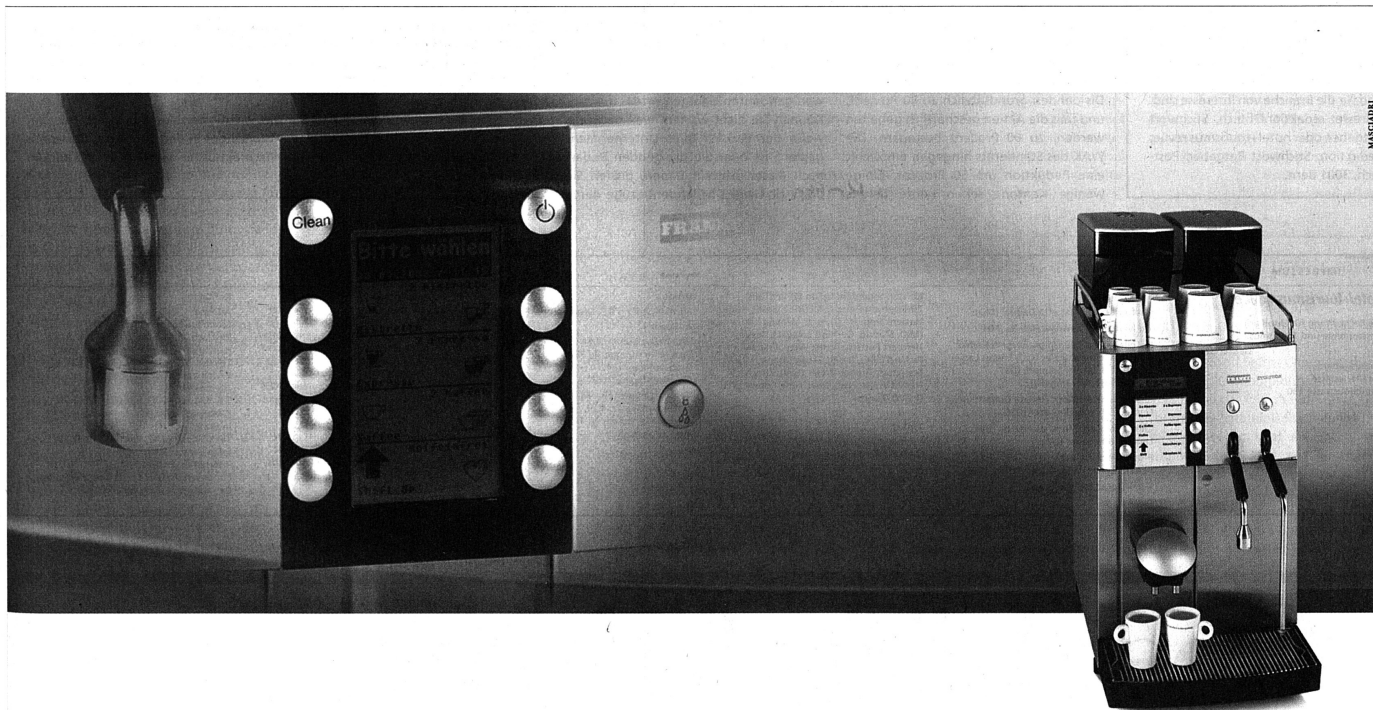
22 Uhr, am Wochenende öffnet man morgens später.

Knapp ein Drittel des Umsatzes mit heisser Schokolade

Um das Morgengeschäft anzukurbeln, offeriert man den Kaffee bis 9 Uhr für 4 Franken statt für Fr. 4.60. «Wir bieten einen guten Kaffee zu nicht überrissenen Preisen», unterstreicht Dätwyler mit Blick auf die Konkurrenz an der Bahnhofstrasse: Im Hotel St. Gotthard kostet die Tasse Café crème auf der Terrasse Fr. 6.50. Dafür hat die heisse Schokolade ihren Preis: 3 dl mit Sahne kosten Fr. 8.50. Die heisse Schoggi aus Rohmilch frisch ab Bauernhof und Schokolade von der Coniserie Teuscher schenkt umsatzmässig ein: Knapp ein Drittel des Umsatzes wird zurzeit mit dieser Spezialität erzielt. Ein Fünftel der Einnahmen stammen vom Kaffee, 35 Prozent vom Essen und 15 Prozent vom Alkoholverkauf. Im Gegensatz zum Café Schober stehen im Café Felix auch Weine, Bier und Apéritifs auf der Karte. Zwischen 15 und 20 Franken liegen die Ausgaben pro Gast. 80 Prozent des Umsatzes entfällt gegenwärtig aufs Café, 20 Prozent auf den Ladenverkauf mit Coniserieprodukten.

Ein Café Felix soll im kommenden Jahr zudem in London, im Hotel Intercontinental, entstehen. Ein weiteres besteht seit sechs Jahren in Newport Beach, Kalifornien. In der Schweiz sind nach der Eröffnung im 2007 im «Bellevue» keine weiteren Café Felix geplant.

Anzeige



Evolution – Spitze in ihrer Klasse.

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

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

Franke Coffee Systems

FRANKE

Ratgeber

Gültigkeit von Gutscheinen

► **Frage:** Ich betreue in der Verkaufsförderung diverse Hotels und bin oft mit Gutscheinen konfrontiert. Verkaufte Geschenkgutscheine sind normalerweise ein Jahr gültig. Müssen diese verlängert werden, da diese bezahlt wurden? Kürzlich erwähnte jemand, dass diese Gutscheine unbeschränkt gültig sind – Stimmt das? Sponsoring-Gutscheine sind normalerweise auch ein Jahr gültig. Auf allen Sponsoring-Gutscheinen erwähnen wir, dass diese nicht verlängert werden können. Müssen diese aber trotzdem verlängert werden?

R. S. aus M.

■ Annette Rupp
Rechtsberatung
hotelleriesuisse



► **Antwort:** Gutscheine sind in den unterschiedlichsten Branchen und natürlich auch in der Hotellerie sehr beliebt.
– **Befristete Gutscheine:** Diese können grundsätzlich nur während der vereinbarten Gültigkeitsdauer eingelöst werden. Ist diese Frist abgelaufen, ist der Hotelier nicht mehr verpflichtet, diese anzunehmen. Aus Kulanzgründen kann er die Gutscheine natürlich trotzdem noch akzeptieren.
– **Unbefristete Gutscheine:** Nach Art. 127 OR sind solche Gutscheine 10 Jahre gültig. Bei Konkurs allerdings verfallen diese, da die Leistungserbringung unmöglich wird.

Ratgeber

Von der GmbH ins Privatvermögen

► **Frage:** Da ich als Hotelier sehr erfolgreiche Jahre hinter mir habe, verfügt die GmbH über hohe Gewinnreserven. Wie kann ich diese Mittel in mein Privatvermögen übertragen, ohne dass die Hälfte an den Fiskus und die Ausgleichskasse fließt?

M. A. aus B.

■ Hugo Schmid
dipl. Steuerexperte
dipl. Wirtschaftsprüfer
Bommer + Partner
Treuhandschenschaft



► **Antwort:** In der Schweiz existiert die so genannte wirtschaftliche Doppelbesteuerung für Aktionäre (dies trifft auch für Gesellschafter einer GmbH zu). Einerseits erfolgt die Gewinnbesteuerung bei der Gesellschaft, andererseits die Dividendenbesteuerung als Einkommen beim Aktionär (Gesellschafter der GmbH). Zum Zwecke der Vermeidung dieser Doppelbesteuerung werden die Saläre der Aktionäre hoch angesetzt. Die Steuerbeamten qualifizieren nicht selten einen Teil dieser Salärbezüge in eine verdeckte Gewinnausschüttung um – Folgen: beim Aktionär wird dieses Einkommen statt als Gehalt als Dividende besteuert (ein kleiner Trost: die Sozialversicherungsbeiträge werden auf Antrag zurückerstattet); bei der Gesellschaft wird der Gehaltsaufwand aber als steuerbarer Gewinn aufgerechnet – also wird derselbe Gewinn zweimal besteuert. Können Sie aber nachweisen, dass Ihr Salär dem Drittvergleich standhält (entsprechend Ihrer Ausbildung, Stellung im Betrieb, Funktion im Vergleich zu anderen Betrieben), sollte diese Korrektur vermeidbar sein.

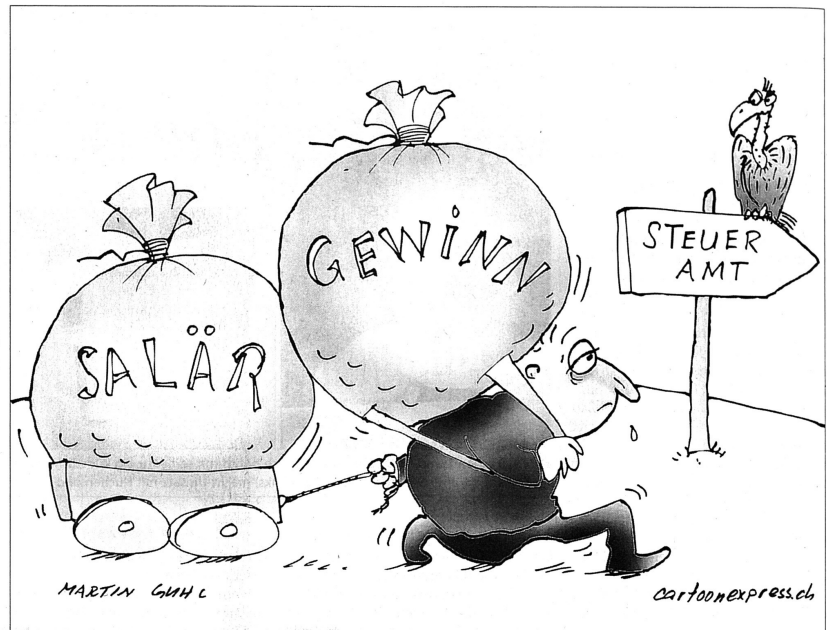
Im Rahmen der Unternehmenssteuerreform II sollen Privataktionäre von der wirtschaftlichen Doppelbesteuerung entlastet werden. Der Bundesrat möchte Dividenden grundsätzlich zu 80 Prozent, und falls die Aktien geschäftlich gehalten werden, zu 60 Prozent besteuern. Die WAK des Ständerats hingegen empfiehlt eine Reduktion um 50 Prozent. Einige wenige Kantone sehen heute bereits

Reduktionen in ähnlichem Ausmass vor, andere wiederum werden diese Entlastung in nächster Zeit in ihre Steuergesetze aufnehmen.

Falls möglich haben Sie noch etwas Geduld für die Dividendenauszahlung und tätigen Sie Ihre Bezüge vorläufig in Form eines stattlichen Gehaltes, welches dem Drittvergleich standhält. Ich kann Ihnen den Zeitpunkt des Inkrafttretens der Unternehmenssteuerreform II nicht voraussagen, bin aber überzeugt, dass dies in wenigen Jahren erfolgen wird. Können Sie nicht warten, weil beispielsweise der Verkauf Ihres Unternehmens geplant ist oder Sie dringenden Bedarf nach diesen Mitteln haben, prüfen Sie doch, ob diese Dividendenbezüge durch

gleichzeitige steuerliche Abzüge im selben Steuerjahr neutralisiert werden könnten. Einige Beispiele für diese Abzüge sind: die Unterhaltskosten von Lie-

genschaften, die Leistung von Einkaufsbeiträgen in die Pensionskasse oder allenfalls die Geschäftsverluste einer Einzelunternehmung.



MARTIN Gmhl

cartoonexpress.ch

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, Redaktion, Stichwort Ratgeber, Postfach, 3001 Bern.

htr INTERNET-AGENDA

Möchten Sie wissen, was in Hotellerie, Gastronomie und Tourismus los ist? Wann findet die nächste Internationale Tourismusbörse in Berlin (ITB) statt? An welchem Ort wird die «World of Coffee 2006» veranstaltet? Oder suchen Sie die Details über die Hogatec in Düsseldorf?

In unserer Internet-Agenda finden Sie die wichtigsten Angaben über die bedeutendsten Messen, über Tagungen und Workshops in der Hotellerie, Gastronomie und im Tourismus. Loggen Sie sich einfach ein unter www.htr.ch und klicken Sie auf «Agenda».

IMPRESSUM

hotel+tourismus revue

Die Fachzeitschrift für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

Herausgeber:
hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130
Postfach
3001 Bern

Gegründet 1892

Redaktion:
Chefredaktion: Marietta Dedual (MD),
Stellvertreter: Miroslaw Halaba (MH),
Hotellerie und Tourismus: Herbert Fischer (HFR),
Christine Künzler (CK), Theres Lagler (TL),
Daniel Stampfli (DST),
Dr. Karl Josef Verding (KJV),
Gastronomie/Technik: Renate Dubach (RD),
Gudrun Schlenker-Gasser (GSG),
Cahier français: Miroslaw Halaba (MH),
Laurent Misbauer (LM),
Produktion/Layout:
Roland Gerber (RG), Gilbert Perrot (GPE),
Korrektur: 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;
Herbert Purtscher (HP), Wien; Franziska
Richard (FR), Basel; Georg Uebauer (GU),
Frankfurt; Gregor Waser (GW), Zürich;
Harald Weiss (HW), New York; Robert Wildi
(ROW), Zürich.

Verlag:
Verlagsgesellschaft: Iris Strebel,
Stelleninhaber: Marc Moser,
Geschäftsstellen: Oliver Gloggi
(Anzeigenleiter), Michael Müller.

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

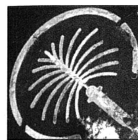
Partnerpublikation:
– Verband Schweizer Tourismusmanager
(VSTM)
– Schweizerische Vereinigung diplomierter
Tourismusexperten (TOUREX)
– Vereinigung Diplomierter Hoteliers-
Restaurateurs SHV (VDH)
– Swiss Congress & Incentive Bureau (SCIB)
– Swiss Partner für den Gruppentourismus
– Verband Schweizer Heilbäder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

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

Geschäftsführer, will sich
auf seinen Lorbeeren ausruhen, bietet
Küchenchef eigene Küche. jobs.htr.ch

htr

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



HÔTELLERIE 2
Mövenpick | La chaîne suisse poursuit son expansion. Elle ouvrira en 2007 deux hôtels sur l'île en forme de palmier à Dubaï.



TOURISME 3
Genève | La loi touristique révisée, qui sera soumise au peuple genevois, est importante pour l'avenir de Genève Tourisme.



HÔTELLERIE 4
Genève | L'Hôtel Les Armures allie désormais son patrimoine historique avec quatre nouvelles chambres très «design».



Promotion de la Suisse

Dans l'attente du message du Conseil fédéral

■ Le Conseil national a accepté, avec le principe d'une économie de 20%, la motion de sa Commission de l'économie et des redevances, relative à la promotion de la Suisse à l'étranger. Pour le tourisme, l'important, pour l'heure, c'est que le dossier avance.

Miroslaw Halaba

L'événement n'a guère été mentionné par les journaux, plus occupés qu'ils étaient, ce jour-là, par le dépôt de l'initiative visant à limiter le droit de recours des associations. Le dossier de la coordination de la promotion de la Suisse à l'étranger n'en a pas moins sensiblement avancé, la semaine dernière, avec l'acceptation par le Conseil national, de la motion de la Commission de l'économie et des redevances. L'objet a été approuvé par 115 voix contre 46. Cette motion, rappelons-le, propose la création de deux nouvelles sociétés, l'une chargée de la promotion du commerce extérieur, l'autre chargée de la promotion de l'image de la Suisse et incluant notamment Suisse Tourisme. La motion comprend toutefois aussi l'exigence d'une économie dans le domaine administratif de l'ordre de 20%.

Le Conseil fédéral peu favorable aux 20% d'économies

Cette idée a fait l'objet de discussions. Directeur des Remontées mécaniques suisses, Peter Vollmer (socialiste) a fait savoir qu'il n'avait pas de compréhension pour cette proposition, car le but de l'opération est d'obtenir une meilleure coordination de la promotion et non pas de réaliser des économies. Par la voix de son ministre de l'économie, Joseph Deiss, le Conseil fédéral, a aussi exprimé ses réserves. Pour lui, comme pour Peter Vollmer ou la directrice de la Fédération suisse du tourisme, Judith Renner-Bach, l'important c'est que la motion ait été acceptée, permettant ainsi de faire avancer le dossier. Les détails de la réalisation du projet feront l'objet d'un message, qui devrait être soumis aux Chambres lors du premier trimestre 2007. «Souhaitons que le Conseil fédéral se montrera alors plus intelligent que la Commission de l'économie et des redevances avec sa proposition d'économies», a dit Peter Vollmer. Le Conseil des Etats devrait se prononcer sur cette motion durant la session de juin.

«World of Coffee», Berne

Le café, une boisson à redécouvrir

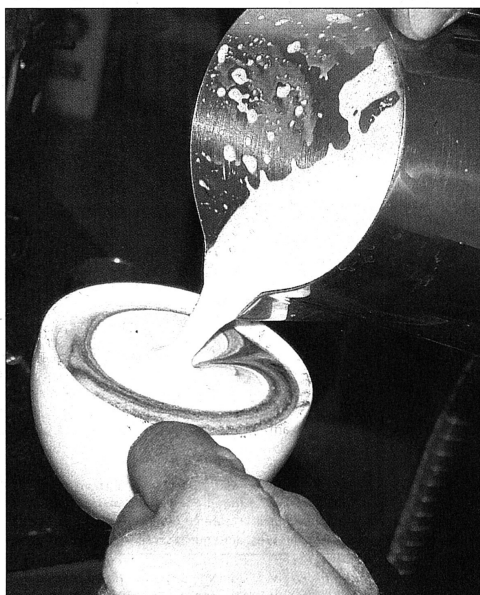
■ Après les Etats-Unis l'an dernier et le Japon en 2007, c'est au tour de la Suisse d'accueillir cette année «World of Coffee», le salon mondial du café qui se tiendra à Berne du 19 au 21 mai. Séminaires, concours et expositions de machines à café figurent notamment au programme.

Laurent Missbauer

Que faut-il faire pour proposer à ses clients du bon café? Quelles différences y a-t-il entre un arabica et un robusta? Qu'est-ce qui distingue un cappuccino d'un macchiato? Ces questions et bien d'autres encore trouveront leur réponse au «World of Coffee» qui se tiendra à Berne, du 19 au 21 mai, au centre de congrès et d'expositions BEA-Expo.

«Parler de café comme on parle d'un grand cru»

Un des principaux buts de ce salon mondial du café sera de faire redécouvrir toutes les subtilités de cette boisson très appréciée dans notre pays. «La Suisse, avec une consommation de 8 kg de café par an et par personne, figure au 4e rang mondial derrière la Finlande, la Suède et le Danemark, mais devant l'Allemagne, la France, les Etats-Unis et l'Italie», relève le Neuchâtelois Mathieu Huguenin, 2e au récent championnat de Suisse de barista, terme utilisé pour qualifier le «sommelier du café». Et si le terme de barista est encore peu connu en Suisse, il en va différemment en Allemagne et surtout en Italie où il s'agit



■ L'art du café. Le salon «World of Coffee», qui se tiendra en fin de semaine à Berne, présentera le café sous toutes ses facettes. Kurt Bauer, le barista champion de Suisse en 2005, montre ici une de ses créations artistiques en forme de cœur. Photos: htr

d'un métier à part entière. «Là-bas, lorsqu'on entend un barista évoquer les mélanges plus corsés, plus doux, voire l'équilibre harmonieux entre les deux, on se rend compte que l'on peut parler de café comme l'on parle de grands crus», ajoute Mathieu Huguenin.

Une source de recettes supplémentaires pour l'hôtelier

Pour un hôtelier, un salon tel que le «World of Coffee» permet de faire plus ample connaissance avec une boisson que tout le monde croit connaître, mais qui ne demande finalement qu'à être redécouverte. Une boisson qui, si l'on s'y prend bien, devrait permettre de compenser une partie de la baisse des recettes engendrée par la diminution de la consommation d'alcool à la suite de l'introduction du 0,5%. A l'hôtelier et au restaurateur de proposer à ses clients une carte des cafés proposant des spécialités telles qu'un café brésilien, italien, viennois, Max Havelaar ou Grand Marnier. «Il y a tout un travail à faire auprès de la clientèle. Surtout depuis qu'elle est en mesure de faire du très bon café chez elle. Avec l'arrivée

des portions individuelles et des offres de qualité telles que celles menées par Nespresso, les gens vont de moins en moins au café pour déguster un bon café», précise Mathieu Huguenin. Une carte des cafés très fournie avec plu-

sieurs cafés savoureux devrait permettre d'inverser cette tendance. Le succès de la chaîne américaine des bars à café Starbucks est là pour le prouver.

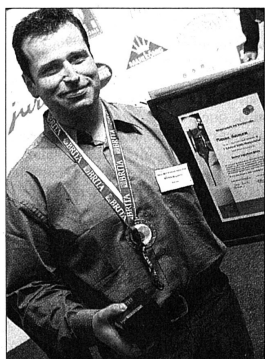
Lire aussi les pages 13 à 17 du cahier en allemand

«World of Coffee»: un salon avec plusieurs points forts

■ Le «World of Coffee» ne sera pas seulement un salon où les professionnels de la branche proposeront des articles pour transformer le café, du café à la tasse, mais également une plate-forme de séminaires sur la préparation des cafés, la torréfaction, le commerce équitable et la dégustation*. Un des points forts du salon sera la finale du championnat du monde de barista regroupant des participants de 40 pays. Chaque candidat dispose de quinze minutes pour préparer des espressi, des cappuccini et une création personnelle. Le soin apporté au goût, à l'aspect (la mousse de café sur les espressi, la mousse de lait sur les cappuccini), mais aussi à l'originalité et à la présentation sera déterminant. D'autres compéti-

tions concerneront le «Latte Art Championship» – qui consiste à réaliser des dessins artistiques avec du lait – et le «Coffee in Good Spirits Championship», c'est-à-dire le championnat des cafés «arrosés» ou des cocktails de cafés avec alcool. Le Neuchâtelois Mathieu Huguenin, qui a récemment été sacré vice-champion de Suisse des baristas à Lucerne, a été sélectionné pour participer au «Coffee in Good Spirits Championship». Il y présentera le café qui lui avait valu à Lucerne le premier prix dans la catégorie des recettes, à savoir un café bio Max Havelaar, avec pollen de fleurs, miel de sapin, sirop de sapin et alcool de sapin. LM

* Programme complet: www.worldofcoffee.ch



■ Mathieu Huguenin représentera la Suisse dans le «Coffee in Good Spirits Championship». Photo: www.barista.ch

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

hoteljob

LE SPECIALISTE DU PLACEMENT

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

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

Centre logisitique Téléphone
8953 Dietikon 01 746 55 55

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

www.howeg.ch

MIRUS Planification des ressources

Des tableaux de service sur mesure et un contrôle parfait.

Profitez vous aussi du savoir-faire du leader du marché

MIRUS
Software

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

MIRUS Software AG - 1052 Le Mont-sur Lausanne
Téléphone 021 647 71 21 - Fax 021 647 71 22
Internet: www.mirus.ch - E-Mail: info@mirus.ch

Le linge que vous choisissez

Un linge suisse de qualité pour votre établissement.

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

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

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

Schwob
textiles of Switzerland

Les écoles hôtelières en congrès à Lausanne

■ **EUHOFA.** L'école hôtelière de Lausanne (EHL) mettra sur pied, du 14 au 19 novembre, le 45e congrès de l'EUHOFA International, organisation qui groupe les représentants des écoles hôtelières de quelque quarante-cinq pays, dont la Suisse. Ce congrès, qui sera présidé par l'adjoint au directeur général de l'EHL et membre du comité de l'EUHOFA, Samuel Salvisberg, devrait être suivi par cent vingt à cent cinquante personnes. Le thème retenu pour cette manifestation est la

gestion de la formation hôtelière dans un environnement multiculturel. « Cette question est de plus en plus d'actualité et, avec un effectif d'étudiants provenant de quelque quatre-vingts nations, l'EHL constitue un bon endroit pour en débattre », indique Samuel Salvisberg.

Le congrès proprement dit se déroulera le 16 novembre. Il sera marqué par des conférences et par des ateliers. Parmi les conférenciers figurera notamment Reto Wittwer, président et direc-

teur général de Kempinski Hotels. Une information sur le congrès a été fournie lors du comité de l'EUHOFA qui s'est réuni les 5, 6 et 7 mai à l'EHL et auquel participaient onze membres. L'EUHOFA a été fondée en 1955, notamment, par Carlo de Mercurio, président d'honneur de la Société suisse des hôteliers, devenue depuis hotelleriesuisse. L'EUHOFA organise un congrès tous les ans. Elle est déjà venue plusieurs fois en Suisse, la dernière étant en 1993. **MH**

Minotel: la nouvelle entité est «performante»

■ **Minotel.** La chaîne hôtelière Minotel récolte les fruits du groupement, effectif depuis le 1er janvier 2005, des activités de Minotel Suisse et de Minotel International. Ce groupement, indique-t-elle, « a permis de créer une entité plus compacte et plus performante, comme le confirment les premiers résultats de 2006 ». De « saines synergies », notamment sur le plan promotionnel et informatique (réservations), « ont remplacé les problèmes dus à l'intégration de

groupes hôteliers étrangers incontrôlables, voire insolubles », écrit-elle.

La chaîne, dont les membres se sont réunis en assemblée générale, la semaine dernière à Interlaken, comptait à fin mars 322 établissements, dont 72 en Suisse. Quelque vingt à cinquante nouveaux hôtels suisses et étrangers devraient compléter cette liste en 2006.

L'augmentation des réservations, constatée l'an passé, s'est poursuivie au cours du premier tri-

mestre de cette année. Celle-ci a atteint 43,3%, indique Minotel, sans mentionner de chiffres absolus. Les performances de la nouvelle entité se mesurent notamment à la moyenne des réservations par hôtel qui a « triplé en Suisse et presque quadruplé à l'étranger par rapport à 2004 ». Lors de l'assemblée générale, les membres ont réélu Pierre Goy à la présidence pour deux ans et accepté une baisse des cotisations pour les membres helvétiques de 10%. **MH**

Classification hôtelière

Gastrosuisse ne pourra pas utiliser d'étoiles

■ Un tribunal zurichois est arrivé à la conclusion que Gastrosuisse ne pourra pas utiliser d'étoiles pour sa classification.

Miroslaw Halaba

Nouvel épisode important dans la « guerre des étoiles » qui oppose depuis l'an dernier hotelleriesuisse et Gastrosuisse. En effet, le Tribunal de commerce de Zurich est arrivé à la conclusion que Gastrosuisse ne pourra pas utiliser des étoiles, comme elle en avait l'intention, pour classer ses hôtels. Le juge unique, qui a fourni cette information oralement la semaine dernière, s'est basé sur les dispositions du droit des marques et de la concurrence pour rendre son jugement.

«Un appui justifié» sur le plan juridique

hotelleriesuisse est d'avis que son système de classification, mis en place il y a plus d'un quart de siècle et utilisant le symbole des étoiles « reconnu mondialement », obtient dès lors « un appui justifié » sur le plan juridique. L'association hôtelière faitière a indiqué qu'elle allait maintenant « promouvoir avec force » la cinquième révision de ses normes de classification qui est actuellement en cours et qui entend s'adapter « aux exigences croissantes des hôtes ». La publication des résultats de cette adaptation est attendue pour le mois de septembre. hotelleriesuisse a toutefois aussi précisé que la possibilité pour Gastrosuisse de participer à la classification des hôtels selon ses propositions demeurerait « ouverte ».

Gastrosuisse attend le jugement écrit

Cité par l'ATS, Gastrosuisse, qui s'est exprimée par sa porte-parole, Brigitte Meier-Schmid, a indiqué qu'elle déploierait cette décision et qu'elle la considérerait comme une mesure préventive, dans l'attente du document écrit. La porte-parole ne s'est pas prononcée sur un éventuel recours. Gastrosuisse prévoit d'introduire sa propre classification cet été.



■ Un nouvel hôtel Mövenpick. Construit sur la jetée en demi-cercle qui protège les 17 « palmes » de l'île artificielle « Palm Jumeirah » à Dubaï, le « Mövenpick Resort & Spa Palm Jumeirah » disposera de 293 chambres, ainsi que d'un centre de remise en forme et d'un spa asiatique avec douze salles de traitement. Photo: Mövenpick Hotels & Resorts

Mövenpick Hotels & Resorts

De 55 à 100 hôtels d'ici à 2010

■ La récente arrivée de Mövenpick sur l'île Maurice (cf. htr. du 4 mai) n'est que la pointe de l'iceberg de l'expansion que la chaîne suisse entend mener d'ici 2010. Dans un peu plus de trois ans, le groupe Mövenpick comptera en effet 100 hôtels. Il n'en avait que 35 en 1999.

Laurent Missbauer

La chaîne hôtelière Mövenpick connaît actuellement la plus importante croissance de son histoire. Si les débuts, en 1973, avaient été timides avec l'ouverture de deux hôtels à proximité de l'aéroport de Zurich, l'arrivée en 1999 de Jean Gabriel Pérès à la tête de Mövenpick s'est traduite par la mise en place

d'une politique résolument expansionniste. On en veut pour preuve le fait que le nombre d'hôtels Mövenpick devrait pratiquement doubler au cours de ces trois prochaines années pour passer de 55 actuellement à 100 en 2010.

Les résultats d'exploitation ont plus que doublé en 2005

L'expansion de la chaîne hôtelière basée à Adliswil (ZH) s'explique notamment par une structure financière « exempte de dettes » et par des résultats d'exploitation qui ont plus que doublé l'an dernier en passant de 2,9 millions de francs en 2004 à 6,1 millions en 2005. Ces résultats ont ainsi permis de poursuivre le tableau de marche fixé par Jean Gabriel Pérès: « Outre l'Europe (Ndlr: Mövenpick vient d'ouvrir, juste à temps pour le début de la Coupe du monde de football, un nouvel hôtel à Francfort), le Proche-Orient et l'Afrique, nous entendons désormais poursuivre notre expansion sur le continent asiatique. En signant ce printemps un contrat de management pour un nouvel hôtel à Bangalore, nous avons effectué un premier pas en Inde, tête de pont de notre expansion vers l'est », a relevé Jean Gabriel Pérès.

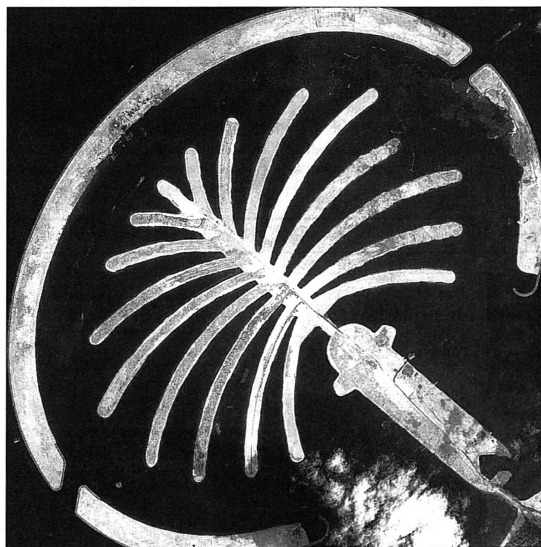
Deux hôtels sur l'île en forme de palmier à Dubaï

Cette expansion vers l'est, concrétisée par la récente implantation de Mövenpick à l'île Maurice, passera aussi par les Emirats Arabes Unis. « Alors que nous ne comptons pour l'instant qu'un seul hôtel Mövenpick à Dubaï, nous en ouvrirons cinq autres l'an prochain, dont deux sur l'île artificielle en forme de palmier au large de la plage de Jumeirah », explique Alain Gozzer, le responsable des relations publiques de Mövenpick. Cette île, appelée « Palm

Jumeirah », est constituée d'un tronc et de 17 « palmes » protégées par une jetée en demi-cercle. Sa construction a nécessité le déplacement de 100 millions de m³ de sable et de rochers.

Le premier des deux hôtels que la chaîne suisse y ouvrira en 2007 sera le « Mövenpick Resort Oceana Palm Jumeirah ». Construit sur le tronc du palmier, il aura 248 chambres et suites, ainsi que 142 appartements avec des services pour de longs séjours. Deux piscines privées, un centre de thalassothérapie et quatre restaurants complèteront son offre. Le deuxième Möven-

pick, qui ouvrira lui aussi en 2007, se trouvera sur la jetée en demi-cercle précédemment évoquée. Appelé « Mövenpick Resort & Spa Palm Jumeirah », il disposera de 293 chambres, d'une discothèque, d'une piscine, ainsi que d'un centre de remise en forme et d'un spa asiatique avec douze salles de traitement. Ici aussi, quatre restaurants viendront compléter l'offre du deuxième Mövenpick sur l'île artificielle de « Palm Jumeirah ». Cette dernière accueillera encore d'autres hôtels, ainsi que plusieurs villas individuelles destinées à une clientèle à très fort pouvoir d'achat.



■ Palm Jumeirah. C'est sur cette île artificielle en forme de palmier que la chaîne suisse Mövenpick ouvrira deux nouveaux hôtels en 2007. Photo: Palm Jumeirah

Reclame

Engins pour places de jeux

www.gtsm.ch
GTSM-Maggingen 044 461 11 30

Tourisme genevois

Une loi pour garantir le financement

■ Les Genevois se prononcent le 21 mai sur la loi révisée sur le tourisme, loi qui devrait assurer la pérennité du financement de Genève Tourisme.

Miroslaw Halaba

«La nouvelle loi sur le tourisme est d'une importance vitale.» Genève Tourisme s'est montré très clair dans sa lettre d'information, diffusée fin avril et dans laquelle il présentait l'enjeu des votations cantonales du 21 mai. Ce jour-là, en effet, les citoyens genevois se prononceront sur une nouvelle mouture de la loi sur le tourisme. En vigueur depuis 1993, cette loi avait introduit des taxes de tourisme qui donnaient à Genève Tourisme les moyens de mener une stratégie de promotion d'envergure. Aujourd'hui, cette première version a besoin d'être simplifiée et clarifiée, notamment en ce qui concerne le rôle de l'office du tourisme. Cette clarification serait apportée par l'introduction d'un contrat de prestations liant Genève Tourisme et la Fondation pour le tourisme*. Cette modification de la loi précisera les tâches et les objectifs de l'of-

fice du tourisme et permettra, sur cette base, d'attribuer les fonds nécessaires à son activité. Comme l'indique le directeur de Genève Tourisme, François Bryand, ce contrat pourra, par exemple, déterminer qui est l'organisateur des Fêtes de Genève.

Une seule taxe au lieu de trois

La simplification sera, quant à elle, contrédictoire par le remplacement des trois taxes touristiques, que sont la taxe hôtelière, la taxe additionnelle et la taxe d'encouragement au tourisme, par une seule contribution: la taxe de promotion du tourisme. A noter que la taxe pourra être fixée par le Conseil d'Etat dans les limites d'une fourchette prévue par la loi. Pour Genève Tourisme, cette évolution de la loi est «bienvenue», car elle garantit son financement et, partant, lui donne les moyens de mener «une politique touristique cohérente et efficace à long terme». La nouvelle loi devrait conduire à une augmentation «sensible» des ressources allouées à Genève Tourisme, puisqu'il est question d'élargir le cercle des contribuables. Elle générera toutefois aussi



■ Genève. La nouvelle loi est saluée par Genève Tourisme. Photo: Miroslaw Halaba

des discussions sur les activités de l'office. Il faut, en effet, savoir, qu'en vertu de cette loi, Genève Tourisme devra soumettre pour «approbation» à la Fondation pour le tourisme son budget, ses comptes et son rapport d'activité et non

plus seulement «communiquer» ces informations. «Il est logique que ceux qui nous donnent les ressources pour réaliser notre plan d'action aient aussi un mot à dire sur la politique touristique de Genève, note à ce propos François

Bryand. La loi a de bonnes chances d'être acceptée. Au Grand Conseil, elle a été acceptée sans opposition et sept abstentions et tous les partis politiques, à l'exception de l'UDC, la soutiennent. Pourtant, elle ne satisfait pas les hôteliers.

Une loi «inéquitable», estiment les hôteliers

Ceux-ci n'étaient pas opposés à une révision, mais comme l'indique Paul Muller, président de la Société des hôteliers de Genève, cette loi est «inéquitable». «C'est sur nous que reposent les trois-quarts de la taxe de promotion», dit-il. Les hôteliers craignent également que la taxe soit relevée, ce qui engendrerait des coûts supplémentaires pour les établissements. Pour Paul Muller, il est toutefois trop tard pour faire une campagne d'opposition. «Nous ferons maintenant en sorte d'être présents lors de la préparation du règlement d'application et lors des discussions sur l'usage des fonds récoltés», dit-il.

* Cette fondation recueille les taxes touristiques. Elle groupe les autorités cantonales et communales, ainsi que les prestataires qui paient ces taxes.

PUBLIREPORTAGE

MIRUS avec le nouveau plan comptable

Le logiciel Comptabilité financière MIRUS est le premier de la branche en Suisse à intégrer le nouveau plan comptable pour l'hôtellerie et la restauration en Suisse! Une fois de plus, la MIRUS Software AG se démarque dans le développement des logiciels.

La globalisation des marchés de capitaux a permis, les années passées, aux entreprises d'améliorer et d'uniformiser considérablement la présentation des comptes. Comme le plan comptable constitue le noyau de toute comptabilité financière, il doit être adapté aux exigences actuelles. C'est pourquoi en août 2003, l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) – la Haute Ecole Spécialisée pour le Hospitality-Management – a été chargée, sur l'initiative d'hotelleriesuisse, de GastroSuisse et de la Société suisse de crédit hôtelier (SCH), de revoir le plan comptable. Paul Petzold de la MIRUS Software AG faisait partie du groupe des experts pour la technologie de l'information. Tels étaient les objectifs de la révision du plan comptable définis par le groupe d'experts:

- une plus grande transparence des informations financières
- une amélioration de la base de décision pour le financement et les investissements
- une optimisation de la communication avec les partenaires financiers et de ce fait accès facilité au financement
- de meilleures possibilités de benchmarking (national, international et au-delà de la branche)
- un calcul plus simple des chiffres clés

Après deux années de recherches et de développement intensifs, le nouveau plan comptable pour l'hôtellerie et la restauration en Suisse a été achevé en décembre 2005.

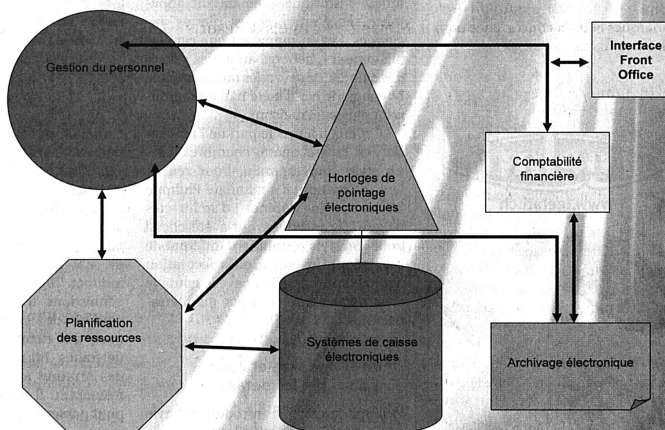
Il sera introduit dans le courant des deux prochaines années dans toute la Suisse. Les entreprises qui veulent actualiser leur gestion financière devraient passer les prochains mois au nouveau plan comptable.

Compatibilité

La MIRUS Software AG est le premier prestataire de la branche à intégrer la totalité du nouveau plan comptable dans son programme de comptabilité financière. Le logiciel offre en outre une fonction de conversion intelligente permettant de passer de l'ancien plan au nouveau. Il est dès lors possible d'établir des comparaisons sur plusieurs années. L'utilisateur peut toujours choisir entre l'ancienne et la nouvelle présentation des comptes. Le logiciel permet d'effectuer des évaluations complètes directement à partir du programme jusqu'au rapport de gestion prêt à l'impression. L'utilisateur peut décider librement de quelles analyses ou de quels chiffres clés il a besoin et à quel moment.

Le logiciel Comptabilité financière MIRUS peut être relié à tous les programmes Front-Office leaders. Il rend les pénibles saisies manuelles superflues et réduit les risques d'erreurs. Le logiciel comprend aussi la présentation en deux dimensions du compte de résultats pour laquelle il fallait jusqu'alors utiliser d'autres programmes. Il va de soi que le logiciel Comptabilité financière MIRUS peut être combiné avec tous les autres programmes MIRUS:

Mirus gestion du personnel, planification des ressources, saisie électronique du temps, comptabilité financière et archivage électronique



Coopération

Un instrument en ligne a été développé en collaboration avec la Société suisse de crédit hôtelier (SCH), outil qui reprend automatiquement les chiffres financiers dans le Hotel Analyser. Ce dernier permet aux établissements de l'hôtellerie et de la restauration une analyse pratique, simple et transparente, une évaluation et une conduite de l'entreprise ainsi qu'un benchmarking instructif. Il est ainsi possible d'établir, à partir du logiciel Comptabilité financière MIRUS, des chiffres clés spécifiques à la branche, comme RevPar (Revenue per Available Room) ainsi que des comparaisons interentreprises au sein de la branche.

Des clients satisfaits

La MIRUS Software AG est le leader sur le marché pour les logiciels Backoffice dans l'hôtellerie, la restauration et le tourisme. Nos produits sont utilisés par plus de 2000 clients satisfaits. La philosophie de l'entre-

prise MIRUS est simple: Nous voulons produire le logiciel le plus élégant et le plus convivial possible, à la mesure de vos besoins. Nous y sommes parvenus avec iHotel, le seul système de gestion de contenu spécialement conçu pour la branche de l'hôtellerie et de la restauration en Suisse. Il vous permet de créer, à un prix très bas, un site Internet individuel que vous pouvez gérer vous-même à condition toutefois de disposer d'un ordinateur avec raccordement Internet. Avec iHotel, vous profitez des atouts du marketing en ligne: administration des adresses, bulletin d'information électronique, marketing direct par courrier électronique et réservations en ligne.

Souhaitez-vous intégrer à présent le nouveau plan comptable? MIRUS vous fournit le logiciel nécessaire:

Téléphone 081 415 66 88 ou
www.mirus.ch

Négociations salariales: séance suspendue

■ **CCNT.** Les associations patronales – Gastrosuisse, hôtellerie-suisse et Swiss Catering Association (SCA) – ont annoncé qu'elles avaient suspendu la séance de négociation sur la Convention collective nationale du travail (CCNT) qui s'est déroulée la semaine dernière. Elles ont ainsi voulu montrer qu'elles condamnaient l'action du syndicat Unia au Grand Hôtel Bad Ragaz. Le 9 mai, le syndicat avait distribué des tracts en faveur du treizième salaire complet aux clients et aux

employés de l'hôtel, ainsi qu'aux passants. Les associations patronales estiment que ces tracts contenaient «des contrevérités et des diffamations contre les propriétaires et le management» de l'hôtel. Pour elles, cette action «contrevenait aux règles convenues» pour les négociations sur la CCNT. Elles sont d'avis qu'il est «absolument inacceptable» de mettre au pilori des établissements qui, comme le Grand Hôtel Bad Ragaz, respectent la CCNT. Le syndicat Unia estime, de son côté,

qu'il n'a pas violé les règles de jeu. Il considère la réaction des associations patronales «incompréhensible et disproportionnée». Si une explication s'avère maintenant nécessaire, aucune des deux parties ne songe toutefois à interrompre les négociations. «J'espère vivement qu'elles reprendront au plus vite», indique Mauro Moretto, d'Unia. «Il n'y a pas de raison de ne pas reprendre le dialogue», indique en substance Claudio Casanova, représentant d'hôtelierruisse. **MH**

Hôteliers de l'Est vaudois confiants et sereins

■ **Montreux.** L'année hôtelière 2005 a été bonne pour les membres de la section Montreux-Vevy-Riviera d'Hôtellerie vaudoise. Les nuitées, comme nous l'avions déjà évoqué dans ces colonnes, ont en effet progressé de 6,8% par rapport à l'exercice précédent. Il s'agit là d'un résultat qui réjouit Bernard Tschopp. Le président de la section tient cependant à apporter quelques précisions: «Il ne faut en effet pas oublier que cette progression n'a fait que nous ramener au niveau

de 2003». Plus souriantes sont les perspectives, souligne-t-il, «avec une progression attendue de 3 à 4% pour 2006». Pour le reste de la marche des affaires de la section, Bernard Tschopp évoque la sérénité qui s'est installée dans les relations avec les autres partenaires, notamment avec la nouvelle équipe de direction du Centre des Congrès de Montreux (CCM). A tel point que, comme Harry John, le directeur de Montreux-Vevy Tourisme, Rémy Crégut, le direc-

teur du CCM, a été convié à faire partie – avec voix consultative, tout comme le premier – du comité de la section. Un comité dont Nicolas Ming de l'Hôtel Astra à Vevey a pris la vice-présidence. Montreux-Vevy Tourisme ayant par ailleurs prévu des actions de promotion ponctuelles en Suisse alémanique et à l'étranger, c'est de façon tout aussi ponctuelle que les hôteliers (la section regroupe des établissements de Lavey à Lutry) s'y associera. **JJE**

EN BREF

Une table d'hôte à la clinique

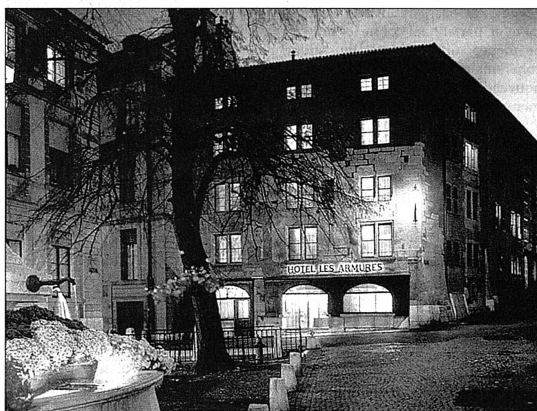
■ Une table d'hôte vient d'être aménagée dans la cuisine de la Clinique La Source à Lausanne, a annoncé la semaine passée le service de presse de l'Office du tourisme du canton de Vaud qui qualifie cette offre d'«unique en Suisse». On relèvera que la Clinique La Source accueille ses clients, sur réservation et à midi, les mercredis et vendredis. Le menu – deux entrées, un plat principal et un dessert – est proposé à 65 francs. **LM**

Hôtel des Armures, Genève

De nouvelles chambres «design»

■ A Genève, l'Hôtel des Armures innove en créant des chambres au design contemporain dans une bâtisse ancienne. Un pari osé, car le patrimoine historique est son principal argument de vente. En tout cas, le mélange des genres n'indiffère point: les clients adorent ou détestent.

Véronique Tanerg



■ L'Hôtel Les Armures. Bâti dans un écriin du 17e siècle, l'Hôtel Les Armures se trouve au cœur de la vieille-ville de Genève. Photos: Hôtel Les Armures

L'Hôtel des Armures est le plus discret des cinq-étoiles genevois. Cet établissement haut de gamme, qui appartient à Nicole Borgeat, est bâti dans un écriin du 17e siècle, au cœur de la vieille-ville. Il a toujours mis en valeur son patrimoine historique – en faisant apparaître ses poutres et ses pierres anciennes – et en rappelant que cet établissement a hébergé au fil des siècles des comtes, des évêques ou encore une boulangerie car il a été bâti en regroupant plusieurs maisons.

Cet été, il a pris le pari de l'innovation en créant quatre chambres dans un style contemporain. Pour réussir leur intégration, il a mandaté Philippe Michiels, du cabinet d'architectes belges Luz Interiors, qui a été choisi pour son style résolument différent de celui adopté jusque-là, où la décoration des chambres alliait avec goût le style ancien aux couleurs méditerranéennes.

Un style sobre et épuré qui soigne les détails

Philippe Michiels a introduit un style sobre, épuré, «zen», plus froid que dans les autres chambres. Avec une légère empreinte africaine. Cet architecte d'intérieur a soigné les détails: un écran de télévision qui se transforme en miroir, des jeux de lumière sophistiqués et une isolation phonique totale. Les chambres sont toutes différentes,

certaines, par exemple, sont ornées de bois clair sur les murs et sombre sur le sol. Pour d'autres, l'harmonie est inversée.

Les salles de bains sont en marbre, avec pour particularité les lavabos taillés dans un seul bloc, d'où leur poids de 400 kg. Ici aussi, l'éclairage est indirect. Toutes les chambres ont des connexions Internet et Wifi et sont équipées de lecteur DVD. La création de ces quatre chambres a coûté 1,5 million de francs. Et, pour s'agrandir, l'Hôtel des Armures a réduit la taille de son restaurant. Il a supprimé cent places pour passer à 180 places assises. Le prix moyen pour une personne s'élève à 430 francs. Il est de 540 francs pour deux personnes et l'hôtel n'a pas augmenté ses tarifs pour absorber le coût de ses rénovations. «Nous avons supprimé un tiers du restaurant et donc diminué les charges de personnel en conséquence. C'est pourquoi nos tarifs sont restés

stables», explique Michel Paternotte, le directeur de l'hôtel. On notera encore que le design de la salle pour les petits déjeuners est désormais lui aussi d'inspiration contemporaine.

Un cinq-étoiles réputé pour ses fondues et ses raclettes!

Contrairement à la plupart des hôtels cinq étoiles, les Armures n'ont pas misé sur la gastronomie. Son restaurant est en effet une brasserie réputée pour ses fondues et ses raclettes! Il fait un tabac auprès des Anglo-saxons. Deux présidents américains sont même venus s'y restaurer: Bill Clinton et Jimmy Carter. Alors, comment le plus petit des cinq étoiles genevois (32 chambres) arrive-t-il à se faire sa place sur un marché extrêmement compétitif, sans être équipé de sauna ou de fitness, ni même de balcon? «Nous vendons un emplacement, une atmosphère. Nous sommes

un cinq-étoiles historique, pas un palace», répond Michel Paternotte. L'Hôtel des Armures a ainsi ses inconditionnels: «Une bonne partie de nos clients sont des habitués. Voilà près de vingt ans que je travaille ici et nous recevons désormais les enfants de nos clients habituels. Pour ce type de clientèle, nous prenons les réservations par téléphone, sans demander de confirmation par écrit, ni même par e-mail. En fin de compte, nous avons très peu de «no-shows». Et pour trouver de nouveaux clients? «Nous fonctionnons beaucoup avec le bouche à oreille», affirme le directeur. «Nous prenons contact avec les sociétés qui sont installées dans la vieille-ville ou à proximité. Nous proposons aux secrétaires qui s'occupent des réservations de l'entreprise de venir visiter notre établissement. Et nous fonctionnons beaucoup aux coups de cœur.»

L'Hôtel des Armures a beau se trouver dans un écriin du 17e siècle, il fait néanmoins appel aux outils du 21e siècle. Son site Internet fonctionne ainsi très bien et a subi très récemment une cure de jeunesse. Relevons encore que l'hôtel affiche un taux d'occupation de 70%. En semaine, il est souvent complet. Le week-end, il en va en revanche bien différemment, comme pour la plupart des hôtels à Genève. Il propose ainsi des forfaits week-end et ses offres spéciales sont même valables à Pâques. Au mois de décembre, l'Hôtel des Armures propose traditionnellement un forfait pour la commémoration de la fête genevoise de l'Escalade. Il s'agit là d'une offre très adéquate car, étant donné que l'hôtel est implanté en vieille-ville, il se trouve au cœur de la fête. «Le week-end, l'ambiance est nettement plus décontractée. Nous conseillons nos clients dans leurs visites et nous leur organisons des excursions sur mesure. Finalement, c'est là que nous faisons notre véritable travail d'hôtelier», conclut Michel Paternotte.

Annnonce

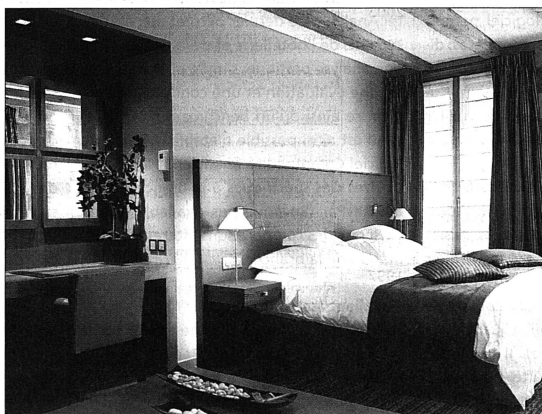
igelati
www.igelati.ch

mai
10%
et juin

Promotion de lancement

Les mois mai et juin vous surprennent avec une remise de 10% sur tout l'assortiment Impuls.

Le collaborateur externe de Scana est à votre disposition pour toutes informations désirées concernant l'assortiment et vous fournit le matériel promotionnel publicitaire.



■ De nouvelles chambres résolument modernes. Philippe Michiels, du cabinet d'architectes belge Luz Interiors, a choisi un style à la fois sobre et épuré.



■ Toutes les chambres sont différentes. Si certaines chambres font appel à des couleurs «froides», d'autres allient le style ancien aux couleurs méditerranéennes.

Ecole hôtelière de Lausanne: 2005 une année de consolidation tournée vers l'avenir

L'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) croît continuellement, voici un extrait des axes de développement traités dans son Rapport d'activité 2005.

Auteur de programmes d'enseignements de premier ordre

En 2005, l'EHL a décidé de revoir une nouvelle fois ses trois programmes académiques, afin de maintenir leur niveau d'excellence et de continuer à offrir un environnement d'études de premier ordre.

Tant le programme «Master in Hospitality Administration» que le «Bachelor of Science» (programme HES) et le cursus de Gestion d'exploitation hôtelière qui dispense un diplôme «Associate of Science» vont subir des modifications.

En 2005, 19 étudiants ont obtenu leur Master à l'EHL, 211 étudiants ont obtenu un diplôme de «Bachelor of Science in International Hospitality Management» ainsi que le diplôme d'Economiste d'entreprise HES en hôtellerie et professions de l'accueil de la Haute Ecole Spécialisée de Suisse occidentale (HES-SO) et 76 étudiants ont reçu un diplôme «Associate of Science in Management of Hotel Operations».

L'Ecole hôtelière de Lausanne a également donné des cours de formation continue pour cadres sur le campus pendant la pause estivale, en juillet et août 2005. La 25ème édition du «Lausanne Executive Education – Summer Programme», qui offre divers modules de formation (allant de l'e-marketing aux compétences modernes de gestion), a battu un nouveau record de participation. 148 modules de cours ont accueilli 68 participants de 23 pays.

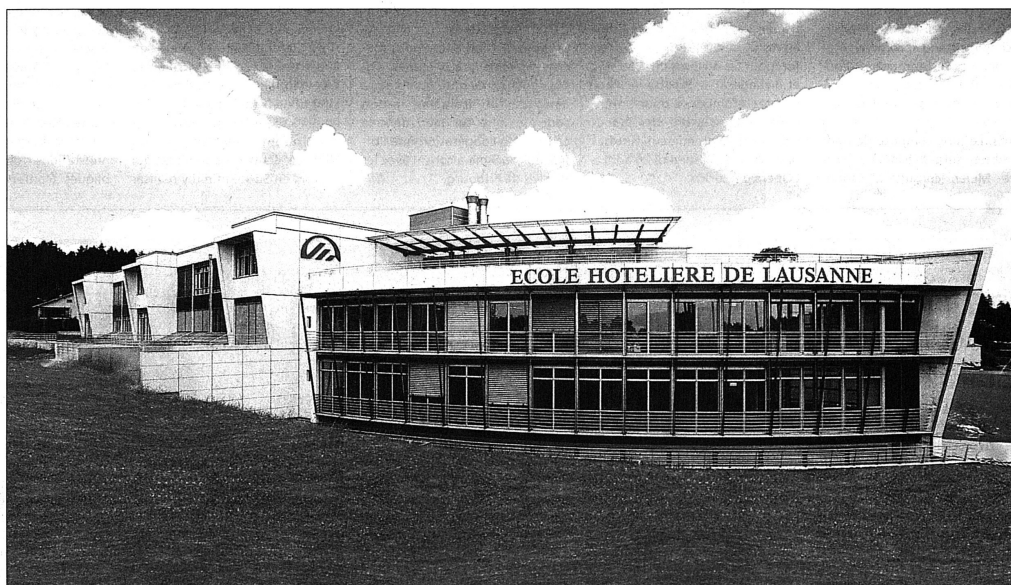
Créatrice de talents

On estime à quelque 25 000 le nombre d'anciens étudiants de l'EHL, toujours en activité, répartis à travers le monde. Ils constituent une communauté très importante pour l'Ecole, raison pour laquelle le maintien et le renforcement des liens personnels et professionnels sont désormais assumés au sein même de l'EHL, par le Centre des anciens étudiants depuis la dissolution de l'association Anciens Ecole hôtelière de Lausanne (AEHL) en mai 2005.

L'attention que porte l'EHL aux jeunes talents commence avant même leur arrivée sur le campus. En effet, il s'agit tout d'abord de repérer les meilleurs candidats qui rejoindront les salles de classe et ce par une sélection rigoureuse des postulants.

Un effort tout particulier a été porté sur le processus de recrutement ces dernières années. L'EHL s'efforce d'assurer une présence régulière dans divers pôles régionaux dans le monde, en participant à des salons de qualité destinés aux étudiants, ainsi qu'en développant des relations privilégiées avec des conseillers en orientation d'écoles secondaires.

Ces efforts portent leurs fruits : depuis 2003, le nombre de dossiers de candidature a augmenté de 70%. Un record de candidats qui permet une sélection plus stricte en révisant à la hausse les critères d'admission et d'accroître par là même le niveau des volées. Aujourd'hui, c'est presque un étudiant sur trois qui est accepté à l'Ecole.



Source de connaissances et d'innovation

Inauguré en 2005, le «CyberHotel» regroupe toutes les avancées technologiques dernier cri qui vont équiper les hôtels à l'avenir. Installée sur le campus de l'EHL, cette salle, conçue et équipée par nos professeurs d'informatique en partenariat avec des entreprises high-tech, présente les meilleures solutions informatiques en matière de technologies hôtelières.

Quant aux différents travaux de recherche appliquée, une nouvelle orientation et un nouveau souffle leur ont été donnés en 2005. Trois nouveaux axes de recherche appliquée ont été définis pour améliorer cohérence et qualité des travaux. Toujours par rapport au secteur de l'accueil, le premier axe se focalise sur le comportement humain, le deuxième sur les nouvelles technologies et le marketing et le dernier sur la stratégie financière.

Garante d'une stratégie financière assurant un développement continu

En septembre 2005, l'Ecole a dû entamer une réorganisation structurelle, afin de stabiliser une décennie de croissance ininterrompue. L'organisation, notamment du département académique, a été revue et simplifiée. Les responsabilités ont été clarifiées et la structure administrative rendue plus efficace.

Le chiffre d'affaires de l'Ecole se monte à plus de KCHF 46 000 pour l'exercice 2005. Le résultat de l'exercice est un résultat positif de KCHF 250 tandis que la capacité d'autofinancement de l'école se monte à KCHF 4811. Pour les années à venir, les résultats prévus sont en augmentation, afin de consolider le financement de l'Ecole et d'assurer, d'un point de vue financier, son développement.

L'amélioration de la structure financière de l'Ecole hôtelière de Lausanne crée de la souplesse pour faire face au maintien de l'infrastructure existante, tout en permettant le financement du développement futur de l'Ecole.

Notre mission: 113 ans d'histoire et toujours d'actualité

La mission que l'Ecole hôtelière de Lausanne s'est donnée dès son origine est claire : former les générations futures de gestionnaires et de leaders des professions de l'accueil. Telle était notre mission en 1893, lors de la fondation de l'Ecole, et elle reste toujours d'actualité 113 ans plus tard, en 2006.

L'Ecole doit continuer à anticiper le futur : de nouveaux programmes sont développés et l'extension des infrastructures actuelles est planifiée. Ceci ne peut être assuré que par une bonne performance financière. Cela ne constitue pas un objectif en soi, mais est une condition à l'accomplissement de notre mission. En 2006, nous continuons de suivre cette voie tracée il y a plus d'un siècle déjà, et qui nous permet de répondre aux hautes exigences du secteur de l'accueil et des étudiants que nous formons.

M. Marco Torriani
Président du Conseil de Fondation
Ecole hôtelière de Lausanne

Un dynamisme entraînant

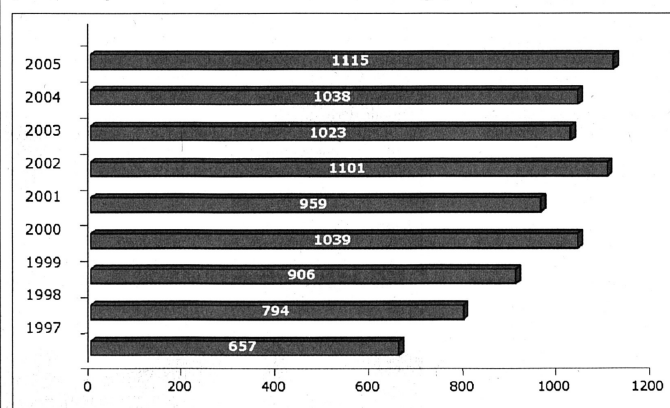
Le dynamisme régnant à l'Ecole hôtelière de Lausanne m'a toujours impressionné. Un vent d'innovation souffle en continu dans l'établissement.

Travailler dans un environnement qui change souvent et rapidement demande une grande capacité d'adaptation. Il n'est pas évident d'évoluer dans une ruche en pleine effervescence. Mais une Haute Ecole se doit d'être un lieu d'une extraordinaire vitalité : le contact avec la créativité estudiantine, le constant développement du secteur de l'accueil dans lequel nous évoluons expliquent largement cette dynamique.

Flexibilité et ouverture d'esprit de chaque instant : tels sont les maîtres-mots. Quand l'objectif est la transmission d'un savoir qui progresse sans cesse, ces termes prennent encore une plus grande importance. En 2005, plus que jamais, nous avons posé les jalons de notre futur développement.

M. Ruud J. Reuland
Directeur Général
Ecole hôtelière de Lausanne

Evolution du nombre d'étudiants présents sur le site de l'EHL (sans compter environ 300 étudiants en stage)



Pour en savoir plus, contactez Annick Barbezat, Ecole hôtelière de Lausanne, Le Chalet-à-Gobet, 1000 Lausanne 25 (Téléphone 021 785 13 49).

Un nouveau concours en vue

■ **Zurich.** Gastrosuisse et l'Édition Salz & Pfeffer ont conclu un partenariat pour mettre sur pied un concours destiné, principalement, au secteur de la restauration. Ce concours, qui sera marqué par la remise des «Pfeffer-zeichen», entend «promouvoir et soutenir» la restauration et l'hôtellerie en honorant leurs performances. Le montant total des prix attribués s'élèvera à 37 500 francs. Le jury, composé de neuf membres, sera présidé par Medard Meier, consultant écono-

mique. Les candidats pourront se mettre en lice pour cinq types de prix: le Prix de l'encouragement (idée dans le secteur de la restauration), le Prix du tourisme (performance dans le secteur du tourisme), le Prix Gastrosuisse (pour les restaurants), le Prix Salz & Pfeffer (pour les secteurs de la cuisine et du service), le Prix du meilleur espoir (récompense pour un engagement au profit des jeunes cuisiniers). La première remise des prix aura lieu le samedi 26 août à l'Opéra de Zurich. **MH**

Jeune public

■ **Fribourg.** La Journée internationale des musées, qui se déroulera dimanche 21 mai et qui sera observée par quelque deux cents musées helvétiques, s'adressera cette année au jeune public. A Fribourg, par exemple, dix musées, proposeront des animations spéciales destinées aux jeunes. Fribourg Tourisme note qu'il s'agira ainsi de la troisième action concrète mise sur pied dans le cadre de la coopération que l'office du tourisme a conclu avec les musées de Fribourg. **MH**

Promotion 2007: présence marquée des Alpes

■ **Suisse Tourisme.** Les Alpes auront une présence marquée, l'an prochain, dans la promotion touristique helvétique. Suisse Tourisme aura, en effet, la possibilité d'utiliser, dans le cadre de ses campagnes, le film IMAX «The Alps: Giants of Nature», réalisé en Suisse par la société MacGillivray Freeman, ainsi que le film «Making of», effectué durant le tournage. «The Alps: Giants of Nature» raconte l'aventure de John Harlin III, écrivain et alpiniste, qui se rend en Suisse afin d'y réaliser

«l'expédition de sa vie»: l'ascension de la face nord de l'Eiger. La première mondiale du film devrait avoir lieu en février-mars 2007 à Washington et la première européenne en mai au Musée des transports à Lucerne où se trouve la seule salle de cinéma IMAX de Suisse. Quelque 300 salles sont équipées dans le monde pour projeter ces films à haute résolution. Suisse Tourisme profitera d'organiser diverses manifestations de relations publiques (conférences de presse,

invitations VIP, par exemple) dans les villes où le film sera diffusé. Suisse Tourisme note que les films réalisés selon la technologie IMAX restent généralement longtemps à l'affiche (six à huit ans), ce qui en fait un outil promotionnel d'une durée de vie relativement longue. L'année 2007 sera, par ailleurs, marquée par le 150^e anniversaire du British Alpine Club. Suisse Tourisme réfléchit dès lors sur la manière d'utiliser aussi cet événement pour promouvoir nos montagnes. **MH**

Montreux-Vevey Tourisme

Opération de séduction pour le public zurichois

■ **Montreux-Vevey Tourisme** a organisé une action de promotion en louant un ancien tram qui a circulé durant trois jours sur la Bahnhofstrasse à Zurich.

Miroslaw Halaba

«Nous avons pu charmer les Zurichois». Marc Scheurer, de Montreux-Vevey Tourisme, s'est dit satisfait de l'action de promotion que son office a mis sur pied, la semaine dernière à Zurich, avec la collaboration de divers partenaires touristiques de la région, dont les vigneronnes, les hôteliers et Goldenpass Services. Durant trois jours, un tram de 1930, décoré de narcesses, a fait la navette entre la gare principale de Zurich et la place Bellevue. Ceci chaque heure, entre midi et la fin de l'après-midi. La manifestation avait été inaugurée par

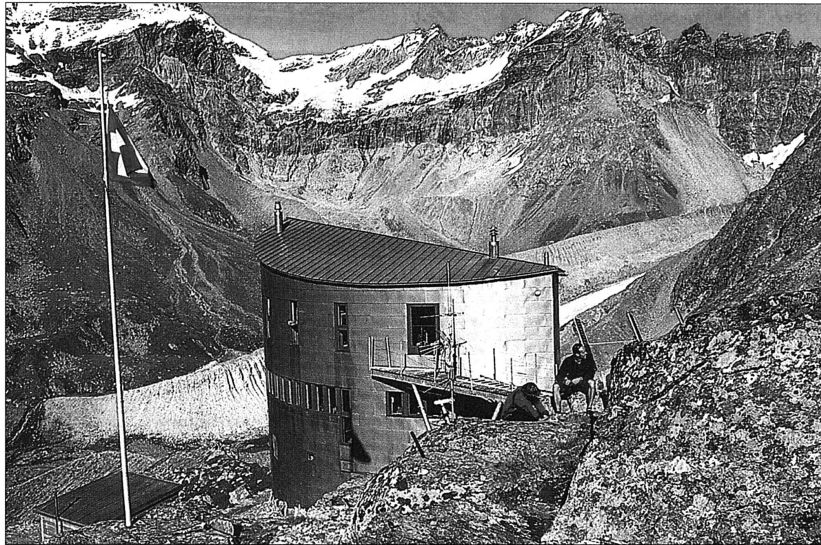


■ **Miss Suisse**, en compagnie ici de Marc Scheurer, a inauguré la manifestation des prestataires de la Riviera. Photo: Montreux-Vevey Tourisme

Miss Suisse, Lauriane Gilliéron, l'«ambassadrice du tourisme vaudois». Outre la balade en tram, le public avait la possibilité de déguster des vins et de s'informer sur l'offre touristique de la région. Un encart publié dans le quotidien «Tages Anzeiger» était venu renforcer l'effet de cette opération.

Promouvoir les anniversaires de l'année 2006

Pour Montreux-Vevey Tourisme et ses partenaires de la Riviera, il s'agissait en particulier de promouvoir les anniversaires qui seront fêtés cette année. On citera, en particulier, les cent ans du Montreux Palace, les soixante ans du Septembre musical et les quarante ans du Montreux Jazz Festival. Cette opération zurichoise, explique Marc Scheurer, qui en a assuré la coordination, était une des actions d'un programme de promotion en Suisse alémanique de trois ans. Ainsi, une action avait notamment été organisée en 2004 à Zurich, déjà, et deux, l'an passé, à Bâle, à indiquer Marc Scheurer.



■ **Animation.** Quelque 70 cabanes, sur les 153 que compte le Club alpin suisse, participeront au programme d'animation concocté pour «L'année des cabanes du CAS 2006».

Photo: CAS

Club alpin suisse

Animation dans les cabanes

■ **Le Club alpin suisse (CAS)** veut promouvoir ses cabanes. Pour ce faire, il a mis sur pied un vaste programme d'animation.

Miroslaw Halaba

«Le plus long festival de l'été». C'est notamment ainsi que le Club alpin suisse (CAS) décrit le vaste programme d'animation qu'il a mis sur pied pour, ce qu'il appelle, «L'année des cabanes du CAS 2006». Offrant 153 cabanes, dotées de 9500 places, le CAS veut faire découvrir «la diversité» de ses gîtes et «séduire» les randonneurs, toujours plus nombreux à se rendre en montagne. Il est ainsi en phase avec la promotion estivale de Suisse Tourisme qui vient de mettre en circulation sa brochure «Notre été à la montagne».

Cette campagne de séduction est le fruit de la collaboration du siège central du CAS, des sections, des gardiens et de

divers partenaires. Autrefois points de départ pour des courses alpines ou refuges pour quelques alpinistes, les cabanes du CAS sont aujourd'hui «des lieux de séjour et de découverte particulièrement prisés», note le CAS, dont la fondation remonte à 1863. Ces gîtes vont des bivouacs spartiates aux cabanes entièrement équipées et, pour les grandes, ouvertes toute l'année.

Cent vingt événements au programme

Le programme de «l'année des cabanes» s'étendra de juin à septembre et comprendra 120 événements culturels, sportifs et gastronomiques qui se dérouleront dans quelque 70 cabanes érigées entre 1727 et 3311 mètres d'altitude.

Films, contes, récits, concerts «de tous les styles musicaux», expositions ou encore cérémonies religieuses ont été agendés. Un «festival culinaire», proposant des soirées «gourmandes»,

des grillades, des spécialités et des dégustations de vins et de gâteaux, figure également au programme. Pour ce qui est des événements en Suisse romande, le CAS cite la «journée de la cabane d'Orny» et les «semaines de spécialités culinaires» de la cabane du Vélain.

«Passeport cabanes» et grand jeu

Ce programme d'animation est complété par la mise en circulation «d'un passeport cabanes» que les randonneurs peuvent faire timbrer afin de participer à un concours organisé par Pure Power Graubünden. Un groupe de gardiens de cabanes a, par ailleurs, élaboré un jeu de dés pour deux à six joueurs intitulé «Le grand jeu des cabanes suisses».

Les cabanes du CAS ont enregistré, l'an passé, 306 000 nuitées, soit un recul de 1,1% par rapport à 2004.

* www.sac-cas.ch

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

■ **Un nouveau projet d'hôtel cinq étoiles dans les Grisons.** Matteo Thun, la star italienne de l'architecture qui a notamment créé le célèbre Virgilius Mountain Resort dans le Tyrol du Sud, a dessiné les premières esquisses d'un luxueux complexe hôtelier qui pourrait bientôt voir le jour à Davos. Devisé à 120 millions de francs, cet hôtel de 200 chambres devrait être exploité à l'année. S'il venait à être réalisé – le projet n'en est qu'à ses débuts – il serait, après le Grand Hôtel Tschuggen de Mario Botta à Arosa et la tour du Berghotel Schatzalp de Herzog & Meuron à Davos, le troisième établissement de luxe des Grisons à être dessiné par une star mondiale de l'architecture. **LM**

Page 9

■ **Le tunnel de base du Lötschberg dopera le tourisme valaisan.** Le tourisme du Vieux-Pays – et bien entendu les hôteliers valaisans – seront les principaux bénéficiaires de l'ouverture à la fin de l'année prochaine du tunnel de base du Lötschberg. Urs Zenhäusern, le directeur de Valais Tourisme, a tenu à le rappeler lors d'une conférence de presse qui a eu lieu la semaine passée à Zurich. Le choix de la métropole zurichoise n'était d'ailleurs pas fortuit. Dans une année et demie, le trajet en train entre Zurich et le Valais ne durera que deux heures, c'est-à-dire une de moins qu'aujourd'hui. «Cela se traduira certainement par l'arrivée en Valais d'un plus grand nombre de touristes provenant du triangle Zurich-Aarau-Zoug», estime Urs Zenhäusern. **LM**

■ **Les Grisons bien décidés à profiter de la session d'automne.** Après Genève en 1993 et le Tessin en 2001, ce sera aux Grisons d'accueillir cet automne une session parlementaire extra-muros. Du 18 septembre au 6 octobre, quelque 12 000 à 15 000 visiteurs seront ainsi attendus à Flims où les parlementaires siégeront au Park Hotel Walddhaus. L'Office du tourisme des Grisons entend profiter de cette occasion pour mettre en avant les principaux atouts touristiques du canton, à savoir ses paysages, ses produits du terroir et sa qualité de vie. **LM**

Page 12

EN BREF

Nuitées en recul de 1,8% en mars

■ **Les nuitées enregistrées par les établissements hôteliers et les établissements de cure au cours du mois de mars se sont élevées à 3,18 millions d'unités, ce qui représente une baisse de 1,8% par rapport à mars 2005.** La demande indigène a progressé de 0,3% à 1,38 million de nuitées. La demande étrangère, quant à elle, a diminué de 3,3% à 1,81 million. Ce recul est principalement à mettre sur le compte de la position du week-end pascal qui tombait l'an passé sur le mois de mars et cette année sur le mois d'avril. **MH**

IMPRESSUM

htr hotel+tourismus revue L'hebdomadaire pour l'hôtellerie, la restauration et le tourisme

Éditeur:
hôtellerieuisse
Monbijoustrasse 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 Ethenzon (JJE), Vevey;
Danielle Emery Mayor (DEM), Valais;
Valérie Marchand (VM), La Chaux-de-Fonds;
Veronique Taneg (VT), Genève;
Pierre Thomas (PT), Lausanne;
Geneviève Zuber (GZ), Valais.

Édition:
Cheffe d'édition: Iris Strebel.
Annonces de l'emploi: Marc Moser.
Annonces commerciales: Oliver Egloff
(Chef de vente), Michael Müller.
Administration: Marc Moser.

Impression:
Büchler Grafino AG, Druckzentrum Berne.
Tirage: 12 332 Ex. contrôlés REMP 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 SSRI (ASH)
– Swiss Congress & Incentive Bureau (SCIB)
– Swiss Partner pour le tourisme de groupes
– Association des Espaces Thermaux suisses
(AETS)
– Bien-être Suisse
– Swiss International Hotels (SIH)
– Amicale Internationale des Sous-Directeurs et
Chefs de Réception des Grands Hôtels (AICR).

Contacts:
Adresse: Monbijoustrasse 130,
case postale, 3001 Berne.
Rédaction: Lettres de lecteurs, Les Gens etc.)
Tél. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24,
E-Mail: redaktion@htr.ch

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

Publicité:
Tél. 031 370 42 42, fax 031 370 42 23,
E-Mail: inserate@htr.ch

Internet: www.htr.ch
Nous déclinons toute responsabilité pour les
documents envoyés sans concertation préalable.

Fondé en 1892

stellen *marché de l'emploi* revue



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

hotel+tourismus revue

AG
ACTIVE GASTRO ENG

Gastro-Profis aufgepasst
www.activegastro.ch

Active Gastro Eng GmbH,
Postfach, 8048 Zürich

SWISS INTERNATIONAL HOTELS

www.sih.ch

Die neue Internet-Stellenbörse mit einer breiten Auswahl an diversen Positionen in erstklassigen Hotels in der Schweiz und im Ausland.

La nouvelle bourse d'offres d'emplois en ligne, avec un large choix de positions diverses dans des hôtels de première classe en Suisse et à l'étranger.

RUTZENSTRASSE 39 CH-8038 ZÜRICH PHONE +41 (0)44 487 14 30

INCONTRO
ARBEITSVERMITTLUNG NACH MASS

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

www.incontro-ag.ch

INCONTRO AG
Holbeinstrasse 20, 8008 Zürich
043 321 70 70

165583

www.gastrojob.ch

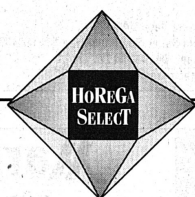
Grösstes Stellenangebot – top aktuell im Internet

Beratung Selektion Vermittlung

Gastro ob

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

INHALT / SOMMAIRE	
Kaderstellen	2
Deutsche Schweiz	2-8
Svizzera italiana	10
International	10
Stellengesuche	10
Suisse romande	8, 10
Marché international	10
Demandes d'emploi	10



Unser Auftraggeber ist eine weltweit führende und sehr erfolgreiche Hotelgruppe.

Für das kleine aber feine Boutiquehotel in Zürich suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n innovative/n

Direktor/in

Das Haus befindet sich an einer hervorragenden Citylage und geniesst einen ausgezeichneten Ruf.

Wir erwarten für diese Direktion eine Gastgeberpersönlichkeit mit einem überzeugenden Leistungsausweis und besten Referenzen, wobei Ihre Stärken ganz klar in den Bereichen Marketing & Sales, F&B und Kostenmanagement liegen:

- Abschluss Hotelfachschule, Weiterbildung.
- Berufs- und Führungserfahrung in gleicher oder Stellvertretender Position, vorzugsweise in Stadthotels, wenn möglich Erfahrung in Hotelgruppen.
- Erfahrung im Yield Management.
- Wir erwarten eine dynamische Unternehmerpersönlichkeit, welche neue Ideen einbringt und auch im F&B-Bereich deutliche Akzente setzt.
- Ausländerfahrung erwünscht.

Eintritt sofort oder nach Vereinbarung, Idealalter 30 bis 45 Jahre.

Gerne erwarten wir Ihre kompletten Unterlagen oder stehen Ihnen für erste Auskünfte auch telefonisch zur Verfügung. Diskretion ist absolut zugesichert.

HoReGa Select AG Kaderberatung

Yvonne Hirsbrunner
Stänzlergasse 7, 4051 Basel
Tel. 061 281 95 91
info@horega.ch / www.horega.ch

171190

Tessiner Topdestination – Lago Maggiore

Sie sind ein erfahrener, strategisch denkender Hotelprofi. Ihre Spezialgebiete sind Front, Verkauf und F & B. Im F & B-Bereich werden über 40% des Umsatzes generiert. Die Herausforderung, diesen bekannten Hotelbetrieb durch geschicktes Management und Optimierung der Auslastungszahlen noch erfolgreicher zu machen, könnte Sie reizen. Dann freuen wir uns, Sie bald bei uns zu begrüssen als

Direktor/in

Für diese anspruchsvolle, resultatorientierte Position benötigen Sie mehrere Jahre Erfahrung in der Hotellerie. Sie müssen Hotelbetriebe bereits erfolgreich geführt haben. Mit überzeugendem Auftritt, kompetenter Führung und mitreissendem Engagement werden Sie Ihr Team und den Betrieb auch in harten Konkurrenzsituationen zum Durchbruch verhelfen. Ausgezeichnetes Italienisch in Wort und Schrift ist ein Must. Fließend Deutsch und gute Englischkenntnisse bringen Sie mit. Das kürzlich umfassend renovierte, attraktive

Erstklasshotel – Traumlage direkt am See

verfügt über komfortable Zimmer & Suiten, ca. 130 Betten, F & B-Outlets und eine grosszügige Conference-Infrastruktur. Wenn Sie klare Zielsetzungen, Akquisitionsaufgaben und eine mittelfristig signifikant ausbaubare (!) Stelle stark ansprechen, sollten wir uns unbedingt kennenlernen. Am besten senden Sie vorab Ihren Lebenslauf per E-Mail oder rufen ganz einfach an. Ausserhalb der Büroöffnungszeiten und am Wochenende erreichen Sie mich auf der Nr. +41 79 402 53 00. Ich freue mich auf den Kontakt und das Gespräch mit Ihnen.

Ralf-Ansgar Schäfer

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

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

171144



BANK FOR INTERNATIONAL SETTLEMENTS

The Bank for International Settlements (BIS) is an international organization that promotes central bank co-operation and provides services to central banks and other international organizations. Based in Basel, Switzerland, with representative offices for Asia and the Pacific in Hong Kong SAR and for the Americas in Mexico City, the BIS has staff from some 50 countries.

The BIS seeks an

Event Manager

for the BIS headquarters in Basel, Switzerland.

Job description:

- responsible for the organization of the social events held by the Bank in Basel and elsewhere
- supervises and gives guidance to external catering firms for the Bank's banquets and meals
- provides logistical support for all conferences
- participates in departmental or Bank-wide projects

Requirements:

- degree in hotel management and three to five years' experience in hotel business in an international environment
- very good communication and organizational skills
- ability to remain calm under pressure
- experience in project management; ability to conceptualise the use of and implement IT equipment and software
- attention to detail; very high level of accuracy
- firmness and assuredness in protocol-related matters
- willingness to work irregular hours
- excellent German and English (written and spoken); very good command of French;
- knowledge of any other major language a plus

The BIS offers attractive conditions of employment in an international environment. Information on the BIS, including details of the position, is available on the Bank's website (www.bis.org). Please submit an electronic version of your application (in English) through the recruitment section of the BIS website by **2 June 2006**.

171213

Wir suchen ein

Direktionsehepaar

für unser traditionsreiches **Vier-Sterne-Hotel** (110 Gästebetten) an einmaliger Lage in einem bekannten Bündner Ferien- und Sportort. Beabsichtigt ist eine langfristige Anstellung, mit Beginn im vierten Quartal 2006. Wir wünschen uns ein Schweizer Ehepaar im Alter zwischen 30 und 40 Jahren, mit entsprechender abgeschlossener Ausbildung, Erfahrung und gebührenden Umgangsformen, Freude am Hotelfach und englischen Sprachkenntnissen in Wort und Schrift.

Ihre vollständige Bewerbung mit Foto senden Sie bitte unter Chiffre 171212 an *hotel+tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern.

171212



0848 654 321

Making people
successful in a changing world

Adecco
HOTEL & EVENT

Die Burggemeinde Sumiswald

sucht auf 1. November 2006 für das

Restaurant Kuttelbad

in Wasen einen neuen Pächter.

Das Restaurant liegt an einer beliebten Wander- und Bikerroute. Das in den Jahren 1996 und 2004 renovierte Lokal bietet Platz für Anlässe bis zu 60 Personen. Es verfügt auch über ein Massenzimmer mit 17 Liegeplätzen. Eine Terrasse mit ca. 30 Plätzen in absolut ruhiger Lage rundet das Ganze ab.

Interessenten melden sich bitte bis 15.6.2006 beim Präsidenten: Walter Hügli, Eichlershaus, 3457 Wasen, Telefon 034 437 14 15.

171189

BINDELLA terra vite vita

terra Erdverbundenheit
vite Rebe, Wachstum und Entwicklung
vita Lebensfreude im Kontakt mit unseren Gästen und MitarbeiterInnen

Zur Ergänzung unseres Gastronomie-Teams suchen wir **per sofort oder nach Vereinbarung eine**

Assistenz der Geschäftsleitung.

die/der sich engagiert um unser anspruchsvolles, gastronomieorientiertes Sekretariat kümmert. Sie/er übernimmt zudem die kooperative und situative Führung des Administrations-Teams (5 MitarbeiterInnen).

Sie bringen vorzugsweise Gastronomieerfahrung mit und besitzen fundierte Kenntnisse in der Administration. Zuverlässigkeit und vernetztes Denken sind Ihre Stärken.

Die Korrespondenz erledigen Sie in stilsicherem Deutsch, sprechen italienisch, französisch und englisch von Vorteil und verfügen über sehr gute PC-Anwenderkenntnisse (MS Office). Mit Freude organisieren und koordinieren Sie die sehr breit anfallende Assistenzaufgabe aus der Führung von 30 Restaurationsbetrieben.

Wir bieten Ihnen eine abwechslungsreiche, interessante Stelle an und freuen uns, Ihnen mehr von unserer Philosophie zu erzählen. Gerne erwarten wir Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto:

BINDELLA terra vite vita SA
 Daniel Müller
 Geschäftsleitung
 Höggerstrasse 115
 8037 Zürich

171221



Das lebhafteste Ristorante im Herzen von Sempach, verfügt im Restaurant und der Cantina über 140 Plätze, sowie eine grosse Terrasse.

Unser Kaderteam sucht Verstärkung:

Betriebsassistent (w/m)

Mit Begeisterung und Tatendrang wollen Sie den nächsten Karriereschritt wagen. Sie besitzen eine abgeschlossene Gastroausbildung und wollen Ihr Können an der Front unter Beweis stellen.

Sie verstehen sich als Dienstleister und sind dem Serviceteam Vorbild und Leader. Sie können auch dann lächeln und den Überblick bewahren, wenn es hoch hergeht.

Als Gastgeber mit Liebe zur italienischen Küche und Lebensart sind Sie für den reibungslosen Betriebsablauf verantwortlich. Als Weinfeinmann und Verkaufstalent vertreten Sie den Geschäftsführer. Sie sind flexibel, belastbar und fröhlich. Ebenso verfügen Sie über gute EDV Kenntnisse und sind bereit mehr als das Übliche zu leisten. Wenn Sie eine langfristige Mitarbeit suchen, bin ich gespannt Sie kennen zu lernen.

Maik Deutschmann, Ristorante «Una storia della vita»
 Stadtstrasse 42, 6204 Sempach Stadt, 041 460 44 74
 maik.deutschmann@remimag.ch, www.unastoria.ch

170686

Das Spitalzentrum Biel sichert eine qualitativ hoch stehende, interdisziplinäre, medizinische Versorgung für ein zweisprachiges Einzugsgebiet mit über 130'000 Einwohnern.

Die Spitalküche verpflegt täglich ca. 250 Patienten sowie rund 350 Mitarbeitende des Spitals und Gäste. Die Verpflegung erfüllt die hohen Ansprüche in Bezug auf eine gesunde, ausgewogene Ernährung. Ein weiterer Aufgabenbereich ist die Produktion für Bankette, Büfets und Apéros bei verschiedenen spitalinternen Anlässen.

Zur Ergänzung unseres Küchenteams suchen wir nach Vereinbarung eine(n)

Leiter Produktion Küche 100%

In dieser Position unterstützen Sie unseren Küchenchef und übernehmen unter anderem dessen Stellvertretung.

Sie bringen mit:

- Abgeschlossene Ausbildung als Koch mit Zusatzausbildung als Diätkoch, ergänzt mit der Weiterbildung als Gastronomie- oder Spital-/Heimkoch
- Berufserfahrung im Gastronomiebereich
- Belastbarkeit, Konstanz, Kreativität und Teamfähigkeit
- Verantwortungsbewusste Umsetzung des Qualitätssicherungskonzeptes nach HACCP
- Führungserfahrung und Engagement in der Ausbildung unseres Berufsnachwuchses
- Sie sprechen Deutsch und Französisch, in Deutsch besitzen Sie zudem eine gute schriftliche Ausdrucksweise

Es erwartet Sie:

- eine interessante, verantwortungsvolle und vielseitige Tätigkeit in einem zukunftsorientierten Aufgabenfeld
- die Möglichkeit, eigene Ideen einzubringen und zu verwirklichen
- Unterstützung beim Wunsch zur Weiterbildung und Weiterentwicklung
- ein angenehmes Arbeitsumfeld und gute Sozialleistungen (Gesamtarbeitsvertrag)

Interessiert?

Für weitere Auskünfte steht Ihnen Silvio Ludwig, eidg. dipl. Küchenchef/PL, jeweils nachmittags zwischen 14.00 – 16.00 Uhr gerne zur Verfügung, Tel. 032 324 26 28. Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an:
 Spitalzentrum Biel AG, Leitung Hauswirtschaft, Vogelsang 84, Postfach 1664, 2501 Biel.

170841

Spitalzentrum
 Centre hospitalier
 Biel-Bienne



Die Schifffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees (SGV) ist das führende Schifffahrtsunternehmen der Schweiz. Als privatwirtschaftliches Transportunternehmen erbringt die SGV Leistungen im touristischen und öffentlichen Verkehr sowie in der Gastronomie zu Wasser und zu Land. Sie verfügt über eine Flotte von 5 Raddampfern und 15 Salon-Motorschiffen und befördert jährlich rund 2,3 Millionen Fahrgäste aus der Schweiz und dem Ausland.

Im Rahmen einer Nachfolgevereinbarung suchen wir eine verkaufsorientierte Persönlichkeit aus dem Tourismus oder Dienstleistungssektor als

Leiterin/Leiter Verkauf**Ihre Aufgaben- und Verantwortungsgebiete:**

- In Ihrer Hauptaufgabe übernehmen Sie die operative Führung (fachlich und administrativ) der Abteilung Verkauf (Verkauf Gruppenreisen und Extrafahrten, Telefon/Empfang und After Sales Service) und der drei ganzjährig geöffneten Schiffstationen:
- Personalführung (Leistungsbeurteilung, Personalentwicklung etc.)
- Pflege bestehender Kunden und Akquisition von Neukunden sowie Weiterentwicklung der Key-Accounts
- Planung, Durchführung und Nachbearbeitung von Verkaufsaktivitäten (Aussendienst, Messen, Events) in der Schweiz und im Ausland
- Sicherstellung der Produktion von Verkaufsmaterialien in den relevanten Sprachen
- Betreuung und Begleitung von Reisefachleuten und -Journalisten bei Studienreisen
- Stellvertretung und Unterstützung des Leiters Marketing & Verkauf

Unser Anforderungsprofil:

Sie sind eine engagierte, unternehmerisch denkende und agierende Persönlichkeit im Alter zwischen ca. 30 und 40 Jahren. Sie haben die Gabe, im Markt selber überzeugend aufzutreten und gleichzeitig das Verkaufsteam optimal zu fördern und zu entwickeln. Ihre Erfahrung im Tourismus kann Ihnen ein Vorteil sein – ist aber nicht Bedingung. Mit Ihrer fundierten Ausbildung im Verkauf und mit Ihrer hohen Sozialkompetenz haben Sie schon Teams zum Erfolg geführt. Ihre Sprachkenntnisse sind in Deutsch perfekt, aber auch in Englisch und Französisch gut (zusätzlich Italienisch von Vorteil). Sie haben eine gewinnende Ausstrahlung und ein effizientes Kommunikationsverhalten. Ihre Bereitschaft zur Reisezeit im In- und Ausland (voraussichtlich 20 bis 30 %) setzen wir voraus.

Ihre Chance?

Wenn Sie unsere Erwartungen erfüllen, freuen wir uns auf Ihre vollständigen schriftlichen Unterlagen (inkl. Foto) bis 31. Mai 2006 an:

Schifffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees
 Daniel Karbe, Leiter Personal, Werfstrasse 5, Postfach, CH-6002 Luzern
 www.lakelucerne.ch

171180

Think...
 ...kubanisches Ambiente, American Bar, Barfood,
 Cocktails, Rum, Zigarren, Kaffee.

Für unsere lebhafteste Bar im Restaurant Bohemia am Zürcher Kreuzplatz suchen wir eine Persönlichkeit mit fundierten Fachkenntnissen als

Chef de Bar

In dieser Position sind Sie eine zentrale Person unseres Restaurants und ziehen mit der Geschäftsführung am selben Strick. Neben der täglichen Gästebetreuung sind Sie zuständig für einen reibungslosen Ablauf an dieser anspruchsvollen Cocktail-Bar, die Angebotsplanung, Hygiene, Führung von circa 3 Mitarbeitern, Eventplanung/Durchführung und vielen wichtigen Kleinigkeiten mehr.

Wir wünschen uns einen Chef de Bar, der Erfahrung und Routine – auch im Service – vorweisen kann, zwischen 25 und 40 Jahre alt ist und über fließende Deutschkenntnisse (Muttersprache) verfügt. Trauen Sie sich diese Herausforderung zu? Verfügen Sie über eine Menge Motivation, in unserem Restaurant Bohemia mitzuwirken?

Dann freuen wir uns über Ihre schriftliche Bewerbung per Post.
 Arbeitszeiten: Di bis Do 16.00-02.00 Uhr
 Fr bis 03.00 Uhr/Sa bis 05.00 Uhr

Höschgass Gastro AG
 Manuela Saxer, Seefeldstrasse 124, 8034 Zürich
 bei Fragen: 043 443 00 72
 www.gastroag.ch

171229

**Marriott ZÜRICH**

Das ZÜRICH MARRIOTT HOTEL ist ein modernes 5*-Hotel im Herzen von Zürich und verfügt über 239 Zimmer und 22 Suiten, das stadtbekannte thailändische Restaurant «White Elephant», «La Brasserie» mit internationalen Spezialitäten, das Parkview Restaurant sowie die «Bar & Lounge 42» für eingetragene Nachtschwärmer. Das Hotel bietet zudem 10 Veranstaltungsräume für bis zu 400 Personen.

Für unser aufgestelltes, motiviertes und junges 30-köpfiges Küchenteam suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen

Executive Sous Chef (m/w)

Sie haben bereits Führungserfahrung sowie Erfahrung im Bankettbereich und verfügen über gute Deutsch- und Englischkenntnisse.

Ausserdem sind Sie mit HACCP vertraut und bringen administrative Fähigkeiten mit. Computerkenntnisse sowie ein Führerausweis sind von Vorteil.

Wir freuen uns schon heute auf Ihre Bewerbung.

Zürich Marriott Hotel
 Neumühlequai 42, 8001 Zürich/Schweiz
 Telefon: +41 (0) 44 360 74 20
 Telefax: +41 (0) 44 360 73 03
 Herr Heinz Giesen
 Director of Human Resources
 E-Mail: heinz.giesen@marriotthotels.com
 URL: www.marriott.com

171227

World Trade Center Zürich

Das World Trade Center Zürich ist ein erfolgreiches Geschäftsgebäude in Zürich Nord mit einem lebhaften Kongresszentrum und 16'000 m² Büroflächen.

Per 1. Juni 2006 oder nach Vereinbarung, suchen wir für unser Event- und Management Team die neue

Stellvertreterin der Center Managerin

Diese anspruchsvolle Aufgabe erfordert folgende Qualifikationen:

- Mehrere Jahre Erfahrung im Kongress- und Eventbereich eines namhaften Kongressbetriebes
- Fundierte Ausbildung an einer Hotel- oder Tourismusfachschule
- Führungserfahrung
- Englisch in Wort und Schrift
- Organisations- und Verhandlungstalent
- Hohes Gefühl für Eigenverantwortung und Eigeninitiative
- Freude am Kontakt mit Kongresskunden und Mietern
- Teamfähigkeit und die Bereitschaft auch über die normalen Bürozeiten hinaus zu arbeiten
- 28 bis 40 Jahre

Wir bieten:

- einen modernen, hellen Arbeitsplatz in Zürich Nord
- zeitgemässe Arbeitsbedingungen
- selbständiges Arbeiten
- eine Aufgabe, die Sie herausfordern wird und
- ein aufgestelltes Team welches sich auf die neue Mitarbeiterin freut



Neugierig?
 Wir sind gespannt auf Ihre schriftliche Bewerbung an:
 World Trade Center Zürich AG
 Monika Keller
 Leutschenbachstrasse 95
 8050 Zürich

171177



Sprüngli ist ein innovatives und erfolgreiches Unternehmen mit Tradition und zählt zu den führenden Confiterien in der Schweiz. Für unser Café-Restaurant suchen wir per 1. Juli 2006 oder nach Vereinbarung eine

Service-Leiterin 100%

Für diese attraktive Position mitten in Zürich am Paradeplatz wenden wir uns an eine Persönlichkeit mit Hotelgastgewerbe (inkl. Führungsverantwortung).

Sie sind eine kontaktfreudige, teamfähige und flexible Persönlichkeit mit guten Umgangsformen, einer speditiven Arbeitsweise und mehrjähriger Erfahrung im gepflegten Gastgewerbe (inkl. Führungsverantwortung).

Zusammen mit drei Kolleginnen sind Sie für folgende Aufgaben verantwortlich:

- Führung und Schulung von ca. 25 Service-Mitarbeiterinnen
- Gästeberatung und -betreuung
- Tages- und Monatsabrechnungen
- Überwachung der Arbeitsabläufe
- Hygiene- und Qualitätskontrolle

Wir bieten Ihnen eine attraktive Dauerstelle in gepflegter Atmosphäre, interessante Arbeitszeiten (6.00 – 15.30 Uhr/ 9.30 – 19.00 Uhr), 5-Tage Woche, ein Wochenende pro Monat sowie Feiertage frei.

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

CONFISERIE SPRÜNGLI

Bahnhofstrasse 21 / 8022 Zürich
Tel. 044 224 46 46
www.spruengli.ch
E-Mail: stefanie.zurbuchen@spruengli.ch

171195

Spezialklinik für:
Pneumologie
Schlafmedizin
Kardiologie/Medizin
Psychosomatik



**KLINIK
BARMELWEID**

Die moderne Spezialklinik Barmelweid, eingebettet in eine wunderschöne Landschaft oberhalb von Aarau, ist ein Akutspital und eine Rehabilitationsklinik mit 130 Betten. Im Bereich Hotellerie / Facility Management werden zudem Seminarräumlichkeiten und 18 Hotelzimmer angeboten.

Das Gesundheitswesen befindet sich im steten Wandel und die Spitalhotellerie hat sich in den letzten Jahren sichtbar entwickelt. Für die Führung der neugeschaffenen Position und Weiterentwicklung der Patienten-, Seminar- und Ferienhotellerie der Barmelweid suchen wir per 1. September 2006 oder nach Übereinkunft eine kompetente und selbstständige Person als

Leitung Hotellerie

Verfügen Sie über ein ausgeprägtes Kunden- und Dienstleistungsverständnis, denken Sie betriebswirtschaftlich und haben Freude, konzeptionell und zielgerichtet zu arbeiten? Sind Sie kreativ, kommunikativ, verfügen über gute Sozialkompetenzen und treten gerne als Gastgeber/in auf? Weisen Sie eine abgeschlossene Ausbildung einer Hotelfachschule oder als Betriebsleiter/in in der Gemeinschaftsgastronomie auf? Dann bieten wir Ihnen eine interessante und selbstständige Tätigkeit in einem modernen Umfeld, in dem Sie 15 Mitarbeitende führen und eng mit dem Küchenchef und den Stationsleitungen zusammenarbeiten.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann senden Sie Ihre Bewerbung an: **Klinik Barmelweid AG, Personaldienst, 5017 Barmelweid**

Detaillierte Informationen erhalten Sie durch Andreas Kammer, Leiter Hotellerie / Facility Management, andreas.kammer@barmelweid.ch, Tel. 062 857 24 16.

Besuchen Sie uns auf unserer Homepage: www.barmelweid.ch

171172



WE BUILD SMILES

Inmitten des Trendquartiers Zürich City-West befindet sich unser Hotelkomplex, welcher 3 Hotelmarken von ACCOR (Novotel****, Ibis**, Etap*) mit 457 Zimmern, 2 Restaurants inkl. Gartenterrasse, 2 Bars sowie 7 Banketträume vereinigt. Wir suchen qualifizierte und motivierte Mitarbeiter, welche auf der Suche nach einer neuen Herausforderung sind.

Folgende Stellen sind zu besetzen:

Sous-Chef

(Zwischen 24 und 30 Jahre alt, abgeschlossene Kochlehre, mobil, innovativ, flexibel in der Arbeitszeitgestaltung, erste Führungserfahrungen gesammelt, Kenntnisse in der Menükalkulation, Muttersprache Deutsch, E & F von Vorteil, Eintritt Juni)

Servicemitarbeiter/in

(Maximal 25 Jahre alt, abgeschlossene Lehre, flexibel, D/E, F von Vorteil, Eintritt Juli)

Welcomedame 60%

(Maximal 25 Jahre alt, abgeschlossene Lehre, D/E, F von Vorteil, Eintritt Juli)

Servicepraktikant/in

(Maximal 25 Jahre alt, abgeschlossene Lehre, flexibel, D/E, F von Vorteil, Eintritt Juli)

Fühlen Sie sich angesprochen? Wir erwarten Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto und freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme.

Telva Hotel AG
Herr Valentin Bot, Personalverantwortlicher
Schiffbaustr. 13, 8005 Zürich
H2731-DM@accor.com

171217

MONT CERVIN PALACE ZERMATT

★ ★ ★ ★ ★

HOTEL SCHWEIZERHOF NICOLETTA



Die hellsten Sterne von Zermatt

Seit mehreren Generationen gehören die Seiler Hotels zu den begehrtesten Adressen von Zermatt. Unsere Häuser vereinen erstklassige Schweizer Hoteltradition mit moderner Hotelkultur. In unseren zehn Restaurants verwöhnen wir unsere Gäste mit einem vielseitigen internationalen Angebot. Unsere hohen Anforderungen machen uns zu den führenden Hotels Zermatts und sind für unsere Mitarbeiter beehrte Referenz.

Für die Sommersaison 2006 suchen wir noch folgende qualifizierten und motivierten Mitarbeiter/innen:

Réceptionist/in

(mit guten D/E/F-Kenntnissen in Wort und Schrift sowie Réceptionserfahrung)

Chef de partie

1. Chef de rang

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

Portier

(mit D/F- oder E-Kenntnissen und Führerschein)

sowie nach Vereinbarung in Jahresstelle:

F&B-Assistent/in

D/F/E, kaufmännische Grundausbildung, Erfahrung in der Gastronomie/Hotellerie und/oder Hotelfachschulabschluss.

Wir freuen uns, Ihre schriftliche Bewerbung mit vollständigen Unterlagen (Lebenslauf, Foto, Zeugnisse und Referenzen) prüfen zu dürfen!

SEILER HOTELS ZERMATT AG
Barbara Lauber, Leiterin Personaladministration
3920 Zermatt
Tel. +41 27 966 87 53 www.seilerhotels.ch

171193

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!

Dies ist die Lebensphilosophie, mit welcher wir als Swissôtel Team Member unsere internationalen Gäste betreuen und unsere Arbeitskollegen unterstützen.

Unser **Convention-Team** braucht Verstärkung!

Convention Sales Mitarbeiter w/m

Per 01. Juli 2006 oder nach Vereinbarung

Dies sind die Voraussetzungen für diese Stelle:

- Sie sind eine überzeugende Persönlichkeit mit Verhandlungsgeschick
- Sie sind gewandt im Umgang mit Kunden und kommunikationsfreudig
- Abgeschlossene Berufslehre im Gastgewerbe, eine kaufmännische Grundausbildung oder eine abgeschlossene Hotelfachschule.
- Sehr gute Sprach- und Computerkenntnisse
- 2 - 3 Jahre Berufserfahrung, Front Office und F&B von Vorteil

So sieht die tägliche Arbeit aus:

- Bearbeiten der Seminar/Bankettanfragen inkl. Zimmerbuchungen bis hin zum Vertragsabschluss
- Verkaufsgespräche, Site inspections vor Ort
- Organisation der Anlässe bis ins letzte Detail
- Koordination mit Operationsabteilungen
- Stammkundenbetreuung, Kontaktpflege

Für diese interessante Stelle suchen wir eine aufgeschlossene, belastbare und teamfähige Person mit Organisationstalent, welche gerne in einem jungen Team arbeitet. Idealerweise sind Sie zwischen 20 und 35 Jahre jung.

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

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 Nummer 0041 44 317 31 53 weitere Auskünfte.

swissôtel ZÜRICH

Am Marktplatz, CH-8050 Zürich

laura.difranco@swissotel.com

www.zurich.swissotel.com

171216

Top-Jobs für Sie!

► Commis de cuisine

für gepflegten und renommierten Betrieb in **Weggis am Vierwaldstättersee**. Ihre Erfahrung im gepflegten A la carte-Service ist Ihr Trumpf-As. Eintritt ab sofort oder nach Vereinbarung.

► Commis de cuisine / Chef de partie

für gut frequentiertes Restaurant in **Kriens LU**. Eintritt per sofort oder nach Vereinbarung.

► Chef de partie

In renommierten, gut besuchten und traditionellen A la carte-Betrieb in der **Luzerner City**, am Rande der Altstadt. Ab sofort oder nach Vereinbarung.

► Chef de partie

für traumhaft gelegenes Hotel/Restaurant, hoch über dem **Vierwaldstättersee** in **Seelisberg UR**. Gepflegte Gastronomie auf gehobenem Niveau. Eigenes Fahrzeug von Vorteil. Saison- oder Jahresstelle. Eintritt sofort oder nach Vereinbarung.

► Chef de partie

4*-Hotel, GaultMillau-Betrieb, am **Thunersee BE**. Gastronomie auf top Niveau. Die Herausforderung für kreativen Koch. Saisonstelle. Eintritt sofort.

► Servicefachangestellte

in GaultMillau-Betrieb in **Hedingen ZH**. Erfahrung im gepflegten A la carte-Bereich ist unbedingt erforderlich. Deutsche Muttersprache. Idealerweise 20 bis 30 Jahre. Eigens Fahrzeug von Vorteil. Eintritt per sofort oder nach Vereinbarung.

► Servicefachangestellte

in sehr gut frequentierten A la carte-Betrieb, etwas **ausserhalb von Bern**. Deutsche Muttersprache. Mit OV erreichbar, eigenes Fahrzeug dennoch von Vorteil. Eintritt per sofort oder nach Vereinbarung.

Senden Sie uns bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen (mit Foto) oder rufen Sie an. Lieber heute als morgen!

Top-Jobs täglich aktuell im Internet unter **www.gastrojob.ch**

GastroJob
Partner der Berufsverbände

Filiale Zürich: Postfach 4870, CH-8002 Luzern
Freilugstrasse 10, CH-8002 Zürich. Tel. 041 418 23 33, Fax 041 418 23 40
Tel. 044 280 03 40, Fax 044 280 03 41 info@gastrojob.ch, www.gastrojob.ch

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, Jürschsee, Rapperswil, Zug, Tessin, Aargau

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

169177

SENIORENZENTRUM AARAU AUF WALTHERSBURG

Wir suchen per 1. November 2006 oder nach Vereinbarung:

Küchenchef / Alleinkoch 80 %

Sie sind zuständig für die Menüplanung und die Zubereitung des täglichen Mittagessens unter Einhaltung von ernährungsphysiologischen und saisonalen Aspekten. Zudem gehört auch die Organisation und Durchführung von Banketten und Abendanlässen dazu.

Kostenbewusstes Einkaufen, kalkulieren von Gerichten und das Einhalten der Hygienrichtlinien ist für Sie eine Selbstverständlichkeit.

Sie sind 30 bis 50-jährig, verfügen über eine abgeschlossene Berufslehre mit Diätkochausbildung und ev. mit Fachausweis Gastronomie- oder Spitalkoch. Unternehmerisches Denken, Teamfähigkeit und Flexibilität gehört zu Ihren Stärken.

Der Umgang mit Word und Excel bereitet Ihnen keine Mühe.

Wir bieten Ihnen geregelte Arbeitszeiten (abends und 1 bis 2 Wochenende pro Monat frei), Top moderne Küche, gutes Arbeitsklima und vorzügliche Sozialleistungen.

Wenn Sie diese verantwortungsvolle Aufgabe anspitzen und Sie an einem längeren Engagement interessiert sind, senden Sie uns bitte die vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

Seniorenzentrum Aarau, Markus Felder, Zentrumsleiter,
Waltersburgstrasse 3, 5000 Aarau, Telefon 062 832 02 00
E-Mail: felder@seniorenzentrum.ch/www.seniorenzentrum.ch

171188

Das Hotel Scuol Palace**** im sonnigen Unterengadin sucht per 25. Mai 2006 eine/n

Direktionsassistent/in

Aufgaben

Sie sind die rechte Hand der Geschäftsleitung und zu dessen Unterstützung suchen wir eine Persönlichkeit mit solider Erfahrung in den Bereichen Administration, Réception und Marketing.

Ihr Profil

Wir erwarten eine abgeschlossene Ausbildung im kaufmännischen Bereich oder an einer Hotelhandelschule mit mehrjähriger Erfahrung in der Hotellerie. Sie sind eine unternehmerisch denkende Persönlichkeit, sind verantwortungsbewusst, bringen Führungsqualitäten und Führungserfahrung mit und suchen eine langfristige Anstellung. Gute Sprachkenntnisse in Deutsch, Französisch und Englisch sind unerlässlich. Sie sind eine zielstrebige, umsetzungsstarke und charmante Persönlichkeit und fühlen sich in einem internationalen Umfeld zu Hause.

Ausserdem suchen wir per 25. Mai 2006

1 Gärtner und Haustechniker 8 Zimmermädchen

Herr
A. Friedman
Sackweidhöhe 1
6012 Obernau
Telefon: 078 878 43 15
Telefax: 041 322 08 64

171150

PARK HYATT ZÜRICH®

Karrieremöglichkeiten in einem internationalen Luxus-Hotel in Zürich.
Machen Sie mit uns Hyatt zum Erlebnis.

In der Nähe des Kongresszentrums, in der Mitte des attraktiven Finanz- und Handelsplatzes der Stadt Zürich und nur ein paar Schritte von der Bahnhofstrasse entfernt, befindet sich das neueste und innovativste Hotel der Stadt: Das Park Hyatt Zürich.

Für unsere Marketing-Abteilung suchen wir ab Juli 2006 eine/n

Marketing & Communications Manager (w/m)

Ihr Aufgabenbereich liegt in der ganzheitlichen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und beinhaltet den Ausbau des Netzwerkes in der Stadt und Region Zürich. Sie planen und koordinieren Termine für Journalisten und Pressekontakte sowie In-House-Foto-Shootings. Sie stellen einen einheitlichen Marketing- und Kommunikationsauftritt sicher, unter anderem durch die Erstellung von hausinternen Broschüren, Direct-Mailings, E-Newsletters, Pressemitteilungen und Werbetexten. Die Pflege unserer Internet-Seiten rundet Ihren vielseitigen Aufgabenbereich ab.

Anforderungen:

Sie verfügen über eine Aus- oder Weiterbildung im PR- und Communications-Bereich und mehrjährige, relevante Berufserfahrung. Sie sind charmant, verfügen über ein sehr gepflegtes Erscheinungsbild und Ihre Umgangsformen entsprechen den Anforderungen eines Luxus-Hotels. Sie geniessen die professionelle Kontaktpflege mit unseren internationalen Gästen, Kunden und Partnerfirmen, fühlen sich aber auch auf dem Zürcher Parkett wohl, auf welchem Sie unser modernes und innovatives Hotel repräsentieren. Fließende Deutsch- und Englischkenntnisse in Wort und Schrift sind zwingend erforderlich, von Vorteil auch weitere Sprachen.

Ein Hotel kann für seine Gäste nur so gut sein wie seine Mitarbeiter. Wenn Sie engagiert und erfolgsorientiert sind, gerne in jungen, dynamischen Teams arbeiten, bieten wir Ihnen das interessante und zukunftsichere Arbeitsumfeld einer weltweit expandierenden Hotelkette. Durch die Auswahl von vielversprechenden Mitarbeitern, die umfangreiche Trainingsprogramme durchlaufen, sichern wir nicht nur Ihre persönliche Entwicklung, sondern auch die Zufriedenheit unserer Gäste.

Wir freuen uns auf Ihre vollständige Bewerbung mit Foto:

Park Hyatt Zürich
Sandra Heim
Director of Human Resources
Beethoven-Strasse 21
8002 Zürich
Telefon: +41 43 883 10 85
E-Mail: recruitment.zurich@hyattintl.com

171222



MARRIOTT INTERNATIONAL

IST EINES DER ERFOLG-

REICHSTEN UNTERNEHMEN IM

BEHERBERGUNGS- UND

DIENTLEISTUNGSBEREICH

MIT MEHR ALS 2700 HOTELS

IN 67 LÄNDERN UND

ETWA 143 000 MITARBEITERN

FÜHREND IN DER BRANCHE.

ZUM KONZERN GEHÖREN 17

VERSCHIEDENE PRODUKT-

LINIEN; DAVON SIND IN

EUROPA DIE MARKEN MARRIOTT

HOTELS & RESORTS,

RENAISSANCE

HOTELS & RESORTS SOWIE

COURTYARD BY

MARRIOTT VERTEILEN. FINDEN SIE

DEN EINSTIEG IN EINE

STARKE EXPANDIERENDE

HOTELKETTE, DIE IHNEN DIE

TÜREN ZU EINER INTERNATIO-

NALEN KARRIERE ÖFFNET.

FIRST CLASS WIRD BEI UNS

SOWOHL DEM GAST ALS

AUCH UNSEREN MIT-

ARBEITERN GEGENÜBER

GROSS GESCHRIEBEN.

Im Herbst 2006 wird in Zürich-Oerlikon das erste Courtyard by Marriott der Schweiz mit 152 Zimmern, «max restaurant bar & lounge», «Grab'n Go» Kiosk, Business Corner, Fitnessraum und Konferenzbereich eröffnet.

Die Marke Courtyard by Marriott ist preislich in der gehobenen Mittelklasse angesiedelt. Die Hotels sind insbesondere auf Geschäftsreisende ausgerichtet und zeichnen sich durch überdurchschnittliche Funktionalität aus. Mit inzwischen über 700 Häusern weltweit ist Courtyard by Marriott zu einer führenden Marke in seiner Kategorie avanciert.

Für die Eröffnung suchen wir junge, dynamische und hoch motivierte Persönlichkeiten (w/m).

Per sofort

Executive Chef/Küchenchef
Event Manager
Restaurant Manager
Asst. Chief Engineer
Engineer/Haustechniker
Event- & Sales Coordinator

Ihr Profil:

- fundierte gastronomische Ausbildung und mehrjährige Praxis in der Stadthotellerie
- Erfahrung bei einer Neueröffnung wünschenswert
- unternehmerisches Denken und Handeln
- Organisationstalent
- Team- und Begeisterungsfähigkeit
- flexibel, einsatzfreudig und dynamisch
- verantwortungsbewusst
- Erfahrung mit Fidelio/Opera
- Fremdsprachenkenntnisse (E/F)

Wir bieten:

- permanente Aus- und Weiterbildung
- Einstieg in eine der besten Hotelketten der Welt
- Entwicklungsmöglichkeiten
- überdurchschnittliche Sozialleistungen sowie 5 Wochen Ferien

Ihre komplette schriftliche Bewerbung mit Foto richten Sie bitte an Tanja Fleissner, Human Resources Consultant:

Courtyard by Marriott Zürich Nord
Wallisellenstrasse 57
Postfach
CH-8600 Dübendorf 1

170423

Das Hotel Scuol Palace**** im sonnigen Unterengadin sucht per 25. Mai 2006 einen

Küchenchef Küchenchef Stv. und einen

Aufgaben

Sie tragen als Küchenchef die Verantwortung für die Organisation des gesamten Küchenbereiches und führen 8 Mitarbeitende. Die Einhaltung der hohen Qualitätsanforderungen punkto Angebot und Hygiene gehören ebenso zu Ihrem Aufgabengebiet wie diverse administrative Aufgaben, Kalkulationen und das Gestalten einer abwechslungsreichen, neuzeitlichen und marktorientierten Menüplanung.

Ihr Profil

Wir erwarten eine abgeschlossene Kochlehre mit mehreren Jahren Berufs- und Führungserfahrung. Sie haben nie ausgemerzt und freuen sich, stets dazuzulernen. Gute Sprachkenntnisse in Deutsch, Französisch und Englisch sind unabdingbare Voraussetzungen für diese Position. Sie sind ein Organisationstalent, denken gästerorientiert und sind im Besitze eines gültigen Führerausweises. Ihre erfahrene, charmante und bestimmte Persönlichkeit bringen Sie bei Gästen und Untergebenen gut ein und Sie fühlen sich in einem internationalen Umfeld zu Hause.

Ausserdem suchen wir per 25. Mai 2006

4 Küchenhilfen 2 Lehrlinge

Herr

A. Friedman
Sackweidhöhe 1
6012 Obernau
Telefon: 078 878 43 15
Telefax: 041 322 08 64

171150

MULLER PONTRESINA

Alt mit neu kombinieren, Lebensfreude, kreativ sein, Leidenschaft leben...

Das Hotel Müller ist ein neu renoviertes Hotel in Pontresina: 40 Betten, 60 Restaurantplätze und Sonnenterrasse mit 40 Plätzen.

Für die kommende Sommersaison ab 1. Juni bis Mitte/Ende Oktober 2006 sind in unserem Team noch folgende Posten zu besetzen:

Chef de Partie

mit Liebe zur kreativen Küche

und

Servicefacharbeiter/in

mit Freude am Beruf

Wollen Sie in einem jungen Team persönlich weiterkommen? Dann senden Sie bitte Ihre Unterlagen an

Konrad Messner
Hotel Müller
Postfach 139
7504 Pontresina
oder rufen Sie einfach an: Telefon 081 839 30 00
E-Mail: info@hotel-mueller.ch
www.hotel-mueller.ch

171191

the way BUSINESS moves



Carlson Wagonlit Travel sucht per 1. Juli oder nach Vereinbarung für seinen Explot von der Firma Novartis in Basel:

eine oder einen Event Consultant

Sie verfügen über:

- Mehrjährige Erfahrung in der Organisation von Veranstaltungen und/oder Incentives
- Erfahrung in der Ausarbeitung von Rahmenprogrammen wäre von Vorteil
- Sehr gute Kenntnisse des Hotelangebots in Europa und den USA
- Erfahrung mit MS-Office Word, Excel und Outlook
- Sehr gute Kenntnisse in deutscher und englischer Sprache, Französisch und andere Fremdsprachen sind von Vorteil
- Teamgeist und Engagement

Wir bieten:

- Entlohnung entsprechend Ihren Erfahrungen
- Einen topmodernen Arbeitsplatz
- Ausgezeichnete Sozialleistungen
- 5 Wochen Ferien
- Vorteile eines internationalen Unternehmens

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an

Carlson Wagonlit Travel
Frau Marianne Käch
c/o Novartis Pharma AG
Postfach
4002 Basel
mkach@carlsonwagonlit.ch

und/oder rufen Sie uns an
(Tel. 061 638 66 11) – ein persönliches Gespräch klärt viele Fragen.

Weitere Stellenangebote unter:
www.carlsonwagonlit.ch

171197

Besuchen Sie uns im Internet:
www.carlsonwagonlit.ch

Carlson
Wagonlit
Travel

PARKHOTEL BELLEVUE

**** Parkhotel Bellevue & Spa
(Ferien- und Wellnesshotel mit 53 Zimmern)
sucht per Mitte Juni (in Jahresstelle)

zur Ergänzung des Teams innovative, motivierte Mitarbeiter/innen.

Réceptionist/in

(mit Hotelerfahrung)

Servicefachangestellte/r (mit Erfahrung)
(à la carte und Hotelrestaurant)

Zimmerfrau/Lingère

und

Küchenhilfe/Officemitarbeiter
(mit Erfahrung und Deutsch-Kenntnissen)

Lehrstelle Restaurantfachfrau/-mann

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto.

****PARKHOTEL BELLEVUE & SPA
z. H. Andreas Richard
CH-3715 ADELBODEN
Tel. ++41 33 673 80 00
www.parkhotel-bellevue.ch

171164

**** PARKHOTEL BELLEVUE & Spa · Andreas Richard
3715 Adelsboden Switzerland
Tel. 033 673 80 00 · Fax 033 673 80 01
www.parkhotel-bellevue.ch

It's boarding time !



Fasten Seat Belts

Runway34 - ein weltweit einzigartiges Restaurant-konzept lässt Sie die Faszination des Fliegens und Reisens hautnah erleben.

Wir begeistern unsere Gäste mit einem einzigartigen Ambiente rund um die Ilyushin 14 (russisches Passagierflugzeug, Jahrgang 1957) und entführen diese mit unseren charmananten Flight Attendants auf eine kulinarische Reise rund um die Welt.

Zur Ergänzung unsere Galley Crew brauchen wir per sofort oder nach Vereinbarung noch eine/n

Sous-Chef, Chef de Partie, Koch

Sie lieben Ihren Beruf und konnten sich in der internationalen Kunst des Kochens bereits unter Beweis stellen, mit Vorteil auch in der „Cook & Chill“-Produktion. Sie suchen eine Herausforderung und sind bereit im Team neue Wege zu gehen. Sie sind engagiert, kreativ und qualitätsbewusst und pflegen ein hohes Verantwortungsbewusstsein. Einsatzbereitschaft ist für Sie kein Fremdwort und Ihre aufgestellte Art motiviert Sie im Team zu Höchstleistungen.

Keine Frage, es ist Check – in Time!

Senden Sie uns noch heute Ihre vollständigen Unterlagen.

RUNWAY RESTAURANTS AG
D. Lütman, Y. Weber, T. Soltermann
Rohrstrasse 67 8152 Glattbrugg
www.runway34.ch Email info@runway34.ch
Telefonische Auskünfte 043 816 34 34

171220



Für die kommende Sommersaison (oder länger) suchen wir noch:

1 Hofa

1 Mitarbeiterin an der Rezeption

Arbeiten Sie gerne mit internationaler Kundschaft, sind Sie freundlich, zuvorkommend und verfügen über gute Fremdsprachenkenntnisse?

Wir bieten Ihnen geregelte Arbeits- und Freizeit (wöchentlich zwei aufeinanderfolgende Tage frei) in einem kleinen, lebhaften Betrieb.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit den üblichen Unterlagen.

Catherine Wyrsch-Zurniwen
Bahnhofplatz 14
Postfach
3920 Zermatt

171114



Lieben Sie Ihren Beruf? Sind Sie flexibel und einsatzfreudig und steht die Zufriedenheit der Gäste für Sie an erster Stelle? Dann sind Sie bei uns richtig! Ab sofort oder nach Vereinbarung suchen wir einen gut ausgebildeten und kreativen

Chef de Partie m/w

der selbstständigen und verantwortungsbewussten Arbeiten gewohnt ist, und einen gut ausgebildeten

Commis m/w

der sein erlerntes Wissen in der Praxis anwenden und umsetzen möchte.

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung und freuen uns auf ein persönliches Gespräch in unserem historischen Hotel-Restaurant im Herzen des Kantons Aargau.

Sabine und Daniel Goetschi, Gasthof zum Kreuz
Obere Dorfstrasse 1, 5034 Suhr

171228

Der düsteren Stadtluft entfliehen und den Sommer am schönen Bielersee beginnen? JA?

Ab nach Lüscherz! Für unseren Gasthof in dem es sich hauptsächlich um unsere Gäste, Fisch sowie um gute Weine dreht suchen wir per 1. Juli 06 oder nach Vereinbarung:

Commis de cuisine 100% (w/m)

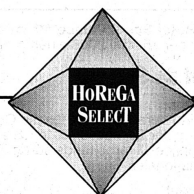
Wir bieten Ihnen, angenehme Arbeitsbedingungen in einem jungen, dynamischen Team sowie geregelte Arbeitszeiten. (Mittwoch/Donnerstag Ruhetage)

Wir erwarten eine abgeschlossene Lehre als Koch sowie flexibles, kreatives arbeiten gepaart mit einer zuverlässigen und gewissenhaften Persönlichkeit.

Rufen Sie uns an (032/338 12 21) oder senden Sie uns Ihre Bewerbung mit Foto:

Gasthof 3 Fische
Patrizia Girsberger
2576 Lüscherz
www.3fische.ch

171220



Wir suchen Sie!

Personalchef/in

Region Zentralschweiz. Für einen renommierten Hotelbetrieb suchen wir eine/n Fachmann/-frau, mit entsprechender Berufserfahrung im Personalwesen: Selektion, Rekrutierung, Personaladministration, Coaching sowie Vorbereitung der Löhne für die Buchhaltung. Eintritt sofort oder nach Vereinbarung.

Chef de Réception (Dame oder Herr)

Für ein 5* Luxushotel im Berner Oberland suchen wir eine/n versierte/n Bewerber/in mit mehrjähriger Berufserfahrung in gleicher oder stellv. Position in der 5* Hotellerie und guten Sprachkenntnissen D/E/F in Wort und Schrift.

Bankettleiter

Basel. Organisation und Durchführung der Anlässe, inkl. der gesamten Administration. Berufserfahrung als Chef de Service und im Bankettbereich. Alter bis max. 40 Jahre. Gute PC- und Sprachkenntnisse D/F/E.

Chef de Service (Dame oder Herr)

Region Vierwaldstättersee. Begeisterte Gastgeberpersönlichkeit mit einem überzeugenden Leistungsausweis im Führungsbereich Front aus innovativen, evtl. «eventlastigen» Betrieben. Weiterbildung als Restaurantleiter/in oder Hotelfachschule. Alter: 30 bis 45 Jahre.

Chef/in Pâtissier

Für ein ganz spezielles Haus in Zürich mit einer anspruchsvollen Individualkundschaft suchen wir für den Bankettbereich einen ausgewiesenen, kreativen Berufsmann/-frau. Das Haus fabriziert seine ganzen Desserts inhouse. Eine Topstelle für jemanden, der seinen Beruf liebt.

Alle weiteren Stellenangebote finden Sie jeden Tag aktualisiert unter: www.horega.ch

HoReGa Select AG Kaderberatung

Stänzlergasse 7, 4051 Basel
Tel. 061 281 95 91
info@horega.ch

171183



Qualität heisst heute auch wieder flexible Einsatzbereitschaft, Motivation, Unternehmenseinstellung, Disziplin und Wille. Helfen Sie uns, qualitätsorientiert zu bleiben?

Servicemitarbeiter/in à la carte
Réceptionniste im Frühdienst mit Fidelioerfahrung
GARDEMANGER IN FRÜHDIENTST/JUNGKUCH
Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Roger Gloor
Trendhotel AG
8105 Zürich-Regensdorf, 044 870 88 88
E-Mail gloor@trend-hotel.ch

171225

Die Indos-Rest GmbH sucht per 1. Juli 2006 für Rest. in Basel einen **gelernten Koch aus Indonesien** mind. 6-7 J. Erfahrung, E + Indonesisch. Tel. 078 888 39 25

171198

Wir suchen ein

Pächter-Paar

auf unser (ital.) Restaurant. Gute Lage an Hauptstrasse im Dreieck Baden/Brugg.

Neue Infrastruktur und heimeliges Ambiente mit 80 Plätzen.

Ihrer Kreativität steht nichts im Wege. Mitbeteiligung und weiterer Ausbau möglich.

Telefon: 056 245 59 56
079 402 89 59

171223

Wir suchen nach Langnau im Emmental **BAR-MITARBEITER** in das führende Trendlokal. Nur Abenddienst, Anfänger führen wir gerne in die neue Aufgabe ein. Nur CH! Interessiert? Dann rufen Sie uns an unter: Telefon 034 402 19 65, Peter Corpatoux Zur Sattelkammer, 3550 Langnau 171179



Ein Hotel des Ferienvereins

Das gepflegte Club-Hotel Schweizerhof im sonnigen Engadin bei St. Moritz verfügt über 120 Zimmer, ein À-la-carte-Restaurant, eine Bar mit Livemusik und einen grossen Wellnessbereich.

Per Juni 2006 haben wir folgende Stelle neu zu besetzen:

Réceptionist/in

Sie haben Spass am Umgang mit unseren Gästen, können mit Fidelio umgehen und sprechen Deutsch und Französisch.

Ein eingespieltes Team sowie attraktive Anstellungsbedingungen erwarten Sie.

Senden Sie uns bitte Ihre Bewerbungsunterlagen. Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.

Club-Hotel Schweizerhof
Pascal und Sandra Merkl
Direktion
CH-7514 Sils Maria
Telefon 081 838 58 58
Telefax 081 838 58 50
www.ferienverein.ch
schweizerhof@ferienverein.ch

171226



Wir sind ein lebhaftes Bio-Restaurant mitten in Bern mit 110/55 Plätzen und einer treuen Stammkundschaft. Wir haben uns von anderen ab durch eine konsequente Bio-Küche. Wir suchen zur Verstärkung unseres Teams per sofort oder nach Vereinbarung

Sous-Chef

mit einigen Jahren Erfahrung in ähnlicher Funktion

Koch/Köchin

mit Berufserfahrung

Wichtig sind Ihre Freude am Beruf, die Bereitschaft, Neues zu entdecken und Ihr Wille zu Qualität.

2-3 Schnuppertage geben Ihnen und uns die Möglichkeit zu testen, ob wir zusammen passen.

Interessiert? Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung! vatter das Restaurant-Café, Herr Henri Raemy Bärenplatz 2, 3011 Bern r.raemy@vatter.ch www.vatter.ch

171199



Der Kapplerhof zählt zu den führenden Seminarhotels in der Ostschweiz und verfügt über 11 Seminarräume, 52 Zimmer, Restauration mit 100 Sitzplätzen, Bankettmöglichkeiten bis 650 Personen, über einen charmananten Wellnessbereich und eine herrliche Gartenlandschaft mit grosser Terrasse.

Zur Ergänzung unseres dynamischen jungen Teams suchen wir nach Übereinkunft

Direktions-Assistent/in Chef de Service Anfangs-Gouvernante

Ihr Aufgabenbereich beinhaltet eine solide Ausbildung. Sie überzeugen mit vertrauenswürdigem Auftreten, Charme, Fachkompetenz.

Wir bieten ein interessantes Umfeld mit attraktiver Entlohnung.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto an R. Rupf, Tel. 079 388 45 77, dieser steht Ihnen gerne für Auskünfte zur Verfügung.

171194



SUCHEN? VERMITTELN? FÖRDERN!

Strahlendes Lächeln für einen Familienbetrieb

Grossartiger Familienbetrieb zwischen Zug und Schwyz sucht eine gelernte und aufgeschlossene **Servicefachfrau**, die gerne ohne Zimmerstunde arbeitet und den Donnerstag als Freitag bereits schon heute fixieren kann.

Begeisterung für das Zürcher Oberland Ein traditionelles Landhotel feiert Wiedereröffnung und sucht **Köche** mit kreativen Ideen. Freuen Sie sich auf moderne Infrastruktur.

Kraft einsetzen in Bern Neuzulassiges Restaurant am Stadtrand von Bern sucht eine professionelle **Fachfrau** aus der Region für den Service.

Weitblick in Bern Sympathisches Landhotel bei Bern sucht selbstständige **Betriebsassistentin** mit vielseitigen Interessen in der Branche. Servicetätigkeit 50 % und 50 % Assistenz.

Senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen oder rufen Sie uns an. Gerne helfen wir Ihnen weiter.

GastroSuisse Job Service, Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich, Tel. 0041 (0)44 377 55 35, Fax 0041 (0)44 377 55 90, jobservice@gastrosuisse.ch, www.gastrosuisse-jobservice.ch

171184



Zur **Neueröffnung** einer **Top Location** mit Restaurant Lounge Bar und Garten im Zentrum der Stadt Zürich (Kreis 1) gelegen, suchen wir **DICH** zur Bereicherung unseres Teams!

- jung, dynamisch, interessiert -

Kombiniert mit persönlichem Engagement und fachlichem Know-how, kannst **DU** mit zum erfolgreichen Gelingen in einem wachsenden Unternehmen beitragen.

Vakante Stellen

Chef de Partie 100% (m/w - max. 30 Jahre alt)

Hochmotivierte Persönlichkeit mit Begeisterung für gehobene Trendgastronomie. Bringt fundierte Grundausbildung mit mehrjähriger Berufserfahrung in Mittel- und Grossbetrieben, von Vorteil in der Hotellerie, mit. Flexibler Einsatz auf allen Posten, hoher Qualitätsanspruch, selbstständige Organisation und teamorientiertes Denken unterstreichen die erforderliche Qualifikation.

Commis de cuisine 100% (m/w)

Begeisterungsfähiger Kreativkopf mit Freude am Beruf. Stellt höchste Anforderungen an sich selbst und eine erstklassige Produkte- und Servicequalität. Bringt Zuverlässigkeit und Flexibilität mit sowie einen ausgeprägten Teamgeist.

Stellenantritt

per sofort oder nach Vereinbarung.

Wir freuen uns auf dich!

Haben wir dein Interesse geweckt?

Wenn ja, sende uns dein vollständiges Bewerbungsdossier mit Foto.

Kontaktadresse

Tao's Restaurant Lounge Bar
z.Hd. Renate Blaser
Augustinergasse 3
8001 Zürich

Tel. Nr. 044 448 11 22 / Fax 044 448 11 23
r.blaser@club-indochine.com

Das **Hotel Scuol Palace****** im sonnigen Unterengadin sucht per 25. Mai 2006 einen

Chef de Service

Aufgaben

Sie sind verantwortlich für die Organisation und Durchführung der Serviceschichten. Sie sind Ansprechperson für Service-Mitarbeitende sowie für die anspruchsvollen, internationalen Gäste.

Ihr Profil

Sie verfügen über eine abgeschlossene Berufslehre im Servicebereich und haben Ihre weitere Berufserfahrung v.a. in Hotel-Betrieben gesammelt. Zusätzlich verfügen Sie über ausgezeichnete Deutsch- und Englisch-Kenntnisse. Sie sind eine einsatzfreudige und charmante Persönlichkeit und fühlen sich in einem internationalen Umfeld wohl.

Ausserdem suchen wir per 25. Mai 2006

12 Servicepersonal (Voll- und Teilzeit)

Herr

A. Friedman
Sackweidhöhe 1
6012 Obernau
Telefon: 078 878 43 15
Telefax: 041 322 08 64

171152



SPITAL LACHEN

IHR GESUNDHEITZENTRUM AM SEE

Wir sind ein modernes Akutspital am oberen Zürichsee und suchen für unsere Privatstation per sofort oder nach Vereinbarung eine

Hotellerie-Mitarbeiterin (80%)

Sie begleiten und betreuen unsere Patienten und Patientinnen während ihres Spitalaufenthaltes im Hotelleriebereich: Bestellung und Service von Essen und Getränken, Blumenpflege, Botengänge und administrative Arbeiten.

Verfügen Sie über eine Ausbildung als HOFA oder SEVA? Arbeiten Sie gerne in einem aufgestellten Team und sind es gewohnt täglich neue Herausforderungen zu meistern? Zögern Sie nicht und senden uns Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto. (**Spital Lachen, Personalwesen, Oberdorfstrasse 41, 8853 Lachen**).

Frau Serenella von Schulthess, Leitung Hotellerie, gibt Ihnen auch gerne erste telefonische Auskünfte (055 451 37 05).

Besuchen Sie uns auf unserer Homepage:
www.spital-lachen.ch

171161

New Challenge

Hotel + Gastro Personalvermittlung

Schreiten Sie motiviert, offen und voller Elan zu neuen Taten!

Planen Sie Ihre Karriere, suchen Sie eine neue Herausforderung oder ganz einfach einen Tapetenwechsel?

Ob eine Position als:

Teamleiter Restaurant/Food

Betriebs-Assistent/in

Chef de Service

Junior Küchenchef

Sous-Chef

Jungkoch bis Chef de Partie

Front Office Shiftleader

Sales Repräsentativ

Nutzen Sie mein Know-how, die Beratung und meine Kontakte! Interessiert, dann rufen Sie mich an oder senden mir Ihre Bewerbungsunterlagen. Ich freue mich, Sie kennen zu lernen.

Gabriela Weber, Seestrasse 160, 8002 Zürich
Tel. 044 201 24 66, www.newchallenge.ch

171215



Reha-KLINIK Hasliberg

6083 Hasliberg-Hohfluh

Tel. 033 972 55 55

Fax. 033 972 55 56

Internet: <http://www.haslibergerhof.ch>

E-Mail: info@haslibergerhof.ch

Wir suchen per sofort oder nach Übereinkunft einen

Jungkoch, m. oder w. (100%)

Wir bieten:

- geregelte Arbeitszeiten in einem Ganzjahresbetrieb
- Möglichkeiten, Ihre Kreativität beim Kochen einzubringen
- angenehmes Arbeitsklima im Küchenteam
- vielseitige Küche (Diäten, Diabetikerkost usw.)

Wir erwarten:

- abgeschlossene Ausbildung als Koch
- Freude am kreativen Kochen
- Kenntnisse der Diätküche von Vorteil, aber nicht zwingend

Fühlen Sie sich angesprochen, so freuen wir uns über Ihre schriftliche Bewerbung an: Reha-Klinik Hasliberg, Personalabteilung, Frau Susanne Schärli, 6083 Hasliberg-Hohfluh.

Bei Fragen und für weitere Auskünfte steht Ihnen zur Verfügung:
Herr Bruno Ott, Küchenchef, Tel. 033 972 55 53

171185



Unique (Flughafen Zürich AG) betreibt die national und international etablierte Verkehrs- und Begegnungsdrehscheibe der Schweiz - den Flughafen Zürich. Wir bieten interessante und vielseitige berufliche Herausforderungen in diesem einzigartig spannenden Arbeitsumfeld.

Assistentin Verkauf & Administration 60% (Airport Conference Center)

Sie sind ein Verkaufsprofi, der es versteht, die Wünsche unserer Kunden mit unserem Angebot zu verschmelzen und überzeugen am Telefon sowie beim persönlichen Verkauf vor Ort mit innovativen Vorschlägen. Eine Aufgabe, in der Ihre guten Umgangsformen und das Gastgeberflair voll zum Tragen kommen, wartet auf eine(n) vielseitige begabte(n) Allrounderin.

Ihre Aufgaben:

- Beratung und Verkauf von verschiedensten Dienstleistungen wie: Seminar und Meeting-Räume inkl. Catering und Technikdienstleistungen
- Entgegennahme von Anfragen & Reservationen für das Airport Conference Center
- Verkaufskorrespondenz und allgemeine administrative Arbeiten
- Unterstützung bei der Organisation & Koordination von komplexen Events
- Ablösung am Front-Office

Unsere Anforderungen:

- Hotelfachabschluss mit Erfahrung im Seminar- und Konferenzbereich
- Verkaufs- und Verhandlungsgeschick
- Erfahrung im Umgang mit anspruchsvoller Kundschaft und ausgeprägtes Dienstleistungsdenken
- Gepflegte Erscheinung mit positiver Ausstrahlung und sicherem Auftreten
- Pflichtbewusste, exakte, zuverlässige und unkomplizierte Persönlichkeit, die auch in hektischen Zeiten Ihre organisatorischen Fähigkeiten und den Überblick nicht verliert
- gute Kenntnisse der Microsoft Office Umgebung sowie der Hotelreservationssysteme
- Sehr gute Deutsch- Englisch und Französischkenntnisse in Wort und Schrift
- Bereitschaft zur Schicht- und Wochenendarbeit

Interessiert? Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung an:

Unique (Flughafen Zürich AG)
Human Resources, Frau Mirjam Stamm
Postfach, 8058 Zürich-Flughafen
Telefon 043 816 43 77
mirjam.stamm@unique.ch

171214

unique

Weitere Stellen finden
Sie unter unique.ch/jobs

BERGBAHNEN · HOTELS · KONGRESSE
STEILSTE ZAHNRADBahn DER WELT



Die PILATUS-BAHNEN mit der steilsten Zahnradbahn der Welt und dem «Berg voller Möglichkeiten», verfügen über ein sehr attraktives Hotel- und Gastronomieangebot. Nicht nur kulinarische Höhepunkte sondern auch «Business on Top» und Events gehören zum umfangreichen Angebot auf dem Luzerner Drachenberg.

Möchten Sie in einem abwechslungsreichen, attraktiven Arbeitsumfeld einheimische und internationale Gäste verwöhnen und ihnen ein unvergessliches Ausflugserlebnis bieten? Dann sind Sie bei uns richtig!

Unser motiviertes Hotel- und Gastro-Team sucht für die Saison 2006 per sofort Verstärkung (m/w):

- **Gelernter Koch und 2. Sous-chef**
- **Gelernte Servicemitarbeitende mit Berufserfahrung (d/e/f)**
- **Serviceaushilfen für Stundeneinsätze**

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie uns Ihre detaillierten Bewerbungsunterlagen schriftlich per Post mit aktueller Foto, Lebenslauf und vollständigen Zeugniskopien:

PILATUS-BAHNEN · Hotels Bellevue und Pilatus-Kulm
Beat Trummer-Saraiva, Leiter Hotels & Gastronomie
Schlossweg 1, 6010 Kriens

PILATUS-BAHNEN · Schlossweg 1 · CH-6010 Kriens/Luzern
E-Mail: info@pilatus.ch · Internet: www.pilatus.ch



171219

Express-Stellenvermittlung

Für ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen aus Hotellerie und Gastgewerbe

Service de placement express

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

Eine
Dienstleistung
von

hoteljob

Tel. 031 370 42 79

08.00 bis 12.00 Uhr und 13.30 bis 17.00 Uhr

Fax 031 370 43 34

SUCHEN SIE QUALIFIZIERTE ARBEITSKRÄFTE?

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

CHERCHEZ-VOUS DES TRAVAILLEURS QUALIFIÉS?

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

Stellengesuche / Demandes d'emploi**Küche/cuisine**

1	2	3	4	5	6	7	8
1191	Küchenchef/Sous-chef	35	CH	August	D	Olten/Aargau/Basel/Spital/Heim	
1193	Sous-chef/Küchenchef	36	FR	C	August	D/F	Genf
1195	Küchenchef	41	CH	August	D/F	Baden+Umgeb.	
1196	Hilfskoch	18	CH	August	D	AG/LU/Heim	
1204	Commis de cuisine/w	20	CH	August	D	LU/SZ/Spital/Heim	
1206	Chef pâtissier	27	FR	G-EG	sofort	D/F	Zürich
1207	Koch	25	DE	L-EG n. Ver.	D	Zürich+Umgeb.	
1208	Koch/w	22	CH	Juni	D	Bern/Biel/Fribourg/3-4*-Hotel	
1209	Küchenchef/Sous-chef/w		DE	L-EG n. Ver.	D/E/F/I		
1210	Koch	24	DE	L-EG	sofort	D/E	
1213	Küchenchef/Alleinkoch	58	DE	C	sofort	D/E/F/I	Deutsch-CH
1214	Koch/Alleinkoch/w	44	FI	C	Juni	D/E/F	BS/BL/SO/JU
1220	Küchenchef/Alleinkoch	63	CH	sofort	D/F/I	Bergrestaurant	
1222	Koch/Küchenchef	47	CH	sofort	D	LU/GR/SG/ZH	
1224	Küchenchef/Sous-chef	52	DE	L-EG	sofort	D/E/F	Hotel/Spital
1227	Küchenchef	47	CH	sofort	D/E/F/I	TI	
1231	Küchenchef	40	CH	Juli	D/E/F/I	TG/Kantine/Heim	
1232	Pâtissier/Koch	41	CH	Juni	D/E	Deutsch-CH	
1234	Chef pâtissier	60	CH	n. Ver.	D/E/F/I	Deutsch-CH/IT	
1237	Pâtissier/Gardemanger	42	FR	G-EG/Juni	D/F	ZH/LU/BS	

Service/service

1	2	3	4	5	6	7	8
1212	Service/Barman	27	CH	sofort	D/E	SG/ZH/GR/GUSZ	
1215	Kellner/Administration	34	DE	B-EG	sofort	D/E	ZH/ZU/AG
1218	Sefa	22	CH	sofort	D	Zürich/Zug	
1229	Kellner/Allrounder	32	CH	sofort	D	Deutsch-CH	
1230	Sefa	28	DE	L-EG n. Ver.	D/E/F	St. Moritz + Umgeb.	
1233	Chef de service/Bardame	37	CH	sofort	D/E/F	Bern-Thun-Interlaken	
1236	Service/Barman	28	TN	B-EG n. Ver.	D/E/F	ZH	

Administration/administration

1	2	3	4	5	6	7	8
1194	Kaufm. Mitarbeiterin	22	CH	August	D/E/F	Bern	
1202	Kaufm. Mitarbeiter	23	CH	August	D/E	BE/SO/BS/LU/ZH	
1205	Réceptionprakt./Sefa	20	CH	Juni	D/E/F	Bern	
1219	Chef de réception	31	DE	L-EG	sofort	D/E	Deutsch-CH
1221	Anfangsrezeptionist	21	CH	August	D/E/F	BE	
1226	Event-/Marketingass./w	35	CH	n. Ver.	D/E/F	Bern	
1238	Managementberater	59	CH	sofort	D/E/F		

Hauswirtschaft/ménage

1	2	3	4	5	6	7	8
1192	Gouvernante	20	CH	August	D/E/F		
1203	Hofa	19	CH	August	D	Deutsch-CH	
1211	Gouvernante	49	CH	Juni	D/E	ZH/Zug/Luzern+Umgeb.	
1216	Office/Buffer/Hilfskoch	31	PT	L-EG	sofort	D/E/F/I	Bern/BE-Oberl.
1217	Hofa	22	CH	Juni	D	Zürich	
1223	Hofa	22	CH	sofort	D	Deutsch-CH	
1225	Wellnessleiterin	39	CH	n. Ver.	D/E/F		
1228	Hofa	20	CH	sofort	D	Bern/BE-Oberl./Hotel/Klinik	
1235	Gouvernante	21	HR	C	August	D/E/F	ZH

1 REFERENZNUMMER – NUMÉRO DES CANDIDATS**2 Beruf (gewünschte Position) – Profession (position souhaitée)****3 Alter – Age****4 Nationalität – Nationalité****5 Arbeitsbewilligung – Permis de travail pour les étrangers****6 Eintrittsdatum – Date d'entrée****7 Sprachkenntnisse – Connaissances linguistiques****8 Art des Betriebes/Arbeitsort (Wunsch) –****Type d'établissement/région préférée (souhait)**

171025

Stellenbewerbung / Candidature**SUCHEN SIE EINE STELLE?**

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

CHERCHEZ-VOUS UN EMPLOI?

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

Bewerbungstalon / Talon de demande d'emploi

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

Gewünschte Stelle / Emploi souhaité:	Eintrittsdatum / Date d'entrée:		
Arbeitsbewilligung / Permis de travail:	Jahresstelle / Place à l'année ☐ Saisonstelle / saison ☐		
Art des Betriebes / Type d'établissement:	Bevorzugte Region / Région souhaitée:		
Name / Nom:	Vorname / Prénom:		
Strasse / Rue:	PLZ/Ort: / NPA/Lieu:		
Geburtsdatum / Date de naissance:	Nationalität / Nationalité:		
Telefon privat / No de téléphone privé:	Telefon Geschäft / No de téléphone professionnel:		
Bemerkungen / Remarques:			
Sprachkenntnisse / Connaissances linguistiques:			
Deutsch / Allemand: Französisch / Français: Italienisch / Italien: Englisch / Anglais:			
(1 = Muttersprache / Langue maternelle, 2 = gut / bonnes, 3 = mittel / moyennes, 4 = wenig / faibles)			
Meine letzten drei Arbeitsstellen waren / Mes trois derniers emplois:			
Betrieb / Etablissement:	Ort / Lieu:	Funktion / Fonction:	Dauer (von/bis) / Durée (de/à):
1.			
2.			
3.			

Hiermit bestätige ich, dass die obgenannten Angaben der Wahrheit entsprechen. / Le soussigné/la soussignée certifie l'authenticité de ces informations.

Datum / Date:

Unterschrift / Signature:

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

Bitte mailen oder schicken Sie uns den vollständig ausgefüllten Bewerbungstalon an folgende Adresse: / Veuillez nous retourner le talon de demande dûment rempli à l'adresse suivante:

hoteljob, Express-Vermittlung, Monbijoustrasse 130, Postfach, CH-3001 Bern / hoteljob.be@hotelleriesuisse.ch

Seehotel **S**ternen

6048 Horw/Luzern Tel. 0 413 482 482

Für unseren lebhaften **** Hotel- und Restaurantsbetrieb mit 25 Zimmern und 3 Restaurants (Sommer 150 Gartensitzplätze) sowie Konferenz- und Bankettsmöglichkeiten für bis zu 135 Personen in der idyllischen Horwer Bucht direkt am Vierwaldstättersee haben wir für die Sommersaison folgende Stelle neu zu besetzen:

COMMIS DE CUISINE

mit Berufserfahrung und guten Fachkenntnissen.

Haben Sie Interesse, mit Freude und Einsatzbereitschaft in unserem Team zu arbeiten, dann senden Sie bitte Ihre vollständigen Unterlagen oder kontaktieren Sie uns telefonisch.

Seehotel Sternen
Roland Meier, Küchenchef
Winkelstr. 46, 6048 Horw
+41 (0) 413 482 482
www.seehotel-sternen.ch
kueche@seehotel-sternen.ch

171210

BAHNHOF RESTAURANTS BASEL



Für unseren lebhaften Betrieb im Bahnhof Basel SBB suchen wir auf 1. Juli 2006 eine/n

Commis de Cuisine

Sie verfügen über eine erfolgreich abgeschlossene Lehre (Berufserfahrung von Vorteil) und möchten nun Ihre Fähigkeiten an einem neuen vielseitigen und anspruchsvollen Arbeitsort anwenden. Sie sprechen Deutsch und Französisch und sind motiviert unser 24-köpfiges Team tatkräftig zu unterstützen? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung mit Foto:

BERCHTOLD GASTRONOMIE AG
Herr Nicolas Ott
Centralbahnstrasse 14
4002 Basel
ott@bahnhofrestaurants.ch

171192

Hotel **Laaxerhof**

Unsere Zeit gehört Ihnen.

Das HOTEL LAAXERHOF**** mit seinen 92 Zimmern, internationaler Küche, Hotel- sowie A-la-carte-Restaurant im Top-Ski- und Wandergebiet der Alpenarena sucht nach Vereinbarung auf die kommende Sommersaison folgenden Mitarbeiter (m/w):

RÉCEPTIONIST/IN (D/E) (nach Bedarf bieten wir auch eine Jahresstelle)

Ihr Bereich:
Gästekontakt
Korrespondenz auf Deutsch sowie auf Englisch
Verantwortung über Reservationen
Rechnungswesen
Tagesabschlüsse
Mitorganisation von Events

Wir erwarten:
Gute Kenntnisse der gängigen EDV-Systeme sowie Fidelio
Stilsicherheit in Wort und Schrift in Deutsch und Englisch
(Französisch von Vorteil)
Freude am persönlichen sowie telefonischen Kontakt mit Gästen

Wir bieten verantwortungsvolle Positionen in der Alpenarena. Wenn Sie über fundierte Erfahrungen in der Ferienhotellerie verfügen und Teil eines motivierten Teams werden möchten, dann würden wir Sie gerne kennen lernen. Wir freuen uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto. Frau Marianne Gerber, Stv. Chef de Réception beantwortet gerne erste Fragen telefonisch unter 081 920 82 00.

Hotel Laaxerhof
Familie A. & G. van Pelt
7032 Laax-Murschegg
Graubünden
www.laaxerhof.ch
info@laaxerhof.ch

171168



Restaurant in der Zürcher Altstadt sucht

Thai-Chef oder Sous-Chef

mit Hauptaufgaben: Menüplanung, Produktion, Mise-en-place, Kochen am Herd und Bestellwesen. Sie sollten zwischen 28 und 40 Jahre alt sein und Berufserfahrung in Vorgesetztenposition mitbringen. Es erwartet Sie ein Team mit vier Personen, ein attraktiver Arbeitsort und guter Lohn. Bitte senden Sie Ihre Bewerbung an:

Ban Song Thai, Ruedi Rickli
Kirchgasse 6, 8001 Zürich

171168



Für die Sommersaison suchen wir nach Vereinbarung

• Service MitarbeiterInnen Voll-/Teilzeit, Aushilfe

Schriftliche Bewerbungen mit Foto richten Sie an:

171224

Schuh Interlaken AG
Postfach 533, CH-3800 Interlaken

KINDLI

SEIT 1474

Das Hotel KINDLI liegt an ruhiger Lage - mitten in der Innenstadt von Zürich - am Rennweg, zwischen Bahnhofstrasse und Lindenhof.

Unser Stadthotel hat den Charakter eines privaten Hauses:
Ein Ort zum Wohlfühlen, das Restaurant mit einer frischen, delikaten Küche und einem diskreten, freundlichen Service.

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung:

eine/n junge/n gelernte/n

Chef de partie

Wenn Sie sich angesprochen fühlen und über entsprechende Erfahrung verfügen, freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

Uwe Konstanty
KINDLI am Rennweg
Platzgasse 1, 8001 Zürich
Tel. 0041 43 888 76 76
uwe.konstanty@kindli.ch

171169

Mehr brauchen Sie nicht.

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

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

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

Le Centre hospitalier Bienne SA assure des soins médicaux interdisciplinaires de haute qualité à une région bilingue comprenant plus de 130'000 habitants. Pas moins de 1'400 collaborateurs s'occupent du bien-être des patients.

La cuisine de l'hôpital assure chaque jour des repas à environ 250 patients et 350 collaborateurs, ainsi qu'à des hôtes externes. Cette nourriture répond à de hautes exigences au point de vue de la santé et de l'équilibre alimentaire. Une autre fonction consiste à la production de banquets, de buffets et d'apéritifs pour différentes manifestations internes. Pour compléter notre équipe de cuisine, nous cherchons à engager dans un délai à convenir un(e)

Responsable pour la cuisine de production 100 %

A ce poste, vous soutiendrez notre chef de cuisine et assurerez, entre autres, son remplacement.

Vous nous apportez:

- Formation de cuisinier en diététique et brevet fédéral de cuisinier en hôtellerie et restauration ou brevet fédéral cuisinier pour hôpitaux et collectivités
- Expérience professionnelle dans le domaine gastronomique
- Personnalité aimant prendre des responsabilités et travailler dans un team, constante et créative
- Grande conscience professionnelle, en particulier dans le concept d'assurance qualité selon HACCP
- Expérience dans la gestion de personnel et engagement dans la formation de notre relève professionnelle
- De langue maternelle française ou allemande avec une bonne formulation écrite en allemand

Ce qui vous attend:

- Une activité intéressante, variée, à diverses responsabilités et orientée vers l'avenir
- La possibilité d'apporter vos idées et de les développer
- Un soutien à la formation continue
- Une ambiance de travail agréable et de bonnes prestations sociales (CCT)

Intéressé(e) ?

Si vous souhaitez d'autres renseignements, Silvio Ludwig, diplômé féd. chef de cuisine/PL se tient volontiers à votre disposition chaque après-midi entre 14.00 et 16.00 heures au tél. 032 324 26 28.

Veuillez s'il vous plaît adresser votre candidature complète à:

Centre hospitalier Bienne SA, Responsable de l'Economat
Chante-Merle 84, case postale 1664, 2501 Bienne

Spitalzentrum
Centre hospitalier
Biel-Bienne



170835

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



Auffahrt/Pfingsten 2006

Ascension/Pentecôte

Liebe LeserInnen, liebe InserentInnen

Bitte beachten Sie die veränderten Erscheinungstage und Anzeigenschlüsse über Auffahrt und Pfingsten:

htr Nr. 21, Erscheinung am Mittwoch, 24. Mai 2006

Geschäftsanzeigen	DO,	18. Mai 2006, 15.00 Uhr
Liegenschaftsanzeigen	DO,	18. Mai 2006, 15.00 Uhr
Stellenanzeigen	FR,	19. Mai 2006, 15.00 Uhr

htr Nr. 23, Erscheinung am Freitag, 9. Juni 2006

Geschäftsanzeigen	DO,	1. Juni 2006, 15.00 Uhr
Liegenschaftsanzeigen	DO,	1. Juni 2006, 15.00 Uhr
Stellenanzeigen	DI,	6. Juni 2006, 15.00 Uhr

Wir danken für Ihre Kenntnisnahme und wünschen frohe Festtage.

hotel+tourismus revue
Redaktion und Verlag

Chères lectrices, chers lecteurs

Veuillez noter les modifications concernant le jour de parution et les délais pour les annonces pendant la période de l'Ascension et de Pentecôte:

htr no 21, parution le mercredi 24 mai 2006

Annonces commerciales	JEUDI	18 mai 2006, 15.00 h
Annonces immobilières	JEUDI	18 mai 2006, 15.00 h
Annonces d'emploi	VENDREDI	19 mai 2006, 15.00 h

htr no 23, parution le vendredi 9 juin 2006

Annonces commerciales	JEUDI	1 juin 2006, 15.00 h
Annonces immobilières	JEUDI	1 juin 2006, 15.00 h
Annonces d'emploi	MARDI	6 juin 2006, 15.00 h

Nous vous remercions d'en tenir compte et vous souhaitons d'agréables fêtes.

hotel+tourismus revue
Rédaction et édition



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

Inserieren und abonnieren: 031 370 42 42 / verlag@htr.ch
Annonces et abonnements: 031 370 42 42 / verlag@htr.ch

htr

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





Dans le but de renforcer notre équipe,
nous cherchons

un(e) réceptionniste

Nous demandons:

- Excellente présentation – sens inné de l'accueil
- Expérience dans un poste similaire
- Diplôme d'une école hôtelière
- Maîtrise de la langue française, anglaise (allemande un atout)

Nous offrons:

- horaires continus
- rémunération en rapport avec les capacités professionnelles
- possibilité d'évolution de carrière dans un groupe en pleine expansion
- excellente ambiance de travail au sein d'une équipe jeune et dynamique

Merci de faire parvenir votre lettre de motivation accompagnée de votre curriculum-vitae, vos certificats de travail et une photo d'identité récente à l'attention de Mme M. Liechti, Directrice Générale Nash Rex Hotel et Résidence 42-44 avenue Wendt – 1203 Genève.

171165

PARKHOTEL DELTA ASCONA

Hotelbeschreibung:

Das Parkhotel Delta ist ein renommiertes Fünf-Stern-Hotel in Ascona (Tessin), gehört zu den 20 besten Ferienhotels der Schweiz und wurde 2005 zum 2. besten Familienhotel gewählt. Mit unseren 50 Zimmern im mediterranen Stil inmitten einer aussergewöhnlichen Parkanlage (80 000 m²) gelten wir als kleine Perle unter den Asconeser Tophotels.

Für die laufende Saison (ab sofort – oder nach Vereinbarung) wartet noch eine freie Stelle

Réceptionist/in mit Erfahrung und Italienischkenntnissen auf Sie.

Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen inklusive Foto!

Parkhotel Delta
Sonja Nowaczyk, Administration / Human Resources
Via Delta 137-141
6612 Ascona
Telefon 091 785 77 85 Fax: 091 785 77 27
E-Mail: risorse@parkhoteldelta.ch
www.parkhoteldelta.ch

171178

Die neue

Marketinggesellschaft Meran mbH

hat die Aufgabe, eine der stärksten Tourismusdestinationen im Alpenraum zu vermarkten. Für diese Organisation wird eine starke Persönlichkeit als

Geschäftsführer (m/w)

gesucht.

Zu Ihren Hauptaufgaben zählen:

- Geschäftsführung der Marketinggesellschaft Meran mbH
- Motivation und Integration der touristischen Leistungsträger und Gesellschafter im Meranerland zur aktiven Beteiligung und Mitarbeit
- Innovative strategische Produktentwicklung
- Erstellung und Umsetzung eines strategischen und operativen Marketingkonzepts für die Destination Meranerland
- Führung eines 7-köpfigen Mitarbeiterteams
- Repräsentation und Vertretung des Meranerlands in Südtirol und auf seinen touristischen Herkunftsmärkten

Ihre Qualifikation:

- Einschlägige Fachausbildung im Bereich Betriebswirtschaft und Marketing (Fachhochschule, Universität, einschlägige Fachschule oder Lehrgang)
- Mehrjährige fachspezifische Berufserfahrung (grössere Tourismusorganisation oder Marketingabteilung eines internationalen Markenartikel-Unternehmens)
- Ausgezeichnete Italienisch- und Deutschkenntnisse
- Sehr gute Englischkenntnisse
- Einsatzbereitschaft und Flexibilität
- Teamfähigkeit und Kommunikationsfreude
- Planungs- und Organisationskompetenz

Wir freuen uns auf Ihre ausführliche Bewerbung mit Foto.
Senden Sie Ihre Unterlagen bitte an:

Kohl & Partner Tourismusberatung GmbH
z. H. Mag. Werner Taurer
Bahnhofstrasse 8, A-9500 Villach
E-Mail: office@kohl.at

171170

KOHL & PARTNER
TOURISMUSBERATUNG

Neues Weingut/Clubhouse, Barolo, Italien

Köchin/Gästebetreuung/ Haushalt

Näheres:
www.amici-boschetti.com/Stelle

171187

BAR an bester Lage auf der Piazza in ASCONA, direkt am See, sucht per sofort oder nach Übereinkunft, aufgestellte junge Sie für

BAR-SERVICE

mit I/D Kenntnissen von Vorteil. Wir freuen uns auf Ihren Anruf. Tel. 091 791 90 95 zwischen 10-12 Uhr, bis bald.

BAR MONTECARLO, Lungolago, 6612 Ascona.

171172

TESSIN

Wir suchen

ab Ende Juni bis Anfang Oktober 2006
oder nach Vereinbarung

1 Réceptionspraktikantin D/E/F

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung
mit Foto.

SCHLOSSHOTEL, Postfach 1264
CH-6800 LOCARNO
Dir. A. Helbling, Tel. 091 751 83 71
helblinga@ticino.com

171181

Switzerland Tourism.



Manager Trade Relations Canada & Central USA.

MySwitzerland.com

Does the tourism industry excite you?

Switzerland Tourism is the marketing organization for the national and international promotion of Switzerland as a vacation, travel and convention destination. Each day, the 200 employees at our Zurich headquarters and 20 foreign offices use innovative and unconventional means to market Switzerland as an attractive destination.

Your duties

- selling Switzerland together with the ST-Team North America
- organize and execute sales calls, study trips and workshops as well as develop a network of key accounts in your area of responsibility
- create and execute business and marketing plans with key accounts and Swiss suppliers
- prepare reports of key account management activities
- maintain the trade database and manage of special product groups and projects

Your profile

- fluent in English and French (oral and written) with good knowledge of German
- fully conversant with modern electronic equipment
- trained in Marketing and Sales
- experience and selling skills in tourism with a corresponding network of contacts in the Swiss Travel Industry
- able to handle and prioritize multiple tasks in a fast pace environment
- exceptionally well organized, cosmopolitan, flexible and dynamic personality

We offer

- Independent work within a dynamic team
- Modern office in Toronto

Please send your complete application documents to: Schweiz Tourismus, Human Resources, Gabriela Buchmüller, PO Box, 8027 Zurich or hr@switzerland.com

171167

htr STELLENVERMITTLUNGEN

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

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

hotellerie
suisse

169047

htr STELLENGESUCHE

Junge, motivierte Servicefachangestellte
aus Mostinden sucht eine neue
Herausforderung als

Chef de rang

Englischkenntnisse,
Teamfähigkeit und selbständig.
Freue mich auf Ihre Zuschrift unter Chiffre
171163 an hotel+tourismusrevue,
Postfach, 3001 Bern.

171163

IMPRESSUM

htr hotel + tourismus revue – stellen revue / marché de l'emploi

Der Stellenmarkt für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit
Le marché de l'emploi pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les loisirs

Herausgeber / Editeur: Schweizer Hotelier-Verein / Société suisse des hôteliers, 3001 Bern
Verlag und Redaktion / Edition et rédaction:

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23

Chefredaktion / Rédactrice en chef: Marietta Dedual

Verlagsleitung / Chef d'édition: Iris Strelbel

Anzeigenverkauf / Vente des annonces: Oliver Egloff (Anzeigenleiter), Marc Moser, Michael Müller

E-Mail: inserate@htr.ch

Anzeigenentwurf (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):

- Frontseite / Première page: Fr. 1.67 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Direktion / Direction: Fr. 1.60 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Kaderangebote / annonces cadres / Tourismus: Fr. 1.57 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Stellenangebote / Offres d'emploi: Fr. 1.46 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Stellengesuche / Demandes d'emploi: Fr. 1.43 (exkl. MwSt. / TVA incluse)
- Zuschlag Aufschaltung Internet: Fr. 25.– pro Woche/Anzeige

Termine:

– Ausgabe Nr. 21/2006
MI 24. 5. 2006
– Anzeigenschluss FR 19. 5. 2006
– Wiederholungen FR 19. 5. 2006

Nr. 22/2006
1. 6. 2006
29. 5. 2006
29. 5. 2006

Nr. 23/2006
FR 9. 6. 2006
DI 6. 6. 2006
DI 6. 6. 2006

Nr. 24/2006
15. 6. 2006
12. 6. 2006
12. 6. 2006

Herstellung / Production: Büchler Grafino AG/ Druckzentrum Bern, 3001 Bern

WEMF-beglaubigt 2004/05 / contrôlés REMP 2004/05, verkaufte Auflage/tirage vendu: 12 332, Gratisauflage/tirage gratuit: 1 342 (Druckauflage/tirage imprimé: 18 000)

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwertet werden. Ausgeschlossen ist insbesondere auch eine Einspeisung auf Online-Dienste, unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht. Der Verleger und die Inserenten untersagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Jeder Verstoß gegen dieses Verbot wird vom Verlag rechtlich verfolgt.