

Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 114 (2006)
Heft: 21

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: 21.06.2025

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

hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE UND TOURISMUS

Avec cahier français



AKTUELL

2

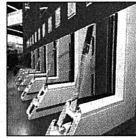
Erich Egli | Der Solothurner Tourismusdirektor verspricht sich für die Barockstadt in Zukunft mehr Seminargäste.



AKTUELL

4

Kreditkarten | Die meisten Hoteliers und Gastronomen verzichten darauf, Kreditkartenzähler mit einer Gebühr zu belasten.



FOKUS

15

Fenster | Schweizer gewinnen «Innovationspreis Architektur-Fenster-Fassade» an Fenster-Messe.

htr

KOMMENTAR

Es lohnt sich, über Kaffee mehr zu wissen

Gudrun Schlenczek

■ «Sanft, voller Körper, klare Säure», «leichter bis mittlerer Körper, mittlere Säure, Zitronengeschmack». Hier ist nicht die Rede von Wein, sondern von Kaffee. Diese Eigenschaften werden Kaffeebohnen aus Ruanda respektive Zimbabwe zugeschrieben. Wie beim Wein bestimmt der Standort der Pflanze massgeblich den Trinkgenuss. Kaffeekenner unterscheiden wie Winzer zwischen Massware und Grands Crus. Letztere hat Nespresso inzwischen der breiten Bevölkerung vertraut gemacht. Special Editions mit Spitzenkaffees finden so immer mehr den Weg in Schweizer Haushalte. Der hohe Preis der Kapsel scheint der Nachfrage in keiner Weise abträglich.

In der Gastronomie fristet die Kaffeervielfalt dagegen noch ein Mauerblümchendasein. Während das Angebot an Spitzenweinen in einem Gourmet-Lokal nicht breit genug sein kann, erschöpft sich das Kaffeeangebot in der Regel auf die üblichen Kaffee-Milch-Variationen. Dabei sollte Kaffee nicht nur der krönende Abschluss eines guten Essens sein. Er ist mit gut 36 Prozent der Getränke-Ausgaben der Schweizer ausser Haus auch die grösste Getränke-Einnahmequelle der Gastgewerblen. Wein macht lediglich 10,5 Prozent aus (Basis: Studie «Essen und Trinken ausser Haus 2005», Marketinggold AG).

Zudem bietet das schwarze Getränk eine weit bessere Marge: Setzt man beim Wein klassisch den Faktor drei oder vier an, so könnte man beim Kaffee gut und gerne mit Faktor 15 rechnen. Die Warenkosten liegen gerade mal bei rund 28 Rappen für Kaffee, Milch, Zucker und temporärer Tassenbeilage. Es lohnt sich, über Kaffee mehr zu wissen.

Siehe auch Seite 17

Die WM in Deutschland

Fussball kickt das Geschäft an

■ In 16 Tagen startet die WM. Viele Gastronomen werden dann die Grossleinwand ausrollen – andere den roten Teppich für Fussballmuffel.

Renate Dubach

Die deutsche Gourmet-Gastronomie hat sich gut auf die WM vorbereitet. Die Degustationsmenüs mit Fussballbezug sind getestet und geplant. In zwei bayrischen Hotels profitieren alle Gäste von jedem Tor der Schweizer Nationalmannschaft. Vom fussballerischen Grossereignis profitieren natürlich auch Brauereien, Stadionverpfleger, Leibchen-, Fahnen- und Fussballbildchen-Fabrikanten.

Die Hoteliers und Gastronomen in der Schweiz sind ebenfalls in Hochstimmung. Am meisten die in und um Weggis, wo bekanntlich die Brasilianer trainieren und einen Sog auf Fussballfans entwickelt haben. Und wer das Wort «Fussball» bald nicht mehr hören kann: Die Schweizerische Gilde etablierter Köche bietet während der WM fussballfreie Zonen. – Einfach nicht hingucken, wenn Brötchen, Butter und Glace in Fussballform serviert werden.

Siehe Seiten 13 und 14



■ Der Restaurantstich in Zeiten des Fussballfiebers. Auf Fussballfans warten die spannendsten Wochen des Jahres und zusätzlich spezielle Angebote der Schweizer Gastronomen.

Foto: Renate Dubach

Abstimmungen

Fast alle im Sinne des Tourismus

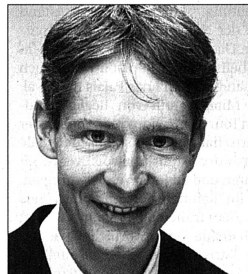
■ Am Wochenende standen gleich mehrere Abstimmungen an, die für den Tourismus von Bedeutung sind. Das Ja zu den Bildungsartikeln liegt ganz im Interesse der Branche. Weggis machte den Weg frei für das Botta-Projekt auf Rigi Kaltbad. Und Rüschlikon bewilligte der Gemeinde den Kauf von Aktien, um die Besitzstruktur am Hotel Belvoir zu vereinfachen. Einzig Luzern scherte aus und wollte nichts von flexibleren Ladenöffnungszeiten wissen. TL

Siehe Seite 3

Perren: «Ich freue mich auf Luzern»

■ Marcel Perren (Bild) wechselt von Wallis Tourismus zu Luzern Tourismus. Er wird als Leiter Marketing & Sales Mitglied der Geschäftsleitung. «Nach acht-einhalbjähriger Tätigkeit bei Wallis Tourismus habe ich den Moment als günstig erachtet, eine neue und spannende Aufgabe anpacken zu können», erklärt Marcel Perren die Beweggründe für den Wechsel. Dementsprechend freue er sich auf die neue Herausforderung. Urs Kamber (50) gibt seinen Posten als Direktor von Luzern Tourismus nach zweijähriger Tätigkeit ab. DST

Siehe Seite 11



Ferienresort «Surses Alpin»

Ein Konzept für «warme» Betten

■ Am 22. Juli geht das Ferienresort «Surses Alpin» in Savognin auf. Drei Partner stehen dahinter: Die Gemeinde, die Bergbahn und die Grischalpin AG. Den Vertrieb der Ferienwohnungen übernehmen mit Reka, Thomas Cook und TUI gleich drei grosse Reiseveranstalter. Marco Hartmann, Präsident der Surses Alpin AG, stellt das Konzept am Hotel Finance Forum der SGH in Lugano vor. Er steht bereits in Verhandlungen mit weiteren Destinationen. TL

Siehe Seite 7



2 1

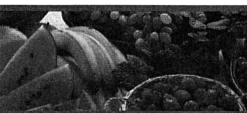
rebagdata

hotel management solutions

8813 Horgen • Phone +41 44 711 74 10 • www.rebag.ch



Ihr Erfolg ist unser Ziel



HOREGO

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

BOMMER + PARTNER
TREUHANDGESELLSCHAFT
Bern

Vertrauen ist
unser Geschäft.

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

Klein, aber

OHO

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

Top-Platzierung inklusive! Buchen?

Tel. 031 370 42 42
insetate@htr.ch

htr AUS DEM INHALT

Kreditkarten-Gebühr 4	Hotel-Bewertungssystem 9	Fussball und Kulinarik 14
Hotelliers und Gastronomen dürfen die Kreditkartenzähler gemäss dem Gesetz mit einer Gebühr belasten. Die meisten Betriebe lehnen dies jedoch ab, weil sie Kundeneinbussen und einen Imageverlust befürchten.	Vor einem Jahr lancierte ST ein interaktives Hotelbewertungssystem. Das Interesse der Hotelliers hält sich bisweilen sehr in Grenzen. ST will sie zur aktiven Bekanntmachung des Systems bei den Gästen motivieren.	Die bevorstehende Fussball-Weltmeisterschaft spaltet die Schweiz in Fussballfans und Fussballmuffel. Beide finden teils ungewöhnliche Speisen- und Getränkeangebote in Restaurants und Hotels.
Savognin 7	Parkhotel Delta Ascona 10	Fenster-Trends 15
Die Gemeinde, die Bergbahn und die Grischalpin AG stehen hinter dem Ferienresort «Surses Alpin» in Savognin. Den Vertrieb der 69 Ferienwohnungen übernehmen drei grosse Reiseveranstalter.	Das 5-Sterne-Hotel Delta in Ascona lässt sich seine gute Küche für die Gäste etwas kosten. Nun hat Hoteldirektor Thomas Steiner noch ein drittes Outlet eröffnet.	Ende März zeigten an der Messe «fensterbau/frontale» in Nürnberg 1184 Aussteller aus 30 Ländern Produkte und Dienstleistungen zum Thema Fenster und Fassaden.

htr CAHIER FRANCAIS

«World of Coffee» CF 1	Gastronomie CF 4
Am internationalen Specialty-Coffee-Event vom Wochenende in Bern wurden zahlreiche Kaffee-Spezialitäten zelebriert. Mit neuester Technik ausgestattete Kaffeemaschinen zogen die Besucher in ihren Bann.	Die Verwendung von Zusatzstoffen erlaubt die Herstellung von kulinarischen Innovationen mit neuen Geschmacksempfindungen. In der Schweiz liessen sich mehrere Köche von der molekularen Küche begeistern.
Waadtländer Hotellerie CF 2	Markt Grossbritannien CF 5
Die Waadtländer Hotellerie durchläuft zurzeit eine erfolgreiche Phase. Die Rahmenbedingungen gestalten sich jedoch nach wie vor schwierig, wie an der GV erläutert wurde.	Auf dem englischen Markt wurde letztes Jahr das stärkste Logiernächte-Wachstum registriert. Mit neuen Werbeaktionen will die Schweiz weiterhin vom guten Image profitieren.

STANDPUNKT

Berufsausbildung; muss dies noch sein?

Georges Knecht*

■ Wenn man die Fachmedien durchliest, fällt auf, dass sehr viel über Sinn und «Unsinn» der Ausbildung geschrieben wird. Rentiert ein Auszubildender noch? Sind die gesetzlichen Grundlagen nicht bald zu viel? Woher die Zeit zum Ausbilden? Jugendliche sind nicht mehr strapazierfähig, Freizeit wichtiger als Arbeit!



Ich bin der Meinung, dass solche Fragen wirklich überflüssig sind und sein werden, wenn wir überhaupt noch Nachwuchs fördern wollen. Die Ausbildung Koch, respektive die Neureglementierung, wird zurzeit in den verschiedenen Fachgremien diskutiert. Der Schweizer Kochverband wird sich mit seinem fundierten Wissen der Berufsausbildung sehr dafür einsetzen, dass die Ausbildung zeitgemäss gestaltet wird. Dies mit den Fragen: Was muss reglementiert werden, um dem Berufsbild Koch 2020 gerecht zu werden? Welche Voraussetzung muss ein Lernender mitbringen; brauchen wir nur Maturanden oder sogar Hochschulabschlüsse?

Der Beruf Koch wird immer ein handwerkliches Berufsbild sein, aber mit dem nötigen Verständnis der betriebswirtschaftlichen wie auch der kreativen Seite. Allgemeinbildung muss stärker gefördert werden in der Schule, und die Betriebe müssen sich bewusst sein, dass eine Grundausbildung gefordert wird und nicht die «Spezialisierung». Die Schulen müssen sich bewusst sein, dass die Lernenden nur 20% ihrer Arbeit in der Schule verbringen, dies aufgeteilt in Allgemeinbildung und Fachunterricht. Gefordert werden die Lehrbetriebe – zusammen mit ihren Mitarbeitern – sein, was die Umsetzung der Reglemente betrifft.

Eine der Kernfragen wird lauten: Haben wir im Jahr 2020 genügend Berufsteile, die noch Lernende zu ihrem Abschluss führen können? Ich meine ja, aber dies auch nur, wenn wir auch jetzt daran denken, die Weiterbildung der Lehrmeister stärker zu fördern, aber auch zu fordern. Es sind nicht nur die jugendlichen Auszubildenden, die unsere Aufmerksamkeit brauchen, nein, auch diejenigen, die im Jahre 2020 für die Ausbildung verantwortlich sein werden.

* Georges Knecht ist Leiter Küchen am Universitätsspital Insel in Bern und Präsident des Schweizer Kochverbands.

Erich Egli, Solothurner Tourismusdirektor

«Seminare werden wichtiger»

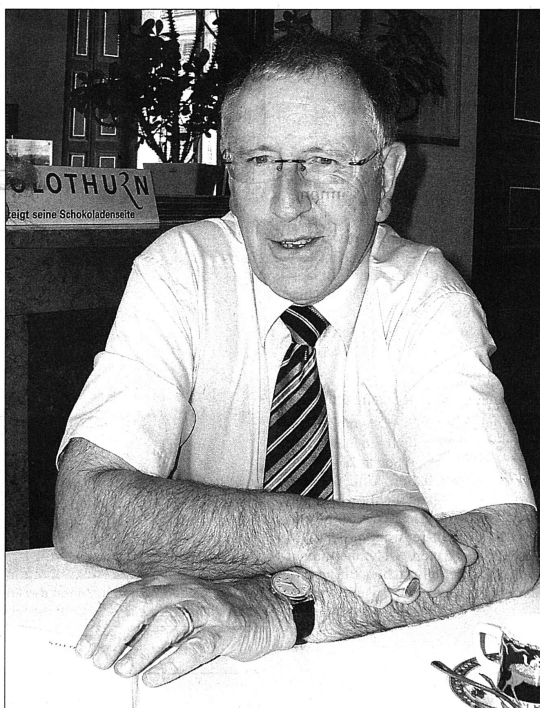
■ Mit Seminaren, Kongressen und anderen Events will die Barock- und Kulturstadt Solothurn in Zukunft neue Gäste akquirieren. Tourismusdirektor Erich Egli will den Weissenstein als Familienberg positionieren. Der Sessellift soll durch eine 8er-Gondel ersetzt werden.

Daniel Stampfli

► Erich Egli, wie kommen Sie sich als Tourismusdirektor einer Stadt mit knapp 15 000 Einwohnern vor – im Vergleich mit Ihren Berufskollegen in Basel, Bern, Luzern und Zürich? Sind die grossen Städte in der Super League, spielen wir in der Challenge League – um das Bild des Fussballs heranzuziehen. Unter dem Dach von Schweiz Tourismus sind wir alle bei der Marketingkooperation «Swiss Cities» dabei. Wir sind da gut integriert und haben absolut keine Minderwertigkeitskomplexe gegenüber den Grossen. Wir haben klar weniger Mittel zur Verfügung und kooperieren deshalb übergeordnet.

► Solothurn ist als Ambassadoren- und Barockstadt bekannt. Ende Jahr wird mit dem neuen Ramada-Hotel die Kapazität der Hotellerie auf einen Schlag um 200 Betten erhöht. Wie will sich Solothurn in Zukunft positionieren?

Das Segment Seminare erhält grössere Bedeutung. Entsprechend entstand auch der Name Solothurner Seminarreihe. Dazu gehören neben dem sich im Bau befindenden Ramada-Hotel auch das Landhaus und das Palais Besenval. Eine Mitarbeiterin von Region Solothurn Tourismus widmet sich neben der Bewirtschaftung der städtischen Säle exklusiv der Akquisition von Events, Seminaren und anderen Veranstaltungen, dies im Rahmen von Solothurn Services, dem früheren Seminarpool. Laut dem Ramada-Verantwortlichen soll der neue Betrieb die bestehende Hotellerie nicht konkurrenzieren, sondern mit Seminaren und Kongressen neue, zusätzliche Gäste nach Solothurn bringen. Für Solothurn ist dies eine Chance, da Ramada über ein grosses Netzwerk verfügt. Sie haben Seminarorganisatoren an der Hand, sie haben einen guten Zugang zu den Tour-Operatoren und zu den grossen Busunternehmen.



■ Tourismusdirektor Erich Egli: «Die Stadt Solothurn steht bezüglich Kulturausgaben pro Kopf gesamtschweizerisch an vierter Stelle.» Foto: Daniel Stampfli

► Solothurn ist auch bekannt für seine kulturellen Anlässe, wie etwa Filmtage, Literaturtage, Classic Openair. Genügt dies, um die Hotelfinfrastruktur übers ganze Jahr auszulasten? Nein. Die Filmtage helfen uns zwar im Januar das Loch zu stopfen. Alle kulturellen Anlässe helfen uns aber, Solothurn als Kulturstadt zu positionieren. Die Stadt Solothurn steht bezüglich Kulturausgaben pro Kopf gesamtschweizerisch an vierter Stelle. Auch mit dem Schweizer Kunst-Supermarkt, den Gesundheitstagen, dem Swiss Walking Event erlangen wir nationale Publizität. Basis jeder Stadt in der Grösse Solothurns ist der Geschäftstourismus. Eines an Logiernächten bringt uns die regionale Industrie, in immer stärkerer Masse auch aus der Medizinaltechnik.

► Auf welchen ausländischen Märkten akquirieren Sie Ihre Gäste? Nebst der Marktbearbeitung durch unsere Plattformen Swiss Cities, Schweizer Mittelland Tourismus und Drei-Seen-Land investieren wir 50 000 Franken in die Promotion im für uns wichtigen süddeutschen Raum. Dies dank der Unterstützung des Classic Openairs, einem Nachtragskredit der Stadt Solothurn und dem Einsatz von eigenen Mitteln.

«DIE LEBENDIGE BEIZENSZENE IST EINE ERFOLGSSTORY.»

► Wer sind die Tagestouristen – wer die logierenden Gäste? Rund die Hälfte der Logiernächte entfallen auf den schweizerischen Heimmarkt. Vom Rest wird etwa die Hälfte mit deutschen Gästen generiert. Weitere Gäste kommen aus Italien, Frankreich, England, USA. Tagestouristen sind vorwiegend Schweizer und im Sommer Leute, die ihre Ferien in der Schweiz verbringen und einen Tagesausflug nach Solothurn unternehmen. Bedeutend für uns ist auch der Velotourismus, der immer mehr Logiernächte generiert.

► Früher machte Solothurn Schlagzeilen als Pionier in Sachen Genossenschaftsbeizen. Welche Rolle spielen diese Betriebe heute?

Die Genossenschaftsbeizen sind heute noch ein Thema, das ist doch erstaunlich. Sehr gut positioniert ist das Hotel und Restaurant Baseltor, zu welchem das «Sol Heure», gehört, ein In-Lokal mit Bar, Restaurant und Lounge. Zusammen erwirtschaften die beiden Betriebe einen der kantonsweit höchsten Umsätze. Aber auch das «Kreuz», damals schweizweit der erste derartige Betrieb, findet immer noch grosse Beachtung. Frühere Mitarbeiter des «Kreuz» oder des «Baseltor» gründeten gut geführte Abteiler, wie etwa die sehr gut frequentierte «Hafenbar» am Aareufer gegenüber dem Palais Besenval. Diese lebendige Beizenszene ist für Solothurn eine echte Erfolgsstory. Die Gastronomie generell hat in Solothurn ein hohes Qualitätsniveau.

► Eher ein Problemkind als eine Erfolgsgeschichte ist der Hausberg Weissenstein mit Kurhaus und Sessellift. Seit kurzem steht das Kurhaus unter einer neuen Leitung. Findet nun eine Neuausrichtung statt?

Der Weissenstein soll im Rahmen eines Gesamtprojektes neu positioniert werden. Zu diesem Zweck wurde eine Steuerungsgruppe unter der Leitung des kantonalen Raumplanungsamtes ins Leben gerufen. Im Jahr 2009 läuft die Betriebsbewilligung der Bahn aus. Auf diesen Zeitpunkt muss eine neue Bahn gebaut werden. Es besteht ein Projekt für eine 8er-Gondelbahn mit einer Investitionssumme von 10 bis 12 Mio. Franken. Die Förderkapazität könnte auf 900 Personen pro Stunde verdoppelt werden – bei halber Fahrzeit. Zum Gesamtprojekt gehört auch die Regelung des Zubringerverkehrs sowie der Bau von zusätzlichen Freizeitaktivitäten, wie beispielsweise eine Rodelbahn oder eine Tubing-Anlage und Spielplätze für Kinder. Wir möchten den Weissenstein zu einem Familienberg machen.

Zur Person

■ Erich Egli (62), gelernter Kaufmann, ist seit dem 1. Januar 1979 Direktor von Region Solothurn Tourismus. Berufsbildend bekleidet Egli diverse Ämter. So ist er zum Beispiel Vorstandsmitglied von Schweizer Mittelland Tourismus SMIT und Präsident der Marketingkommission SMIT. Ebenso ist Erich Egli Ausschuss- und Vorstandsmitglied von Kanton Solothurn Tourismus, Vorstandsmitglied der Stadtvereingung Solothurn und Vizepräsident der Arbeitsgruppe Stadtmaking. Erich Egli ist auch im Vorstand Pro Weissenstein, im OK Solothurner Literaturpreis und im OK Swiss Walking Event. Er ist Verwaltungsrats-Mitglied der Seilbahn Weissenstein AG und der Sportzentrum Zuchwil AG. DST

Logiernächteentwicklung in Solothurn

Jahr	Verfügbare Gästebetten	Aus dem Inland	Aus dem Ausland	Total	Jugendherberge	Campingplatz
2000	320	22 236	21 611	43 847	10 583	
2001	297	23 772	20 253	44 025	10 585	
2002	297	20 007	19 696	39 703	11 413	8 000
2003	297	19 669	19 431	39 100	9 467	15 078
2004	290	21 283	16 196	37 479	9 613	17 207
2005	309			42 345	10 111	18 901

Quelle: Region Solothurn Tourismus

Strassencafés

■ **Keine neuen Regeln.** Die Stimmberechtigten von Schaafhousen haben am Wochenende die Verordnung «über die Nutzung des öffentlichen Raums» knapp abgelehnt – mit 5608 zu 5237 Stimmen. Die Verordnung sollte das Altstadtbild schützen. Sie wollte beispielsweise regeln, welches Mobiliar und welche Sonnenschirme die Strassencafés aufstellen dürfen. Diese Vorschriften gingen vor allem Jungpolitikern aus FDP, SVP und Alternativer Liste zu weit. *TL/da*

Feiertagsregel

■ **An fünf Sonntagen zu.** Neben den Luzernern haben auch die Thurgauer über ein Gesetz für längere Ladenöffnungszeiten abgestimmt. Sie lehnten es mit 61 Prozent Nein-Stimmen ab. Das bedeutet, dass Tankstellenshops und kleinere Geschäfte weiterhin an den fünf hohen christlichen Feiertagen (Karfreitag, Oster- sonntag, Pfingstsonntag, Bettag und 25. Dezember) geschlossen bleiben. An den übrigen 47 Sonntagen dürfen sie ihre Waren verkaufen. *TL/lda*

Gastspielhaus

■ **Besseres Kulturangebot.** Die Stadt Fribourg erhält nach 30 Jahren wieder ein Gastspielhaus für Konzert und Theater: Die Stimmberechtigten haben am Wochenende einen Baukredit von 33,8 Mio. Franken knapp angenommen. Fribourg sei «im 21. Jahrhundert angekommen», kommentierte Stadtpräsident Pierre-Alain Clément den Entscheid. Mit dem Bau könne voraussichtlich im Frühling 2007 begonnen werden, gerechnet werde mit einer Bauzeit von zwei Jahren. *TL/da*

Neuer Name

■ **Bessere Positionierung.** Aus dem Dorf Zurzach wird Bad Zurzach. Die Bevölkerung hat die Namensergänzung am Wochenende mit 737 zu 555 Stimmen angenommen. Die Stimmbeteiligung betrug 57,6 Prozent. Der Gemeinderat erhofft sich vom neuen Namen eine bessere Werbewirkung. Der Zusatz «Bad» im Ortsnamen sei bereits auf Thermalwasser, Wellness und Gesundheit hin. Die neue Ortsbezeichnung soll spätestens Anfang August auf den Ortstafeln sichtbar sein. *TL/sda*

Kein Shoppen rund um die Uhr

■ **Einkaufszeiten.** Im Kanton Luzern wird an den gesetzlichen Ladenschlusszeiten nicht gerüttelt. Die Stimmberechtigten haben am Wochenende die Verlängerung der Ladenschlusszeiten bis 20 Uhr mit 57 Prozent der Stimmen abgelehnt, die komplette Freigabe der Ladenschlusszeiten sogar mit 63 Prozent. Mit dem Nein zu den beiden Liberalisierungsvarianten bleibt alles beim Alten. Die Läden müssen von Montag bis Freitag spätestens um 18.30 Uhr (zweimal wöchentlich

um 21 Uhr) und am Samstag um 16 Uhr schliessen. Das Zusammenspannen von Gewerkschaften und Detailisten, die jede Änderung ablehnten, war somit erfolgreich. Auch in der Stadt Luzern, die sich im asiatischen Raum als «Shopping Boutique» positioniert, fand sich keine Mehrheit für die Liberalisierung. Schon im letzten November, als es um die Verlängerung der Ladenöffnungszeiten an Bahnhöfen ging, hatte der Kanton Luzern Nein gesagt. *TL/da*

Rigi Kaltbad

Weg frei für das Botta-Projekt

■ **Aufbruchstimmung in Weggis:** Die Stimmberechtigten haben die Ortsplanungsrevision, die für den Botta-Bau auf der Rigi nötig ist, genehmigt.

Das Projekt des Tessiner Architekten Mario Botta soll zu einer neuen Touristenattraktion auf Rigi Kaltbad werden. Es umfasst den Ausbau des bestehenden Hotels, ein Tagungszentrum, einen Komplex mit Eigentumswohnungen, eine neue Zahnradbahnstation, einen Dorfplatz mit Mineraliengarten und darunter liegenden Bädern. Die Kosten werden auf 45 Mio. Franken geschätzt. Das Ja der Weggiser Bevölkerung zur Umzonung des Geländes in eine Kur- und Hotelzone vereinfachte die Investorensuche, betonte der Nebikonur Bauunternehmer Peter Wüest, bei dem die Fäden für die Botta-Überbauung zusammenlaufen, gegenüber der «Neuen Luzerner Zeitung». Bezüglich Zeitplan hielt er sich noch bedeckt. Rascher geht es wohl mit dem Abbruch der Bau ruine des Hotels «Bellevue» auf Rigi Kaltbad. Die Weggiser genehmigten den Kredit von 1,25 Mio. Franken für die Abbrucharbeiten und die Abgeltung der Grundeigentümer. TL

Bildungsartikel

Das Ja dient dem Gastgewerbe

■ Mit einer sehr grossen Mehrheit hat das Schweizer Stimmvolk am Wochenende dem revidierten Bildungsartikel in der Bundesverfassung zugestimmt. Das Gastgewerbe soll nun von transparenten und durchlässigen Bildungsmöglichkeiten profitieren können.

Daniel Stampfli

Das Paket von Verfassungsbestimmungen, das vor allem über eine verstärkte Zusammenarbeit der Kantone unter sich und mit dem Bund ein hoch stehendes, durchlässiges Bildungssystem anstrebt, passierte mit 85,6 Prozent Ja- gegen 14,4 Prozent Nein-Stimmen – bei einer insgesamt tiefen Stimmbeteiligung. Die Schweiz könnte ihre Spitzenposition als Denkplatz sichern und die Berufsbildung werde aufgewertet, sagte Bundesrat Joseph Deiss in seiner Stellungnahme zum Abstimmungsergebnis.

Bund will gegenüber Kantonen zurückhaltend agieren

Wichtigstes Ziel der Revision ist die Koordination und Zusammenarbeit zwischen Bund und Kantonen im ganzen Bildungsbereich, von der Volks- bis zur Hochschule. Schuleintrittsalter, Dauer und Ziele der verschiedenen Bildungsstufen und die Anerkennung der Abschlüsse sollen landesweit harmonisiert werden. Nun liegt der Ball bei den Kantonen. Sie müssen nämlich die vom Volk gewünschte Koordination in die Tat umsetzen. Können sich diese

■ **Weiterbildung wird gestärkt.** Durch einen eigenen Verfassungsartikel (64a) wird nun auch die Weiterbildung gestärkt. Diese wird angesichts des sich schnell verändernden Arbeitsmarkts immer wichtiger. Foto: Hotel & Gastro F

Foto: Hotel & Gastro Formation

Genf

Ja zum neuen Tourismusgesetz

■ Mit einem hohen Ja-Stimmen-Anteil (85,88 Prozent) hat die Genfer Bevölkerung dem revidierten Tourismusgesetz zugestimmt.

Mit der Annahme des revidierten Tourismusgesetzes wird das Gebührensystem vereinfacht. In Zukunft gibt es eine Logiernächte-Abgabe und eine Tourismusförderungsabgabe, erhoben bei Hoteliers und Restaurateuren. Genève Tourisme, an erster Stelle Nutzniessern dieser Einnahmen, ist nun gefordert, alles zu unternehmen, um den Kanton Genèbestens zu vermarkten. Die Ziele sollen in einem Leistungsvertrag festgehalten werden. Regierungs-Präsident Pierre-François Unger zum Abstimmungsergebnis in der «Tribune de Genève»: «Wir haben gegenüber den Hoteliers einen grossen Aufklärungsaufwand betrieben. Wir wollten sie davon überzeugen, dass jene die bezahlen sollen, auch die grössten Nutzniesser der Gebührenvereinfachung sein werden.»

Im Vorfeld der Abstimmung hatten die Genfer Hoteliers zwar nicht gegen die Revision des Gesetzes opponiert, dieses aber als ungerecht bezeichnet. Laut Paul Muller, Präsident der Genfer Hoteliers, müssten die Hotels drei Viertel der Förderabgabe leisten. Weiter befürchteten sie, dass ihnen zusätzliche Kosten entstehen würden. DSt

Rüschlikon

Klarere Besitzverhältnisse für Hotel Belvoir

■ Die Gemeinde Rüschlikon soll für 3,5 Mio. Franken Aktien aufkaufen, um über die Zukunft des Hotels Belvoir zu bestimmen. So will es das Stimmvolk.

Theres Lagler

Das Verdikt in der Gemeinde Rüschi-
kon am Zürichsee fiel klar aus: Die
Stimmberechtigten sprachen sich am
Wochenende mit 61 Prozent der Stimmen
für die Pläne des Gemeinderats
aus, den privaten Aktionären der AG
Belvoir RüschiKon ein Kaufangebot
von 600 Franken pro Aktie zu unter-
breiten. Das Ziel dabei ist, innerst sechs
Monaten mindestens zwei Drittel der
Aktien in den Besitz der Gemeinde zu
bringen. Gelingt das Unterfangen, das
die Gemeinde 3,5 Mio. Franken kostet,
wird die AG Belvoir liquidiert, das

Grundstück und das 4-Sterne-Hotel gehen so vollständig in den Besitz der Gemeinde über. Der Gemeinderat will das Grundstück anschließend apparzellieren: Der seeseitige Teil soll als wertvolle Landreserve im Besitz der Gemeinde bleiben und vorerst nicht überbaut werden. Der bergseitige Teil mit dem Hotel soll verkauft oder im Baurecht abgegeben werden, da ein Hotel „keine Kernaufgabe der Gemeinde“ sei. Auch der Verkauf des Hotels muss dereinst vom Stimmvolk absegnet werden.

Das Restaurant erstrahlt
schon jetzt in neuem Glanz

Den Schritt in die Zukunft bereits gemacht hat das Team um Hoteldirektor Christian Caflisch. Einen Tag nach der Abstimmung in Rüschlikon konnte er das neu gestaltete Restaurant «Bellavista» eröffnen, das rustikale bis medi-

terrane Kost anbietet. Frische und Weite haben Einzug gehalten: Pistachefarbene Wände und Möbel in warmen Erdtönen prägen die Räume, die Sicht auf den See ist nicht mehr durch Garderobe und Buffet verstellt. «Lian Maria Bauer, die Inneneinrichterin, hat mit einem moderaten Budget von 200 000

■ **Hoteldirektor Christian Caflisch**
im neu gestalteten Restaurant
«Bellavista». Foto: Daniel Bos

Guter Start

■ **Zentralschweiz.** Einen positiven Trend zeigte der Tourismus rund um den Vierwaldstättersee im ersten Quartal. In der Stadt Luzern haben die Logiernächte um über 20% zugenommen, in der übrigen Zentralschweiz um 13%. Nachdem sich die Logiernächte 2005 auf Vorjahresniveau eingependelt hätten, sei jetzt ein positiver Aufwärtstrend zu melden, heisst es in einer Medienmitteilung von Luzern Tourismus. Auch schweizerisch stehe diese Zuwachsraten an der Spitze. *KJV/sda*

März-Minus

■ **Graubünden.** Die Bündner Hotellerie hat im März mit 578230 Übernachtungen 7,8% weniger Logiernächte verkauft als in der Vorjahresperiode. Graubünden Ferien (GF) führt den Einbruch darauf zurück, dass die Osterfeiertage in den April fielen. GF weist darauf hin, dass vergleichbare Destinationen ebenfalls ein Minus hinnehmen mussten. So verloren das Berner Oberland im März 6,4% und das Wallis 10,4%. Schweizweit betrug das Minus 1,6%. *KJV/sda*

Bahn-Projekt

■ **Stanserhorn.** Das Stanserhorn soll von Wirzwil aus zusätzlich mit einer neuen stützenfreien Luftseilbahn ganzjährig erschlossen werden. Mit diesem Projekt befassen sich die Verwaltungsräte der Stanserhorn-Bahn und der Luftseilbahn Dallenwil-Wirzwil. Sie wollen noch dieses Jahr darüber entscheiden. Die Oldtimer-Standseilbahn von 1893 in Stans soll erhalten bleiben. Pro Stunde würden ab Wirzwil rund 200 Personen aufs Stanserhorn fahren. *KJV*

Projekt Klein Matterhorn: zuerst die Berghütte

■ **Baugesuch.** Die Zermatter Bergbahnen wollen aus dem Klein Matterhorn einen neuen Viertausender machen. Sie planen über dem 3883 Meter über Meer gelegenen Gipfel den Bau einer Pyramide aus Glas und Stahl. Zuerst soll nun aber eine Berghütte gebaut werden. Für diese erste Ausbaustappe am Klein Matterhorn wurde das Baugesuch eingereicht. Es umfasst eine Bergsteigerunterkunft mit 48 Plätzen, eine Cafeteria mit 50 bis 70 Plätzen und ein in den Fels ge-

schlagenes Panoramafenster Richtung Gornergrat. Zudem soll der bereits heute bestehende Gletscherpalast neu über einen Glas-turm erreichbar sein. Die erste Baustappe soll Ende 2007 abgeschlossen werden und 9 Mio. Franken kosten. Man will aber höher hinaus. Kernstück des geplanten Ausbaus ist eine dreiseitige, 90 Meter hohe Pyramide, die über den Gipfel des Klein Matterhorns gestülpt würde. Von der Pyramidenspitze würde eine Glas-Stahl-Konstruktion noch 30

Meter weiter hinauf zur Himmelsplattform auf knapp über 4000 m ü. M. führen. Die Pläne für die Ausbauschritte sollen im Sommer 2007 vorliegen. Erst dann falle die Entscheidung, ob das Projekt definitiv angepackt wird. Offen bleibt, ob in der Pyramide auch ein Hotel (mit Überdruck-Ambiente wegen der Höhe) gebaut wird. Die Bergbahnen wollen das Hotel nicht finanzieren, «begrüssen aber die Idee, und wenn ein Investor gefunden wird, würde uns das freuen». *KJV/sda*

KURZ UND BÜNDIG

Mehr Buchungen bei Kuoni

■ Der Reisekonzern Kuoni hat bei den Buchungen weiter kräftig zugelegt. Per 14. Mai verzeichnete die Gruppe ein Plus von 11%. Die Messlatte lag für Kuoni jedoch relativ niedrig, weil der Konzern nach der Tsunami-Katastrophe in Asien 2005 überdurchschnittlich unter dem Buchungsrückgang gelitten hatte. Bei der Geschäftseinheit Schweiz liegen die Buchungen 12% über der Vorjahresperiode. Skandinavien und Indien zeigen mit +18% respektive +38% ebenfalls markant höhere Werte. Einzig Kuoni Frankreich verlor 2% im Vorjahresvergleich. Im 2006 soll das Umsatzwachstum deutlich über dem erwarteten Branchenwachstum von 4% liegen. *KJV/sda*

Mystery Park: Zweifel wachsen

■ Eine Mehrheit des Verwaltungsrats des Interlaken Mystery Parks glaubt laut «Sonntagszeitung» nicht mehr daran, dass neue Geldgeber einsteigen. Der Verwaltungsrat habe deshalb bereits die Vorbereitungsarbeiten für die Einreichung des Nachlass-Stundungsgesuchs eingeleitet. Für die notwendige Sanierung in drei Schritten – Kapitalkchnitt um 99%, Wiederaufstocken des Aktienkapitals durch Umwandlung von 22,5 Mio. Franken Obligationen in Aktien, und Einschuss von Neugeld – fehlen die knapp 4 Mio. Franken für den dritten Schritt. *KJV*

WM: Deutsche Hotellerie hofft

■ Das deutsche Gastgewerbe erhofft sich von der Fussball-WM steigende Umsätze und langfristige Konjunkturimpulse. Erstmals seit fünf Jahren zeichnet sich gemäss einer Dehoga-Konjunkturumfrage eine Trendwende ab. Unter rund 3000 Betrieben rechnen knapp 40% der Hoteliers mit steigenden Umsätzen im Sommer, bei den Restaurantbetreibern sind es mehr als 30%. Rund 3 Mio. WM-Besucher, davon eine Mio. aus dem Ausland, werden im Sommer etwa 5,5 Mio. zusätzliche Übernachtungen buchen. *KJV*

Golfplatz Heidi-land eröffnet

■ Am letzten Wochenende wurde die neue 9-Loch-Anlage Heidi-land eingeweiht – der zweite Golfplatz der Grand Hotels Bad Ragaz. Ob Abschlagstechnik oder Golfkursführung – die Pros der Club-eigenen Golf-Academy standen mit Tipps zur Seite. Der für das Projekt verantwortliche Golfplatz-Architekt Peter Harradine stellte interessierten Gästen sein Golfplatz-Konzept vor, in das die Grand Hotels Bad Ragaz 5 Mio. Franken investiert haben. *KJV*

Kreditkarten-Gebühr

Schonzeit für Kreditkarten-Zahler

■ Seit Februar dieses Jahres dürfen Hoteliers und Gastronomen die Kreditkartenzahler gemäss dem Gesetz mit einer Gebühr belasten. Die meisten Betriebe lehnen dies jedoch ab, weil sie Kundeneinbussen und einen Imageverlust befürchten.

Robert Wildi

Im Luzerner Hotel Palace kann man gut rechnen. Pro Jahr muss der Betrieb rund 95 000 Franken Gebühren an Institute für Kreditkarten (CC) abliefern. Verursacht durch Hotelgäste, die ihre Rechnung bargeldlos per Plastik-Teil begleichen.

Dennoch ist es für Direktor Andrea Jörger keine Option, diese Kosten auf die CC-Gäste abzuwälzen, obwohl er das seit dem 1. Februar ganz legal tun dürfte. Seit dann nämlich ist auf Intervention der Wettbewerbskommission (Weko) die so genannte Nicht-Diskriminierungsklausel (NDK) für CC-Zahler aufgehoben.

«Grosse Mehrheit zieht bargeldlose Zahlung vor»

Die Erhebung von Gebühren wäre für das «Palace» ein Schuss nach hinten, so Jörger: «Die grosse Mehrheit unserer Gäste bevorzugt die bargeldlose Zahlungsart», was der Direktor respektiert. Und er weiss: Der eventuelle Verlust von verärgerten Palace-Kunden würde für das Hotel mit Sicherheit Einbussen im sechsstelligen Franken-Bereich nach sich ziehen.

Da lohnt es sich, alles beim Alten zu lassen. Genau gleich kalkuliert auch das Interlaken Hotel Victoria-Jungfrau, das zusammen mit dem «Palace» in der Victoria-Jungfrau Gruppe vereint ist. Obschon im «Victoria-Jungfrau» die jährlichen Abgaben an die CC-Institute sogar dreimal höher sind als im Luzerner Schwester-Hotel, ist die Einführung einer Kreditkarten-Gebühr kein Thema.

Verärgerung von Ausland-Gästen und Online-Buchenden

Eine Umfrage bei diversen anderen Einzelhotels und Hotelketten bestätigt das Bild: Gebühren für CC-Gäste sind praktisch für keinen der befragten Hotelbetriebe und keine der Gruppen eine Option. Auch nicht für die französische Accor-Gruppe mit gegen 40 Hotels in der Schweiz oder für die Lindner-Gruppe mit drei Betrieben. «Keine Veränderung bei der Abwicklung im Zahlungsverkehr», heisst es knapp und klar.

Alles beim Alten belassen will auch der Luzerner Gastro-König Urs Karli, der verschiedene Hotels und Restaurants führt. «Es gibt für mich keinen Grund, etwas zu ändern.» Nicht anders tönt es bei den Grand Hotels Bad Ragaz.



■ **Zurückhaltung.** Gebühren für Gäste, die mit der Kreditkarte zahlen, sind praktisch für keinen der befragten Betriebe eine Option. Foto: Keystone

«Wir verlangen keine Gebühren von Kreditkarten-Zahlern», sagt Sprecherin Belinda Signorelli. Die Ostschweizer Luxusbetriebe wollen ihren Gästen die freie Wahl zwischen Barzahlung in Franken oder Devisen, Kreditkarten, Debitkarten oder Kundenkarten lassen und wollen dabei «niemand diskriminieren».

Gleich argumentiert Marco Borer, Direktor im Davoser Fünf-Sterne-Hotel Flüela: Man könne doch jetzt nicht ein-

fach die CC-Zahler büssen, nur weil dies gesetzlich möglich geworden sei.

Steigende Zahl von Online-Buchungen via Kreditkarte

«Vor allem unsere ausländischen Gäste würden wir damit sehr verärgern.» Das glaubt auch Simon Wälti, Réceptions-Chef im Boutique Hotel Belvédère Grindelwald, und verweist auf die steigende Zahl von Online-Buchungen, die

nur via Zahlung mit der Kreditkarte möglich sind. «Wenn wir diesen Internet-Kunden plötzlich Gebühren belasten, verlieren wir viele Buchungen.»

Ganz gleich werden im «Belvédère» dennoch nicht alle Gäste behandelt. Wälti: «Wir gewähren Barzahlern seit jeher Rabatte.» Die Einführung eines Preisnachlasses für Gäste mit Cash überlegt sich auf die kommende Wintersaison auch das Hotel Flüela in Davos. «Entscheiden ist allerdings noch nichts», sagt Direktor Borer.

Gebühren-Konditionen vorteilhaft neu verhandelt

Anderweitig tätig geworden sind andere Betriebe wie das Geschäftshotel Sedartis in Thalwil, welches die neue Gesetzgebung genutzt hat, um die Gebührenkonditionen mit den Kreditkartengesellschaften zum eigenen Vorteil neu zu verhandeln. Die Norm liegt in der Regel zwischen 1,6 und 1,7%. Diesen Anteil der CC-Einnahmen müssen zum Beispiel die Grand Hotels Bad Ragaz jedes Jahr an die Karten-Institute abliefern.

Die Mitarbeitenden werden allerdings geschult, ausländische Gäste auf die so genannte Dynamic Currency Conversion (DCC) aufmerksam zu machen. Bei solchen Zahlungen per Kreditkarte wird der Betrag automatisch in der entsprechenden Fremdwährung abgebogen, was den Kommissionssatz für das Hotel um rund 0,5% reduziert.

«Barzahlungen mit hohen Aufwendungen verbunden»

«So können wir unsere Kosten senken», sagt Belinda Signorelli. Im gleichen Atemzug betont sie aber, dass auch Barzahlungen für den Betrieb mit hohen Aufwendungen verbunden seien. Etwa mit den Kosten für den Geldtransport, für die Sicherheit sowie für die Versicherung der Bargeld-Bestände. Grosse Unterschiede bezüglich der Selbstkosten stellt auch Accor beim Vergleich der Zahlungsarten nicht fest. «Es entstehen entweder Kreditkarten-Gebühren oder administrative Kosten für die Bargeldverwaltung, Geldtransportkosten oder Debitorenbuchhaltung», sagt Sprecher Jürg Sigerist. Deshalb sind Accor CC-Zahlungen nicht unangenehm.

Weko fordert Konsumenten auf, Rabatte zu verlangen

Die Voten sind deutlich: Plastik-Geld ist in der Hotellerie, trotz neuem Gesetz, fast uneingeschränkt willkommen. Die Gäste erkundigten sich gemäss Aussagen der Hoteliers kaum nach möglichen Preisunterschieden. Das dürfte sich möglicherweise bald ändern, denn der Weko-Präsident Walter Stoffel forderte die Konsumenten zuletzt wiederholt und öffentlich zur Einforderung von Rabatten bei Barzahlung auf, was den Druck auf die Gastro-Betriebe erhöht.

Reiseveranstalter haben CC-Gebühren eingeführt

■ Im Gegensatz zur Hotel- und Gastronomie haben Schweizer Reiseveranstalter Gebühren für Kreditkarten-Zahler umgehend eingeführt. Kuoni etwa verlangt seit dem 1. März pro Transaktion, egal wie hoch der Ferienpreis ist, 20 Franken von jedem CC-Kunden. STA Travel hat nachgezogen und sich für eine Fixgebühr von 15 Franken pro CC-Zahlung entschieden. Bei Tui Suisse werden CC für Dossiers bis 5000 Franken mit 20 Franken, über 5000 Franken mit 40

Franken belastet. Eine andere Strategie fährt Hotelplan und stellt den Kreditkarten-Kunden 1,5% des Ferienpreises in Rechnung. Mit dem Vorwurf der Gebühren-Absprache sah sich im Februar der Schweizerische Reisebündlerverband (SRV) konfrontiert, der gemäss Wettbewerbskommission unzulässige Empfehlungen an die Mitglieder abgegeben haben soll. Die Untersuchungen sind inzwischen allerdings ohne Folgen für den SRV wieder eingestellt worden. *ROW*

Geld macht glücklich!

Und Aduno – Ihr Partner für bargeldloses Zahlen – macht Sie glücklich: Mit einem Terminal aus unserem Sortiment bezahlen Sie nur noch 15 Rappen pro Transaktion mit Maestro-Karten. Also mehr Gewinn pro Umsatz-Franken!

Konkurrenzlos:
Nur **15 Rappen**
pro Transaktion*



ADUNO

Alles in einem.

Aduno SA, Via alle Fornaci 1, CH-6930 Bedano, T +41 (0)58 234 56 78, F +41 (0)58 234 51 08, info@aduno.ch, www.aduno.ch



*Bei uns zahlen Sie nur 15 Rappen fix pro Inland-Transaktion mit Maestro-Karten (früher: EC-Karte) bis 50 Franken.

Ja, ich will Geld sparen: ☐ Bitte senden Sie mir Ihre Unterlagen. ☐ Bitte rufen Sie mich an.

Firma _____	PLZ, Ort _____
Vorname _____	E-Mail _____
Name _____	Telefon _____
Adresse _____	Mobile _____

Talon ausschneiden und an die oben stehende Adresse einsenden oder faxen. Oder kontaktieren Sie uns per E-Mail oder Telefon.

HTR

Hoteliere 2006

■ Karin Leeb und Martin Klein ausgezeichnet. Das Fachmagazin Hotel & Touristik kürte am 18. Mai das Ehepaar Karin Leeb und Martin Klein vom Hotel Hochschober auf der Turracher Höhe zu Österreichs Hoteliere des Jahres 2006. «Wir sehen es als sportliche Herausforderung an, unseren eingeschlagenen Weg weiter zu gehen», freute sich Karin Leeb. «Wir verstehen den Titel als Bewertung der Hochschober-Leistungen der letzten bald 80 Jahre», betonte Martin Klein. RD

100. Geburtstag eines Tunnels

■ 30 000 feierten den Simplontunnel. Zum 100-Jahr-Jubiläum des Tunnels zwischen Brig und Iselle, der nach der Eröffnung 1906 mit 19,8 Kilometern während Jahrzehnten als weltweit längster Eisenbahntunnel galt, reisten letzten Samstag über 30 000 Besucher an. Beim Bahnhof Brig erwartete sie eine interaktive Erlebnisausstellung mit Themenwelten, unter anderem zum Tunnelbau. In der Rotonde wurde neues und historisches Rollmaterial, darunter der legen-

däre «Venice Simplon Orient Express» und als Schweizer Premiere der neue Neigezug ETR 610 von Cisalpino, vorgeführt. Beliebte waren auch die zweistündigen Fahrten per Postauto über den Simplonpass. Von einem 12 Meter hohen und begehbaren Doppelbogen, der die beiden Simplontunnelportale symbolisierte, hatte man beste Aussicht auf Brig und den Simplon. Den Schlusspunkt bildete am Abend das Konzert der italienischen Rocksängerin Gianna Nannini. RD

Spatenstich

■ Schulthess Group baut Fabrik in Deutschland. Mit der neuen Wärmepumpenfabrik im bayrischen Kasendorf schafft die Schulthess Group aus Wolfhausen zusätzlich zweihundert neue Arbeitsplätze. Um die Lieferbereitschaft aufgrund der anhaltend hohen Nachfrage nach Wärmepumpen sicherzustellen, werden die Produktionskapazitäten vervierfacht. Der Spatenstich zur Erweiterung des Gruppenunternehmens Alpha Innotec GmbH erfolgte am 12. Mai 2006. RD

Amigne-Fest

■ Vétroz feiert seine Rebe. Immer am ersten Juni-Wochenende ehrt die Walliser Gemeinde zwischen Sion und Martigny seine Rebsorte Amigne. Die alte und rare Sorte wird nur im Wallis angebaut. Zum «Fête de la Fleur d'Amigne» vom 2. und 3. Juni sind Winzer aus dem Piemont eingeladen, die Barbaresco zur Degustation mitbringen. Selbstverständlich gibt es auch verschiedenste Amigne-Weine zu probieren. RD

Infos: www.amigne.ch

ZITAT DER WOCHE

«Für die Norditaliener sind wir preislich sehr attraktiv.»

Barbara Ambrosoli, Besitzerin des Hotels Delta in Ascona, im Interview auf Seite 10

BUSINESS-PEOPLE



■ Peter Durrer (Foto) ist per 1. Mai 2006 zum Vizedirektor der Schweizerischen Hotelfachschule Luzern (SHL) ernannt worden. Der 37-jährige gebürtige Nidwaldner ist selber Absolvent der SHL und bereits seit 1999 als Praktikumsbetreuer und Dozent für die Schule tätig. Peter Durrer wird in seiner Funktion als Vizedirektor für die Koordination des Ausbildungsbereichs verantwortlich zeichnen. Zudem unterstützt er Direktor Kurt Imhof in der strategischen und konzeptionellen Planung sowie Weiterentwicklung des Diplomlehrgangs HF/SHL. DST

■ Renate Stocker ist neu Direktorin des Ramada Hotels Regina Titlis in Engelberg. Stocker war seit 2002 als Direktorin im Unique Hotel Post in Zermatt tätig. Zuvor arbeitete sie als Sales- und Marketing Managerin für die Lindner Hotels AG in Leukerbad. DST



■ Der Serviceangestellte Mario Cristallo (Foto) geht nach vierzig Jahren Dienst im Hotel Bodenhaus in Splügen in Pension. In dem Bergdorf fand der 1966 aus Neapel zugewanderte Mario Cristallo eine neue Heimat. Cristallo: «Splügen ist ein friedlicher Ort. In all den Jahren hat es kein einziges Mal Streit mit Gästen gegeben.» GSG

■ An der in Brissago abgehaltenen Generalversammlung des Leaders Club Schweiz wurde als Vertreter der Industrie Marco Vassalli, Vassalli AG Zürich, neu in den Vorstand gewählt. Er ersetzt den ausstretenden Heinz Rutishauser (ehemals KADI). GSG



■ Per 1. Mai hat Paul Schneider (Foto) den Vorsitz der Geschäftsleitung der Menu-System AG, St. Gallen übernommen. Schneider hat vorher zehn Jahre die Supra Nahrungsmittel in St. Gallen geführt. Gründer Ernst Wüst bereitet so seine Nachfolge vor. GSG

Kaserne Thun

Schweizer Star-Köche beim Heer

■ Acht Schweizer Spitzenköche lud das Heer in die Kaserne Thun, um sie in die Töpfe der angehenden Armee-Küchenchefs blicken zu lassen.

Gudrun Schlenczek

«Es ist das erste Mal, dass wir so an die Öffentlichkeit treten», erklärt Jean-Luc Piller, Chef Kommunikation des Bereichs Heer der Schweizer Armee. Letzten Montag wurden acht Spitzenköche in die Kaserne Thun geladen, um die Arbeit der angehenden Küchenchefs des Heers zu beurteilen: Adolf Blockberger (18 Gault-Millau-Punkte), Martial Braendle (16 Punkte), Philippe Chevrier (19 Punkte), Carlo Crisci (18 Punkte), Frédy Girardet, der erste Koch, der 19,5 von 20 Gault-Millau-Punkten erhielt, André Jaeger (19 Punkte), Roland Pierroz (19 Punkte), Gérard Rabaye (19 Punkte). Philippe Chevrier, der vor 25 Jahren als Hilfskoch bei der Armee diente: «Die technische Ausstattung der Militärküche hat sich deutlich verbessert.» Chevrier lobte: «Könnten wir mit so einer Ausrüstung bei Events kochen, wären wir sehr leistungsfähig.»



■ Acht Starköche zu Besuch in der Kaserne Thun. Auf Einladung des Korpskommandanten Luc Fellay (ganz links) begutachteten acht Starköche die Küche des Militärs: Adolf Blockberger, Martial Braendle, Philippe Chevrier, Carlo Crisci, Frédy Girardet, André Jaeger, Roland Pierroz, Gérard Rabaye (v.l.n.r.). Foto: Miroslaw Halaba

Diplomfeier Hotelfachschule Thun

44 frisch diplomierte Hoteliere aus Thun

■ 44 Diplomanden haben ihre zweieinhalbjährige Ausbildung zum diplomierten Hotelier an der Hotelfachschule Thun erfolgreich abgeschlossen

Gisela Pogrietz-Krebs

Von den 50 zur Prüfung angetretenen Studentinnen und Studenten haben 44 mit Erfolg bestanden. Sie nahmen am vergangenen Freitag ihr Diplom mit dem Titel «dipl. Hôtelière-Restauratrice HF» respektive «dipl. Hôtelier-Restaurateur HF» entgegen. Der Notendurchschnitt lag bei 4,84. Die beste Prüfung legte Ann-Helen Hofer aus Langnau mit einer Note von 5,56 ab. Den zweitbesten Durchschnitt bot Tamara Ritz, Brig-Glis, mit 5,47. Dominic Andrist aus Walkringen erreichte mit 5,35 den dritten Rang. Die Leistung von Ann-Helen Hofer wird mit einem vierwöchigen Thailand-Aufenthalt belohnt.

Jakob Häberli, Präsident des Stiftungsrates der Hotelfachschule Thun, appellierte an seine neuen Berufskollegen, ein besonderes Augenmerk auf die Sozialkompetenz zu richten. «Um im Umgang mit Menschen letztlich erfolgreich zu sein, braucht es in zunehmendem Mass auch Sozialkompetenzen, so genannte Soft Skills», so Häberli. «Dazu gehört, sich in ein Team einfügen zu können. Es gilt dabei, die eigenen



■ Strahlende Diplomanden-Gruppe. Am vergangenen Freitag erhielten an der Hotelfachschule Thun 44 Diplomanden ihr Diplom mit dem Titel «dipl. Hôtelière-Restauratrice HF» respektive «dipl. Hôtelier-Restaurateur HF». Foto: zvg

Stärken und Schwächen und diejenigen der anderen Teammitglieder zu erkennen und aufeinander abzustimmen.»

Das Diplom erhielten: Sandra Amsler, Berikon; Dominic Andrist, Walkringen; Oliver Appl, Celerina; Fabienne Ballmer-Gerber, Arboldswil; Amanda Berger, Utzenstorf; Mirjam Bolliger, Laupersdorf; Dani-

el Brendel, Leukerbad; Nina Brüngger, Weiningen; Daniel Brunner, La Neuveville; Sibylla Carino, Rheinfelden; Christoph Eichenberger, Thun; Philipp Estermann, Hildisrieden; Erno Gaspar, Neuhausen; Hubert-Valentin Gronauer, Forchheim-Reuth (D); Lisa Maria Gruber, Aarburg; Marianne Guggisberg, Krattigen; Philippe Heuberger, Busswil bei Büren; Ronny Hischer, Thun; Ann-Helen Hofer, Langnau; Sabrina Humm, Bonstetten; Ursula Isenschmid, Spiez; Patrick Klein, Flüelen; Olivia Regina Klose, Basel; Christian Koellreuter, Aesch; Ivo Kühnen,

Thierachern; Cornelia Kunz, Tagelswangen; Stefan Lang, Flüeli-Ranft; Jussara Machado, Münsingen; Stéphanie Mayor, Leukerbad; Sandra Meyer, Schüpfen; Katja Ann Müller, Aadorf; Tamara Ritz, Brig-Glis; Christopher Rosser, Adelboden; Manuela Schar, Bern; Pascal Schätti, Ennetbürgen; Ursula Schelbert, Baar; Nicolas Schmid, Boll; Gian-Andrea Schweizer, St. Moritz; Claudia Seifert, Grüningen; Nicole Siegenthaler, Steffisburg; Matthias Stirnimann, Utendorf; Esther Suter, Bern; Thomas Thürlig, Eich; Gisela Werren, Bern.



HOTELLERIE

9

Hotellbewertungen | Das Interesse der Hoteliers an dem von ST lancierten Bewertungssystem hält sich in Grenzen.



GASTRONOMIE

10

Hotel Delta Ascona | Das Fünf-Sterne-Hotel lockt mit einer guten Küche. Jüngstes Outlet ist das Ristorante Delta Blu.



TOURISMUS

11

Sonnige Aussichten | Die Zahl der Hotelübernachtungen dürfte im Sommer im Vergleich zum Vorjahr um 1,5 Prozent steigen.



SGH

Trotz schwierigem Jahr mit Ergebnis zufrieden

■ Die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) blickt auf ein «schwieriges, aber gesamthaft befriedigendes Geschäftsjahr» zurück.

Daniel Stampfli

Aufgrund der neuen Konzepte in der Finanzierung habe zwar noch nicht an die Erträge früherer Jahre angeknüpft werden können, ist dem SGH-Geschäftsbericht für das Jahr 2005 zu entnehmen. Doch seien die Kreditbewilligungen- und Ausleihungsvolumen wieder wachsend. Im Jahr 2005 wurden für 14,4 Mio. Franken Darlehen bewilligt, gegenüber 11,8 Mio. ein Jahr zuvor. Dass sich das Kreditportfolio der SGH dennoch verringert hat (von 151,9 Mio. auf 129,8 Mio. Franken), hänge mit der fortschreitenden Bereinigung der Altlasten zusammen. In der Neuausrichtung seien weitere Fortschritte erzielt worden, indem die SGH nun über einzigartige Datenbanken und Instrumente verfüge, die von der Branche und den Banken rege genutzt würden. Das Finanzergebnis sei angesichts der restriktiven und auf Sicherheit ausgelegten Anlagepolitik «als gut zu bewerten», so der Kommentator weiter.

Die SGH schliesst das Jahr 2005 mit einem positiven Betriebsergebnis I von 608'000 Franken ab (Vorjahr: 215'000 Franken). Das Betriebsergebnis II (vor Verlustverrechnung mit dem Bund) ist mit -2,6 Mio. Franken (3,1 Mio. Franken) negativ. Unter dem Strich resultierte ein Jahresgewinn von 210'000 Franken (69'000 Franken).

Darlehensbestand sollte wieder wachsen

«Die spürbare Belebung der Nachfrage nach SGH-Finanzierungen» veranlasst die Verantwortlichen zur Hoffnung, dass der Bestand an Darlehen im Jahr 2006 wieder erhöht werden kann. Im laufenden Jahr gehe es darum, dem Kompetenz-Center-Gedanken zum Durchbruch zu verhelfen und die Vorteile einer Zusammenarbeit mit der SGH bei Hotelier und Banken noch besser zu verankern. Als subsidiärem Finanzierungspartner komme der SGH angesichts der knappen Eigenmittelausstattung der Hotellerie eine Schlüsselrolle bei der baulichen Erneuerung der Branche zu. Die Rolle als Center for Business-Knowledge soll über Partnerschaften und Spezialprojekte zielgerichtet und spektiv weiter ausgebaut werden.

Ferienresort «Surses Alpin», Savognin

Ein Konzept mit Modell-Charakter

■ Drei Partner – die Gemeinde, die Bergbahn und die Grischalpin AG – stehen hinter dem Ferienresort «Surses Alpin» in Savognin. Den Vertrieb der 69 Ferienwohnungen übernehmen drei grosse Reiseveranstalter. Dieses Konzept soll schon bald andernorts Fuss fassen.

Theres Lagler

Neue, erfolgsversprechende Hotel- und Beherbergungskonzepte: Das thematisiert die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) am «Hotel Finance Forum», das heute in Lugano stattfindet. Als Praxisbeispiel hierfür dient das Ferienresort «Surses Alpin» in Savognin, das am 22. Juli – vier Monate früher als ursprünglich geplant – seine Türen öffnet. Es umfasst vier Häuser mit insgesamt 69 Ferienwohnungen und 400 Betten. Doch «kalte Betten» sollen daraus nicht erwachsen, wie Marco Hartmann, Verwaltungsratspräsident der Surses Alpin AG, betont.

htr medienpatronat

Dafür sorgen mehrjährige Verträge mit drei Reiseveranstaltern. «Wir haben keine Wohnung verkauft, sondern alles vermietet. Wir haben feste Vereinbarungen mit der Reka für den Schweizerischen Markt, mit Thomas Cook für den deutschen und belgischen Markt und mit TUI für den holländischen Markt», erläutert Hartmann. Der ehemalige Direktor von Schweiz Tourismus geht davon aus, dass dank des Vertriebs durch die drei renommierten Unternehmen, die alle eine grosse Kundenschaft aufweisen, 60'000 Logiernächte pro Jahr generiert werden können. Die Wohnungen wären somit 26 bis 30 Wochen im Jahr belegt.

Finanzierungskonzept: Die Banken ziehen mit

Doch auch wenn dieses Ziel nicht erreicht werden sollte: Die Surses Alpin AG kann dank der Mietverträge mit den Reiseveranstaltern mit fixen Einnahmen rechnen. Genau dieses Erlöskonzept ermöglichte es den Verantwortlichen, den Banken seriöse Businesspläne über mehrere Jahre vorzulegen. Das verfehlte seine Wirkung nicht. Sowohl die Credit Suisse wie auch die SGH zeigten sich bereit, in das 15 Mio. Franken teure Bauvorhaben zu investieren. Positiv dürfte sich dabei



■ Beim Spatenstich. Leo Jeker, Bergbahn-Direktor, Beat Hug, Generalunternehmer, Marco Hartmann, Präsident Surses Alpin, Otmar Netzer, Gemeindepräsident Savognin (von links).



■ Und fertig ist das Ganze. Innenansicht eines Wohnzimmers im Ferienresort «Surses Alpin» in Savognin, das insgesamt 400 Betten zählt.

Fotos: zvg

auch ausgewirkt haben, dass das Ferienresort «Surses Alpin» breit abgestützt ist. Es handelt sich um eine Public-Private-Partnership. Am Aktienkapital der Surses Alpin AG von 2,1 Mio. Franken sind die Gemeinde Savognin mit 34 Prozent, die Savogniner Bergbahnen und die Firma Grischalpin AG mit je 33 Prozent beteiligt. Zudem hat die Gemeinde ein zinsloses Darlehen von 3 Mio. Franken gewährt und den Boden im Baurecht für 80 Jahre abgegeben. Das Engagement der Gemeinde ist beachtlich, sollte sich aber gemäss Marco

Hartmann auszahlen. «Das Ferienresort selber ist zwar keine Cash-Cow, es bringt aber Rentabilität in den Ort.» Eine Studie der Beratungsfirma Grischconsulta habe ergeben, dass das Resort eine direkte und indirekte Wertschöpfung von 5 Mio. Franken pro Jahr erzielen könne, so Hartmann.

Gipfeli-Service: Diesen Part übernimmt die Bergbahn

Um die Kosten tief zu halten, kommt beim Ferienresort «Surses Alpin» ein

schlankes Betriebskonzept zum Zuge, das die vorhandenen Infrastrukturen nutzt. Das Management des Resorts übernimmt die Bergbahn, die mit den jeweiligen Reiseveranstaltern Leistungsvereinbarungen abschliesst. Will die Reka ihren Gästen beispielsweise einen «Gipfeli-Service» anbieten, so muss die Bergbahn mit ihrem Manpower dafür sorgen, dass diese Dienstleistung wunschgemäss erbracht wird. Eine wichtige Rolle spielt aber auch der Tourismusdirektor von Savognin, Vendelin Coray. «Er stellt die verschiedenen, massgeschneiderten Packages für die Reiseveranstalter zusammen», erläutert Hartmann. Zielgruppe des Ferienresorts sind Familien, aber auch Paare, die sich etwas mehr Platz gönnen möchten. Die Wohnungen weisen 2,5 bis 5,5 Zimmer auf.

Ähnliche Projekte in Klostern und Lenzerheide geplant

Eine Formel, die sich auch andernorts bewähren könnte. Die Grischalpin AG, die das Konzept entwickelt hat, steckt bereits in Verhandlungen mit weiteren Interessenten. So sind Ferienresorts in Klostern, Lenzerheide und im Oberengadin in Planung, wie Marco Hartmann verrät. Er ist einer der drei Köpfe der Grischalpin AG und steuert das Tourismus-Know-how bei. Beat Hug und Jürg Frei sind seine Partner. Sie sind Generalunternehmer und bringen das bauliche Fachwissen ein. Am weitesten gediehen ist derzeit das Projekt in Klostern, das unter dem Namen «Montana Alpin» vorangetrieben wird. Der Zusatz «Alpin» im jeweiligen Namen soll wie eine Dachmarke gehandhabt werden. Hartmann geht davon aus, dass im Kanton Graubünden das Potenzial für vier bis fünf solcher Ferienresorts vorhanden ist. In der ganzen Schweiz seien rund zehn Resorts möglich.

Nicht jede Destination ist gleich gut geeignet

Der Tourismusfachmann schränkt aber sogleich ein: «Im Nemiandland funktioniert das Konzept nicht. Die Reiseveranstalter verlangen heute nach attraktiven Destinationen, die einen gewissen Bekanntheitsgrad haben.» Restaurants, Wellness-Anlagen und Golfplätze müssten in der Nähe vorhanden sein. Entscheidend sei zudem ein zentraler Standort im Ort, der sich nahe bei der Bergbahn befinde. «Unser Ferienresort-Konzept ist keine Lösung für alle, sondern für einige. Es kann auch die Hotellerie in der Schweiz nicht ersetzen», fasst Hartmann zusammen.

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

Gemeinsam
ÜBER FÜHRUNG
diskutieren

**Nachdiplomstudium HF
Hotelmanagement**

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

hotelierschule thun
sozial, passion & system

htr medienpatronat

Gsell & Partner
Kompetenz in Hotellerie und Restauration

**Bereit für den
Neubeginn?**

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

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

happy YOU

**happy lease&sleep
vom Schweizer
Hotelier-Verein
empfohlen.**

happysystems™ htr medienpatronat

I weti i hott es happy-Bett.

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

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

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

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

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

Schwob
textiles of Switzerland

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
- Reorganisationsen
- 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 CONSULTING**Finanz- und Unternehmensberatung
für Gastronomie und Hotellerie

- Finanzierungskonzepte
- Sanierungen
- Vermittlung und Verkauf

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

Surselva/Bündner Oberland

Zu verkaufen

3-Sterne-Hotel

32 Betten, alle Zimmer mit
Dusche/WC
90 Restaurationsplätze
2-Saison-Betrieb Sommer-
und Winterkurort
Nähe Bergbahnen,
Golfplatz.

Solvente Interessenten mel-
den sich unter Chiffre
171237, *hotel + tourismus*
revue, Postfach, 3001 Bern.

171237/61689

**Nach Vereinbarung von privat zu
kaufen gesucht für 2006/2007**

In der Region Berner Oberland, in
Nähe oder im Skigebiet liegend

- Ausflugrestaurant
- Bergrestaurant
- Hotel/Restaurant

Wir garantieren 100% Diskretion bei
der Behandlung der Offerten und
beim evtl. Kauf des Objektes.

Angebote unter Chiffre
Q 145-778578, an Publicitas S.A.,
Postfach 48, 1752 Villars-s/Glâne 1.

171255/382708

Gsell & Partner

Kompetenz in Hotellerie und Restauration

Gsell & Partner ist mit über 400 Mitarbeitenden
als selbstständiger Unternehmer im Tourismus mit
Beratungs-, Management-, Pacht- und Turn-
around-Mandaten in den Bereichen Hotellerie
und Hotelbetrieb auf Flusschiffen tätig.

Zur sorgfältigen Arrondierung unseres eigenen
Portfolios suchen wir in der Schweiz

Hotelbetriebe

mit Profil und Potenzial in Miete oder Kauf.

Bezüglich Standort und Grösse, Zustand, Ertrags-
wert und Entwicklungsmöglichkeiten sind wir
voreingenommen.

Wir garantieren absolute Diskretion.
Angebote erbeten an: Urs Gsell, persönlich

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

An sehr guter Lage, im Kanton Solothurn, zwischen Olten und
Aarau, findet sich ein traditionsreicher Landgasthof mit interes-
santer, treuer Stammkundschaft. Die Besitzerfamilie hat sich,
nach vielen erfolgreichen Jahren, entschieden, einen geeigneten
Nachfolger zu finden um beruflich kürzer zu treten.

Schöner Landgasthof

mit Tradition und Zukunft

zu verkaufen.

Die Liegenschaft umfasst mehrere gastronomische Räumlich-
keiten mit besonderem Flair. Die bauliche Substanz ist bestens
unterhalten, erfüllt moderne Erwartungen auf neuestem Stand.
Eine Bilderbuchterasse mit altem Baumbestand rundet das viel-
seitige Angebot ab.

Die vielen Jahre verpflichten auch, das Haus in geschickte, ge-
schulte Hände zu übergeben. Fachliche Kompetenz und Liebe
zu den treuen Gästen und zur anspruchsvollen Küche sind Vor-
aussetzung.

Neben schönem Umschwung, bietet das Haus eine attraktive
Wirtswohnung und viele eigene Parkplätze. Für den Erwerb ist
ein Eigenkapital von Fr. 400'000.- nötig.

Persönliche Besichtigung und detaillierte Unterlagen erhalten Sie
über:

Werner Signer Consulting
Schlösslipark, 8587 Ermatingen
E-Mail: macose@bluewin.ch
Mobile 078 852 12 21

171238/432627



Innovatives und erfahrenes Pächterehepaar oder -team
gesucht.

Möchten Sie Ihre Ideen ab Herbst 2006 im

Restaurant-Kongresshaus Thurpark

umsetzen? Sie profitieren von der sehr guten Lage
mitten im Kanton St. Gallen in der Nähe des Bahnhofs
mit Halbstundentakt in alle Richtungen!

- Restaurant mit 80 Plätzen
- Speisesaal mit 50 Plätzen
- Sitzungszimmer mit 50 Plätzen
- Sitzungszimmer mit 10 Plätzen
- Saal unterteilbar ca. 400 Plätze
- Gartenrestaurant ca. 50 Plätze
- 4 1/2-Zimmer-Wirtswohnung
- 3 Mitarbeiterzimmer
- ca. 70 Parkplätze

Inventarübernahme nach Absprache

Fachleute senden ihre Bewerbungsunterlagen
an den Gemeinderat, Grüenastrasse 7, CH-9630 Wattwil.

Für weitere Auskünfte kontaktieren Sie Bruno
Baumgartner, Aktuar Thurparkkommission,
Tel. 0041 71 987 55 56, bruno.baumgartner@wattwil.ch

Der Gemeinderat



**ICH POCHTE AUF
MEHR BEWEGUNG.
IHR HERZ.**

Machen Sie mit beim IMPULS-Bewegungsprogramm.
Gratis-Broschüre bei der Schweizerischen Herzstiftung,
Postfach 176, 3000 Bern 15.

htr ANZEIGEN / AUS- UND WEITERBILDUNGCARLTON HOTEL
ST. MORITZ**Verkauf!**

- Bartresen
- 3 Kaffeemaschinen

Typ Schaerer Matic 19 SM

Fotos werden auf Wunsch per E-Mail übermittelt.
Nur Selbstmontage und Selbstabholer!

Termin: Montag, 29. Mai 2006, 9.00 bis 17.00 Uhr

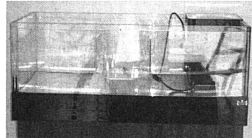
Via Johannes Badrutt 11, 7500 St. Moritz
Telefon 081 836 70 00, Fax 081 836 70 01
E-Mail: info@carlton-stmoritz.ch
Web: www.carlton-stmoritz.ch

171252/03626

Zu verkaufen:

Hummerbecken

- Haari-Biomar-Vivier
- 1200x600x1100 mm / 240 lt.
- Neuwertig da nur kurz in Betrieb



• Verhandlungspreis CHF 3'000.00

THE OMNIA AG
Herr Roman Codina
Tel. 027 966 71 71

A vendre magnifique occasion
**machine à café
Cafina C 60 102**
avec chauffe-tasses.

1ère mise en service fin février 2004.
Valeur à neuf Fr. 24 000.-
Cédée Fr. 12 000.-
Révision annuelle effectuée 23.2.06.
Téléphone 079 244 08 75

171254/432643

HACCP Work- Shop und Seminar**MI 21. + DO 22. Juni 06**

Details und Infos unter www.prolek.ch
Tel. 033 654 00 44 Prolek GmbH Kümmliweg 13 3705 Faulensee

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

www.practicum.ch

Praktikas, Sozialeinsätze,
Demi-Pair im Ausland
www.practicum.ch

Sprachaufenthalte
www.linguista.ch

Weinbergstr. 22 8001 Zürich
Tel. 044 260 50 90
Fragen Sie Michaela Wolf

Italienisch in Florenz

Spezialangebot:

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

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

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

169059/090239

Hotel Terme Meran eröffnet

■ **Steigenberger.** Am 17. Mai ist das Steigenberger Hotel Terme Meran offiziell eröffnet worden. Für das Innendesign zeichnet der renommierte italienische Designer Matteo Thun verantwortlich. Thun verwendete edle natürliche Materialien wie Holz und Stein. Er verband Südtiroler Historie, klassische Eleganz, Avantgarde und stilisierte landestypische Objekte. Das Hotel verfügt über 139 Zimmer, darunter 24 Suiten. Dazu gehören auch ein 1200m² grosser Fitness- und

Wellnessbereich. Über einen direkten Zugang ist das Hotel mit der benachbarten neuen Terme Meran verbunden. Das mediterrane Restaurant Olivi und das mit einer Showküche ausgestattete Restaurant Wolkenstein decken den gastronomischen Bereich ab. Das Steigenberger Hotel Terme Meran will sowohl Ferien- und Wellnessgäste als auch Tagungsteilnehmer ansprechen. Der Bankbereich verfügt über zehn Tagungsräume für bis zu 230 Personen. **DST**

Gut gestartet

■ **Ramada.** Die 63 Ramada-Hotels in Deutschland und der Schweiz erzielten im ersten Quartal 2006 einen Umsatz von 49,7 Mio. Euro und lagen damit 6,1 Prozent über dem vergleichbaren Vorjahreswert. Die Summe aus bisher realisierten Nächtigungen und vorliegenden Reservierungen weist bis Ende Dezember eine Steigerung von 7,8 Prozent aus. Dies wäre ein Plus von 80 000 Roomnights. Der Gross Operating Profit nahm im ersten Quartal 2006 um 19 Prozent zu. **DST**

Über Budget

■ **Solothurn.** Das «Hotel an der Aare» hat im ersten Betriebsjahr (10.1.05 bis 31.12.05) die eigenen Erwartungen übertroffen. Die Zimmerauslastung betrug 62 Prozent (47 Prozent budgetiert). Insgesamt generierte das Hotel 4750 Logiernächte und konnte sich einen Marktanteil von 11,2 Prozent sichern. Die Beherbergungserträge liegen mit rund 473 800 Franken 50 Prozent über dem Budget und bilden die Basis für den operativen Cashflow von 50 655 Franken. **DST**

Leistung gesteigert

■ **Minotel.** In den ersten drei Monaten des laufenden Jahres konnte Minotel die hauptsächlich via Internet getätigten Reservationen um 43,3 Prozent. Diese Zunahme sei trotz reduzierter Hotel-Anzahl gelungen, teilte Minotel mit. Die Hotel-Vereinigung verfügt insgesamt über eine Kapazität von 12 000 Zimmern, 3000 davon in der Schweiz. Per Ende März 2006 zählten 322 Hotels zu Minotel, davon 72 in der Schweiz. Im Vergleich mit 2004 verdreifachten sich die durchschnittlich

pro Hotel in der Schweiz getätigten Reservationen, im Ausland stieg diese Zahl um nahezu das Vierfache. Minotel entstand Anfang 2005 aus dem Zusammenschluss von Minotel International und Minotel Suisse. Wurde 1995 noch nahezu ausschliesslich via Reiseveranstalter verkauft, so hat sich die Bedeutung dieses Absatzkanals heute auf die Hälfte reduziert. Je ein Viertel der Verkäufe realisiert sich durch Individualkunden, respektive über elektronische Absatzkanäle. **DST**

«Alpine Gastgeber»

400 Mitglieder in Salzburg, Tirol und Oberbayern

■ Mit dem grenzüberschreitenden Gemeinschaftsprojekt «Alpine Gastgeber» sollen auch kleinere touristische Anbieter «ganz gross herauskommen». Im Vordergrund stehen die Stärkung des Segments, ein professionelles Marketing, Qualitätssicherung und Qualifizierung.

Heribert Purtscher

In der kurzen Zeit ihres Bestehens zählt die Kooperation bereits 400 Mitglieder im 1-, 2- und 3-Sterne-Bereich, davon 133 aus Salzburg und rund 100 aus Tirol. Die Offensive für kleine und mittlere Betriebe im alpinen Raum wurde gemeinsam von der Salzburger Land Tourismus Gesellschaft, der Tirol Werbung und dem Tourismusverband München-Oberbayern im Vorjahr gestartet. Finanzielle Unterstützung kommt u. a. vom Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung (Interreg IIIA) und vom Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (BMWA) in Wien.

Gerade bei jenen Betrieben, an die sich die Initiative richtet, mangelt es häufig an personellen, zeitlichen und finanziellen Ressourcen. Die Plattform soll es den «Kleinen» trotzdem ermöglichen, ihre Angebote effizient zu vermarkten und gleichzeitig die Qualität in den Betrieben zu sichern.

«Vermieterakademie» als Herzstück

An der Kooperation mitmachen können Privatzimmer- und Ferienwohnungsvermieter ebenso wie Hotels, Gasthöfe, Gästehäuser und Pensionen mit bis zu 40 Betten. Voraussetzung ist ihre Klassifizierung als Hotel (ein bis drei Sterne) oder als Privatvermieter (mindestens zwei «Edelweisse»). Die Mitgliedschaft kostet 310 Euro für Betriebe bis 40 Betten, 260 Euro für Kleinbetriebe bis 20 Betten. Hat der Betrieb nur zehn Betten, so zahlt der Teilnehmer 190 Euro pro Jahr für ein Komplettpaket bestehend aus Vermarktung und Weiterbildung.

Herzstück der Qualitätsoffensive ist die «Vermieterakademie». In zehn Seminaren – die Teilnahme ist für Alpine Gastgeber verpflichtend – werden die Gastgeber über Themen wie Angebots- und Produktgestaltung, Kalkulation und Preispolitik oder Kundenbindung unterrichtet. Dies schafft die Basis für gemeinsame Internetauftritte oder einheitliche Imagebroschüren.

Nach Ansicht der Initiatoren eignet sich die Initiative bestens, um dem «Verlust der Mitte» und damit einem Bettenrückgang in diesem Segment entgegenzuwirken. Denn sowohl in Salzburg als auch in Tirol verloren die Privat- und Kleinvermieter in den letzten Jahren gegenüber den stärker spezialisierten Anbietern an Boden.

www.alpine-gastgeber.com

ST-Hotelbewertungssystem

Wenig Bock auf Gäste-Feedback

■ Vor einem Jahr lancierte Schweiz Tourismus (ST) ein interaktives Hotelbewertungssystem auf myswitzerland.com. Das Interesse der Hoteliers hält sich bisweilen sehr in Grenzen. ST will sie zur aktiven Bekanntmachung des Systems bei den Gästen motivieren.

Robert Wildi

Der Check von Gäste-Komentaren auf www.myswitzerland.com gehört im luzernerischen Trendhotel Art Deco Hotel Montana heute fast zum täglichen Standard. Und das mit grossem Vergnügen, wie die Verkaufsleiterin Carmen Thaddey versichert. Kein Wunder, denn das «Art Deco» kommt bei der Kundschaft hervorragend an. «Aus den zahlreichen Eintragungen resultiert zurzeit ein Noten-Durchschnitt von 5,8», sagt Thaddey. Ein schöner Beleg für die erfolgreichen Qualitätsbemühungen des Hauses. Speziell gute Bewertungen druckt Thaddey aus und kommuniziert sie an Teamsitzungen – «eine hervorragende Motivation für unsere Angestellten».

Das Gute aus dem interaktiven Hotelbewertungssystem, welches ST am letztjährigen Ferientag lanciert hat, nimmt auch Kurt Baumgartner für sich heraus. «Für nutzbare Anregungen sind wir sehr dankbar und integrieren sie in unsere Qualitätsoptimierungs-Prozesse», so der Direktor des Wellness-Hotels Belvédère in Scuol. Interessiert zeigen sich auch die Grand Hotels Bad Ragaz. «Wir nehmen die Bewertungen der Gäste ernst und bauen sie in unsere Qualitätskontrollen ein», versichert Sprecherin Belinda Signorell.

Kaum Einfluss auf Buchungsverhalten

Mit ihrem aktiven Engagement für das Gäste-Bewertungssystem von ST

Nächster Schritt: Fewo-Bewertung

■ Das Hotelbewertungssystem ist in den Plänen von Schweiz Tourismus lediglich der Auftakt zu einem umfassenden Projekt, welches alle touristischen Leistungen der Schweiz einer direkten Benotung durch den Gast zugänglich machen soll. Am Ferientag in St. Gallen wurde als zweite Tranche eine Ferienwohnungs-Plattform lanciert. Eva Brechtbühl: «Wir sind daran, Konzepte für eine aussagekräftige Ferienwohnungs-Bewertung zu evaluieren.» Die effektive Einführung und Live-Schaltung des Systems auf www.myswitzerland.com sei allerdings zum jetzigen Zeitpunkt noch offen. Zu einem späteren Zeitpunkt sollen dann auch ganze Destinationen, Städte, Skigebiete etc. durch den Gast interaktiv bewertet werden können. **ROW**



■ **Online-Bewertung.** Laut ST sind Mehrfachbewertungen von einem Computer aus für das Redaktionsteam der Firma Holidaycheck, die das System für ST betreut, eruiierbar und deshalb auch zu verhindern. Screenshot: htr

gehören die drei Betriebe bislang jedoch eher zur Ausnahme. Einen echten Mehrwert, sprich mehr Kundschaft, können auch sie bislang kaum daraus gewinnen. «Bis jetzt ist nicht bekannt, dass Gäste wegen der Kommentare auf uns aufmerksam geworden sind», sagt etwa Carmen Thaddey vom Art Deco Hotel. Ähnlich tönt es beim «Belvédère» in Scuol und bei den Grand Hotels Bad Ragaz. «Wir würden uns aber freuen, wenn es so wäre», verleiht Belinda Signorell ihrer Hoffnung Ausdruck.

Einen Einfluss auf die Betriebsführung erzielen die Gästekommentare ebenfalls bei praktisch keinem Hotel. Im Art Deco Hotel etwa wird seit Jahren ein eigenes Bewertungssystem angewendet, welchem deutlich mehr Gewicht beigemessen wird. Auch Kurt Baumgartner räumt ein, dass die Gästekommentare auf der ST-Website nur ganz bedingt etwas am Angebot ändern können. Immerhin: Bei den Grand Hotels Bad Ragaz will man die Web-Einträge mit den Aussagen der Gäste vor Ort vergleichen und bei Übereinstimmungen aktiv werden.

Mit diesem Vorsatz steht der Ostschweizer Luxusbetrieb allerdings zurzeit noch ziemlich allein da. Ein Blick aufs ST-Portal führt deutlich zu Tage, dass die Mehrheit der Schweizer Hoteliers weit davon entfernt ist, das System aktiv zu bewirtschaften und zu fördern. Zwar haben seit Lancierung bereits gegen 2800 Hotelgäste ihre kritische Mei-

nung im Web kundgetan. Die Voten verteilen sich aber auf eher wenige Betriebe. Bei zahlreichen Hotels schlägt bislang noch keine oder allenfalls eine Bewertung zu Buche. Viele Hoteliers bezeichnen die Gästekommentare als «absolut irrelevant» und verteilen ihrer Kundschaft die ST-Visitenkarten, welche auf die Möglichkeit der Hotel-Benotung hinweisen, deshalb gar nicht. So etwa das Flims Hotel Adula, wo man lieber einen eigenen Fragebogen in Umlauf bringt. Sogar für «administrativen Ballast» hält die ganze Sache Andreas Furrer, Geschäftsführer der Walliser Lokalkette Art Furrer Hotels. Von seinen Gästen habe ihn noch nie nur ein einziger auf die Gästekommentare auf myswitzerland.com angesprochen.

ST: Aufruf an die Hoteliers zu Direktlink

Für Eva Brechtbühl, bei ST für das Bewertungssystem verantwortlich, ist klar: «Viele Hoteliers sind leider zu wenig offen für Neues.» Sie kann nicht nachvollziehen, weshalb auch bestens etablierte Häuser die Möglichkeiten eines zusätzlichen Marketing- und Werbetoools nicht nutzen. Den Vorbehalt vieler Hoteliers, das System öffne Missbrauch Tür und Tor, will sie nicht gelten lassen. «Wir überprüfen jeden Eintrag auf seine gültige E-Mail-Adresse und verlangen vor Aufschaltung nochmals eine Rückbestätigung des Absenders», erklärt sie.

Auch seien Mehrfachbewertungen von einem Computer aus für das Redaktionsteam der Firma Holidaycheck, die das System für ST betreut, eruiierbar und deshalb zu verhindern.

Brechtbühl will den Hoteliers Mut machen und sie zur aktiven Bekanntmachung des Systems bewegen. Sie berichtet von Hotels, die aufgrund vieler positiver Einträge auf www.myswitzerland.com bereits Neukunden gewonnen hätten. Am Ferientag in St. Gallen hat ST den möglichen Marketing-Effekt des Bewertungssystems nochmals nachdrücklich aufzuzeigen versucht. Eva Brechtbühl ruft die Hoteliers sogar dazu auf, ihre eigenen Websites mit einem Direktlink zum ST-Bewertungssystem (myswitzerland.com/hotelbewertung) zu versehen.

Reklame

Spielplatzgeräte

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

Bier-Messe

■ **Brau Beviale 2006.** Vom 15. bis 17. November findet die Getränkemesse in Nürnberg statt. Rund 1500 Aussteller aus über 40 Ländern präsentieren Rohstoffe, Technologien, Logistik und Vermarktungs-ideen. Stark vertreten sind italienische, österreichische und britische Firmen. Erwartet werden 37 000 Besucher. Die Brau Beviale ist eine der wichtigsten Fachmessen Europas für Bier und alkoholfreie Getränke. GSG

www.brau-beviale.de

Clean-Award

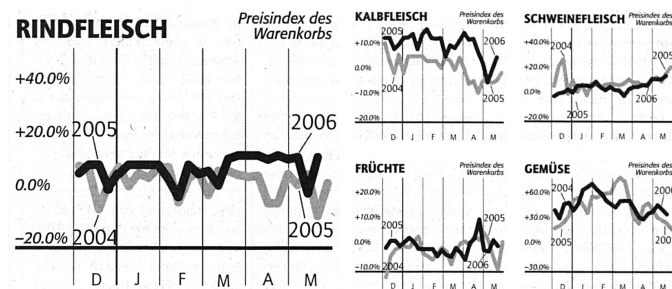
■ **Johnson Diversey.** An der InterClean in Amsterdam – der international grössten Reinigungs-fachmesse – hat Johnson Diversey den InterClean Innovation Award 2006 mit dem Jonmaster Auditing System gewonnen. Johnson Diversey gewann in der Sparte «Management-Lösungen» mit dem Jonmaster Auditing System und wurde gleichzeitig Gesamtsieger. Die internationale Jury hat Johnson Diversey aus neun Finalisten ausgewählt. Insgesamt wurden 72 Innovationen eingereicht. GSG

Fleischinhalte

■ **Nährwerttabelle.** Eine neue Nährwerttabelle von Proviande in Bern gibt detailliert Aufschluss über die Inhaltsstoffe von Fleischprodukten. Neben dem Energie-, Wasser, Eiweiss-, Fett-, Eisengehalt ist das Verhältnis der Fettsäureanteile angegeben. Die Zahlen beziehen sich auf rohes Fleisch. Eine Studie hat gezeigt, dass beim Garen durchgezogene Fleischstücke bis 40 Prozent des Fettes verloren gehen. Die Tabelle ist unter www.schweizerfleisch.ch kostenlos zu beziehen. GSG

PRODINDEX 22. 5. BIS 27. 5. 2006

Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega



KULINARIUM

■ **6. Mai bis 27. Mai 2006**
«Tataren-Schiff». Während der Kreuzfahrt auf dem Vierwaldstättersee entdeckt der Gast die Genüsse des Tatarenhuts und grilliert sein Fleisch und Gemüse selber am Tisch. Als Auftakt wird ein gemischter Blattsalat mit gesunden Körnern und Kräutern-Croustons an einer Gemüse-Vinaigrette empfohlen. Nur samstags. Schifffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees, Luzern, reservation@lakelucerne.ch, Telefon 041 367 67 67.

■ **6. Mai bis 31. Mai 2006**
«Giro d'Italia». Anlässlich der grossen italienischen Radrundfahrt werden die Gäste mit kulinarischen Köstlichkeiten und typischen Spezialitäten der verschiedenen Etappenregionen des berühmten Velorennens verwöhnt. Hotel Continental-Park, Ristorante Bellini, Luzern, hotel@continental.ch, Telefon 041 228 90 50.

■ **8. Mai bis 30. Juni 2006**
«Kaffee-Festival». An diesem Anlass, der im Zuge der World of Coffee stattfindet, werden seltene Grand Crus von sortenreinen Kaffees sowie verschiedene Kaffeecocktails serviert. Dazu gehört unter anderem der Kopi Luwak, einer der teuersten und seltensten Kaffees dieser Welt, der durch den Magen einer Wildkatze gewandelt ist und dadurch einen unvergleichlichen Geschmack erhalten hat. Eine weitere Rarität ist der Kopi Tongkonan, ein Kaffee, dessen Bohnen vom Volke des Tongkonans einzeln auf Hochglanz poliert und in handgeschnittenen kleinen Fässer exportiert werden. Dazu gibt es raffinierte, kalte und heisse Kaffee-cocktails und Dessertkreationen. Steigenberger Hotel Bellevue am Lac, Zürich, bellevue@steigenberger.ch, Telefon 044 254 40 00.

■ **15. Mai bis 18. Juni 2006**
«Ozeanien». Die Gäste erwartet eine kulinarische Reise von Neuseeland bis Australien. Die Speisekarte frohlockt mit einer grossen Auswahl an typischen Speisen und Weinen aus dem beliebten Ferienziel vieler Schweizer. Casino Restaurants, Bern, info@casino-bern.ch, Telefon 031 328 03 28.

■ **15. Mai bis 7. Juli 2006**
«Tatarwochen». Über zwölf verschiedene Tatar-Macharten stehen zur Auswahl. Den Gast erwarten 3 Vegi-, 5 Fleisch- und 2 Fisch-Variationen sowie die einzigartige Tatar-Symphonie mit sechs verschiedenen Tatar-Kreationen auf einem Teller. Hotel Krone Unterstrass, Zürich, info@hotel-krone.ch, Telefon 044 360 56 56.

■ **21. Mai bis 17. September 2006**
«Schlemmer-Sonntagsbrunch». Neben dem traditionellen Frühstücksangebot gibt's Antipasti, Salate, Kalbsbraten mit Gratin oder Lachs. Das Buffet wird ergänzt mit Säften, Kaffee, Tee, Ovo und Schokolade. Ein umfangreiches Dessertbuffet aus der hauseigenen Patisserie rundet das leckere Zmorge ab (10.30–14.30 Uhr). Romantik Seehotel Sonne, Zürich-Küsnacht, home@sonne.ch, Telefon 044 914 18 18.

Parkhotel Delta, Ascona

Gäste kommen wegen der Küche

■ Das 5-Sterne-Hotel Delta in Ascona lässt sich seine gute Küche für die Gäste etwas kosten. Nun hat man noch ein drittes Outlet eröffnet.

Guidrun Schlenczek

«80 Prozent unserer Gäste kommen wegen der guten Küche», weiss Hotel-direktor Thomas Steiner. An zweiter Stelle folgt die gebotene Kinderbetreuung des Mitglieds der «Schweizer Kids-Hotels» und an dritter der 80 000 m² grosse Hotelpark. Gespart wird beim Essen im Hotel Delta in Ascona deshalb nicht. «Wir bieten dem Halbpensionsgast im Hotelrestaurant à la carte 18 Gerichte zur Auswahl, darunter befinden sich immer auch Luxusprodukte», so Steiner. Die mit 15 Gault-Millau-Punkten gekrönte Gastronomie weist einen Warenkostenanteil von 55 Prozent auf. In der Hotelrestaurant-Küche des 100-Betten-Hauses stehen 15 gelernte Köche am Herd. Als Küchenchef Rudolf Möller vor acht Jahren im «Delta» anfangen, waren es erst sieben Köche. «Unsere Hotelgastronomie ist defizitär. Wir subventionieren bewusst durch das Logement quer», so Steiner.

Der 31-jährige Hoteldirektor hofft, mit dem 5-Sterne-Haus in diesem Jahr den Sprung in die schwarzen Zahlen zu schaffen. Dazu beitragen soll vor allem die Wintersaison: Seit zwei Jahren ist das Haupthaus des «Delta» mit 37 Zimmern in den Wintermonaten als Hotel Garni geöffnet. Ab kommendem Winter offeriert man zusätzlich abends ein kleines A-la-carte-Angebot. Die Auslastung lag im letzten Winter bei 17 Prozent, im Sommer sind es 74 Prozent. Doch Steiner ist überzeugt: «Der Winter hat für uns ein grosses Potenzial.»

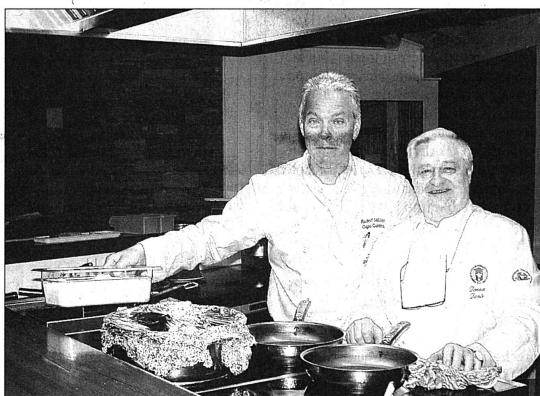
Mit dem Winterbetrieb die Fixkosten decken

Schliesslich ist das «Delta» neben dem «Eden Roc» in Ascona das einzige 5-Sterne-Haus, welches nach dem Sommer nicht schliesst. Punkten kann das «Delta» dann mit dem Sportangebot – modernst ausgestatteter Fitnessraum mitten im Park, Tennishalle, Golf, Velopackages – kombiniert mit einem günstigen Preis. Von der Zusammenarbeit mit Tour-Operatoren wie Kuoni und der deutschen «Berge & Meer» verspricht sich Steiner eine steigende Winterauslastung. Diese Gäste zahlen für Zimmer/Frühstück pauschal 160 Franken pro Person. Im Sommer liegt der Durchschnittspreis pro Person bei 250 Franken. Für eine bessere Kostendeckung hat man die Preise 2006 um 7 Prozent angehoben, bei den Familienzimmern teilweise um 40 Prozent. Familien können dafür von attraktiven Arrangements profitieren, die ab fünf Nächten gelten. Damit will der Hotelier die heute durchschnittliche Aufenthaltsdauer von drei Tagen steigern.

Der Winterbetrieb hilft dem «Delta» die Fixkosten zu decken. «20 unserer 85 Mitarbeiter sind sowieso das ganze Jahr



■ **Ristorante Delta Blu.** Hotel-Inhaberin Barbara Ambrosoli mit Hotel-Direktor Thomas Steiner vor dem neuen Outlet direkt am Pool. Fotos: Guidrun Schlenczek



■ **Offene Küche.** Der mit 15-Gault-Millau-Punkten ausgezeichnete Hotel-Küchenchef Rudolf Möller (links) und Donna Dante kochen im Ristorante Delta Blu.

beschäftigt», erklärt Steiner. Bereits bei der tiefen Winterauslastung seien die Kosten inklusive Amortisation gedeckt. Rund 75 Prozent der Hotelgäste stammen aus der Deutschschweiz,

20 Prozent aus Deutschland. Der Gesamtsatz lag 2005 bei 8,4 Mio. Franken, wovon 55 Prozent auf die Restauration entfällt, ohne die «Beach Lounge» waren es 37 Prozent.

Drittes Gastronomie-Outlet: Ristorante Delta Blu

■ Um den Gästen noch mehr Kulinarik zu bieten, hat das Hotel Delta ein drittes Restaurant eröffnet. Das bestehende Hotelrestaurant und die rund zwei Kilometer entfernt am Lago Maggiore gelegene Delta Beach Lounge wurde durch das 60-plätzigste Ristorante Delta Blu ergänzt. 300 000 Franken wurden investiert.

Dort wo vorher die Poolbar war, kann nun während den Sommermonaten von 12 Uhr bis 21.30 gegessen werden. 90 Prozent der Gäste wählen im Delta Blu nicht von der Karte aus, sondern von den auf einer Kreidetafel notierten Ge-

richten – vor allem Antipasti, Fisch und Fleisch vom Grill und Pasta – die täglich wechseln. Dieses Angebot ist für das Köcheteam handhabbar: Denn das neue Outlet verfügt nur über eine Fertigungsküche ohne Lagerräume. Durch die spontane Menukreation können über das «Delta Blu» innerhalb der Hotelgastronomie anfallende Vorräte aufgebraucht werden.

Mittags kostet ein 3-Gang-Menü Fr. 50.–, abends Fr. 72.–, ein 5-Gänger Fr. 62.–, respektive Fr. 98.–. In der «Beach Lounge» liegen die Verkaufspreise rund 20 Prozent tiefer. GSG

Barbara Ambrosoli

«Für Norditalien sind wir attraktiv»

■ Die Tessiner Besitzerin des «Delta» in Ascona will das Hotel als 5-Sterne-Betrieb erhalten. Die ungezwungene Atmosphäre lockt auch jüngere Gäste.

Guidrun Schlenczek

► Sie hatten in den letzten Jahren häufig Wechsel in der Direktion. Wie kommt das? Adrian Stalder war ein guter Hoteldirektor, er ist vor allem aus persönlichen Gründen gegangen. Wir haben weiterhin ein gutes Verhältnis mit ihm. Erst kürzlich war er mit dem Leadersclub bei uns. Aber er war der Meinung, dass man den Betrieb in ein 4-Sterne-Haus umwandeln sollte. Ich habe mich fürs Gegenteil entschieden und investiere. Ich habe das Hotel als Fünfsternehaus von meinem Vater geerbt und will es so an meine Kinder weitergeben. Man kann bei unserer Angebotsvielfalt und Lage nur ganz schwer einen Schritt zurück machen.

► Das Hotel Delta ist bei Kidshotels und bei Private Selection Mitglied. Das sind ja ganz unterschiedliche Zielgruppen – wie verträgt sich das? Das verträgt sich bei uns gut miteinander. Auch im Sommer, wenn viele Familien kommen, stören die Kinder nicht. Denn wir bieten eine ganztägige Kinderbetreuung in unserem Kidsclub mit separatem Schwimmbad. Schwieriger wirds mit 14-, 15-Jährigen, die nicht mehr in den Kidsclub wollen. Für sie bieten wir neuerdings Knigge-Benimm-Regel-Kurse an. Wenn jemand Kinder nicht gerne hat, ist er bei uns vielleicht nicht am richtigen Platz.

► Ascona zählt gleich vier 5-Sterne-Hotels. Wie grenzen Sie sich gegenüber den anderen ab?

Wir bieten eine relaxtere Atmosphäre als die anderen. Man kann bei uns auch ohne Krawatte zu Abend essen. Deshalb kommen auch zunehmend jüngere zu uns. Ich schätze, das Durchschnittsalter ist von 50 auf zirka 40 Jahre gesunken. Am Wochenende sehe ich viele junge Paare bei uns. Wenn die jungen Leute nicht so viel fürs Outfit ausgeben müssen, können sie sich eine Übernachtung bei uns eher leisten, die preislich 10 Prozent unter den Mitbewerbern in Ascona liegt.

► Wo sehen Sie geographisch neue Zielgruppen?

Für die Norditaliener sind wir preislich sehr attraktiv. Im Raum Mailand sind 5-Sterne-Hotels rund 20 bis 30 Prozent teurer. Die Werbung für Norditalien hat sich jedoch nicht alleine machen. Hier wäre Ticino Turismo gefordert.

► Wollen Sie die Gastronomie noch mehr ausbauen?

Vielleicht im Park noch eine Pianobar oder ein Restaurant im ehemaligen Haus meiner Mutter. Zudem hoffe ich auf 16 Gault-Millau-Punkte bei der nächsten Bewertung.

Zürich

Tourismus bringt Wachstum und Wertschöpfung

■ Eine neue BAK-Studie zeigt die Bedeutung des Tourismus für die Zürcher Volkswirtschaft: 2,1 Milliarden Franken direkte und indirekte Wertschöpfung.

Karl Josef Verding

Richard Kämpf, Leiter Tourismusstudien von BAK Basel Economics, hat in Zürich die neueste Studie über die Bedeutung des Tourismus für die Zürcher Volkswirtschaft präsentiert. Der Kanton Zürich zieht jährlich über 27 Mio. Besucher an – davon rund 20 Mio. Tagesbesucher. Ein Tagesbesucher gibt im Schnitt rund 65 Franken aus. Dabei löst jeder Franken zusätzlich 80 Rappen indirekten Umsatz aus. Der Incoming-Tourismus trägt mit 2,1 Mrd. Franken direkter und indirekter Wertschöpfung 2,2% zum kantonalen Bruttoinlandsprodukt bei, generiert für den Kanton und die Zürcher Gemeinden 131 Mio. Franken Steuereinnahmen und schafft rund 26 000 Stellen. Diese Zahlen resultieren aus der Tourismus-Studie von BAK Basel Economics vom Mai 2006, die in 18 Monaten erarbeitet wurde.

Zürcher Impact-Modell ist «in dieser Form eine Premiere»

Die Studie bediente sich eines so genannten Impact-Modells. So können die Effekte einer bestimmten Nachfrage – hier ausgelöst durch den Incoming-Tourismus – in einer regionalen Wirtschaft berechnet werden. Daten wie jene der Steuererträge oder der Ausgaben pro Tagesbesucher lassen sich genau erheben. Auch die Schätzung der wirtschaftlichen Bedeutung von zusätzlichen Logiernächten sei in dieser Form eine Premiere, betont BAK-Experte Kämpf. Denn das speziell für Zürich entwickelte Impact-Modell lasse sich auch für Simulationen einsetzen: «Es zeigt auf, was eine bestimmte Anzahl zusätzlicher Logiernächte der Zürcher Wirtschaft einbringt.»

100 000 zusätzliche Logiernächte würden für die Wirtschaft des Kantons Zürich einen Zusatz-Umsatz von 43,3 Mio. Franken generieren. Die Steuereinnahmen des Kantons und der Gemeinden würden um 1,4 Mio. Franken steigen, und es würden 270 Jobs geschaffen. Im 2005 zählte der Kanton Zürich ein Plus von 142 000 Übernachtungen gegenüber 2004. Von Januar bis März 2006 verzeichnete der Kanton Zürich plus 7,6% Logiernächte im Vergleich zur Vorjahresperiode. 806 115 Mal wurde von Januar bis März in Zürich übernachtet.

Erfreulicher Trend im Schweizer Tourismus

■ Für das Sommerhalbjahr 2006 wird gemäss der Prognose von BAK und Seco eine Fortsetzung des positiven Trends im Schweizer Tourismus erwartet. Die Zahl der Hotelübernachtungen dürfte um rund 1,5% über dem Vorjahreswert liegen. Wachstumstreiber wird weiterhin die Nachfrage aus dem Ausland sein, mit einer Zuwachsrate von 1,8% gegenüber dem Vorjahr. Die Binnennachfrage wird um 1,2% zulegen. Von der Erholung der touristischen Nachfrage dürfte der «Alpenraum» mit einem Plus von 2% am meisten profitieren. Für die «Grossen Städte» (Basel, Bern, Genf, Lausanne, Zürich) wird eine Zuwachsrate von knapp 1% prognostiziert. Der Winter 2005/2006 verlief für den Schweizer Tourismus sehr positiv. Gemäss den neuesten Schätzungen von BAK Basel Economics nahm die Zahl der Hotelübernachtungen in der im April zu Ende gegangenen Wintersaison um 4,0% zu. KJV

Luzern Tourismus

Perren komplettiert Dreier-Team

■ Der Walliser Marcel Perren nimmt neu Einsitz in die Geschäftsleitung von Luzern Tourismus. Direktor Urs Kamber verlässt das Unternehmen.

Daniel Stampfli

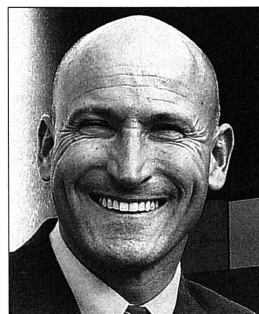
Mit dem Produkt Luzern und Zentral-schweiz erhalte er eine gute Gelegenheit, «als Marketingleiter etwas sehr Schönes zu betreuen», erklärte Marcel Perren auf Anfrage. Er sehe dem Wechsel vom Wallis nach Luzern mit einem weinenden und einem lachenden Auge entgegen. «Wir Walliser sind anpassungsfähig», zerstreut Perren allfällige Befürchtungen, dass zwischen Zentral-

schweizern und Wallisern Mentalitätsunterschiede bestehen könnten. «Beide Regionen pflegten bisher stets gute Beziehungen. Sollten sie mich in Luzern nicht verstehen, werde ich mich bezüglich Dialekt anpassen müssen.» Perren, der sein Amt in Luzern im Herbst 2006 antreten wird, war bisher Vizedirektor und Leiter Gästemarketing von Wallis Tourismus.

Nach zweijähriger Tätigkeit als Direktor von Luzern Tourismus gibt Urs Kamber seinen Posten per Ende 2006 ab, wie am Montag an einer kurzfristig einberufenen Medienkonferenz mitgeteilt wurde. Im März dieses Jahres war der 50-Jährige am Burnout-Syndrom erkrankt, worauf er sich gezwungen sah, eine Auszeit zu nehmen und sich einer

längeren integrativen Behandlung zu unterziehen. Kamber will sich nun beruflich neu ausrichten. Das operative Geschäft der Luzern Tourismus AG wird vorläufig unter der stellvertretenden Leitung von Doris Michelotti und der administrativen Geschäftsführerin Regina Waldis fortgesetzt. Der Posten des eigentlichen Tourismusdirektors bleibe vorläufig unbesetzt, wurde weiter mitgeteilt.

Will Marcel Perren dereinst Luzerns neuer Tourismusdirektor werden? «Man muss abwarten, wie sich die Dinge entwickeln. Wichtig war für mich, dass ich als Geschäftsleitungsmitglied mitbestimmen kann. Es ist denkbar, dass ich in Zukunft die Führung der Geschäftsleitung übernehmen werde.»



■ Urs Kamber verlässt die Luzern Tourismus AG.

Foto: zvg

Anzeige

GROSS IM SORTIMENT
GROSS IN DER KOMPETENZ
Klein im Preis

... und weitere 32 143 Artikel warten in 21 Märkten auf Sie

prodega CASH+CARRY
www.prodega.ch

GROWA CASH+CARRY
www.growa.ch

Biel · Chur · Conthey · Crissler · Dietikon · Dübendorf · Givisiez · Heimbühl · Kriens · Mösseedorf · Neuendorf · Pratteln · Reinach · Rotkreuz · Rapperswil · Rüschlikon · St. Blasien

Bellach · Emmenmatt · Langenthal · Wilderswil

NEU! Ab November 2006: Growa Bern-Bethlehem

**DAS KANN NUR
EIN INSERAT.**

**SPIEL
DEINE EIGENE WM:
EINFACH DIESE SEITE
HERAUSREISSEN ZU
EINEM BALL ZERKÜLLEN
UND SCHON KANN'S
LOSGEHEN.**

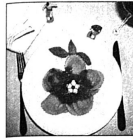
Nur ein Inserat bleibt lange mit dem Konsumenten in Kontakt.

Doch das ist nur einer der vielen Vorzüge von Inseraten, beworben von Sylvie Lüscher, Wunderman und Sabina Meyer, Jung von Matt/Limmat. Eine Aktion der Schweizer Presse in Zusammenarbeit mit dem Kreativnachwuchs der Schweizer Werbeagenturen. www.schweizerpresse.ch



SCHWEIZER PRESSE

PRESSE SUISSE | STAMPA SVIZZERA | SWISS PRESS



FOKUS

14

Fussball-WM | Wenn in Deutschland gekickt wird, schaut man in der Schweiz zu – oder man speist im fussballfreien Restaurant.



FOKUS

17

World of Coffee | 9500 Besucher strömten an den internationalen Kaffee-Event in Bern. Weltbester Barista wurde ein Däne.



PLATTFORM

18

Ratgeber | Werden Aktien vom Privatvermögen an ein Geschäft veräußert, muss die Steuerfrage genau geklärt werden.



Fussball-WM in Deutschland

Fussball in Küchen und Hotelzimmern

■ Deutsche Gastronomen und Hoteliers rüsten für die Fussball-Weltmeisterschaft auf. Alle wollen vom Ereignis profitieren, viele haben gute Ideen dazu. Im Trend für die vier Wochen vom 9. Juni bis 9. Juli liegen Gerichte aus den WM-Nationen und Events mit Fussballbezug.

Kirsten Niemann

Wenn die Japaner spielen, soll es ein Soja-Sorbet zum Schwertfisch geben. Stürmen die Engländer das Grün, serviert man traubengrosse Ballons aus Earl Grey auf Minzabayone zum Dessert. Und wenn die Deutschen das Feld betreten? «Vielleicht irgend etwas mit Stülze». Stefan Dreier und sein Küchenchef Andreas Dietrich arbeiten ihren kulinarischen WM-Schlachtplan aus. Im kleinen Feinschmecker-Lokal Remake in der Mitte von Berlin fällt in jenen Wochen das sieben Gänge zählende Degustationsmenu aus.

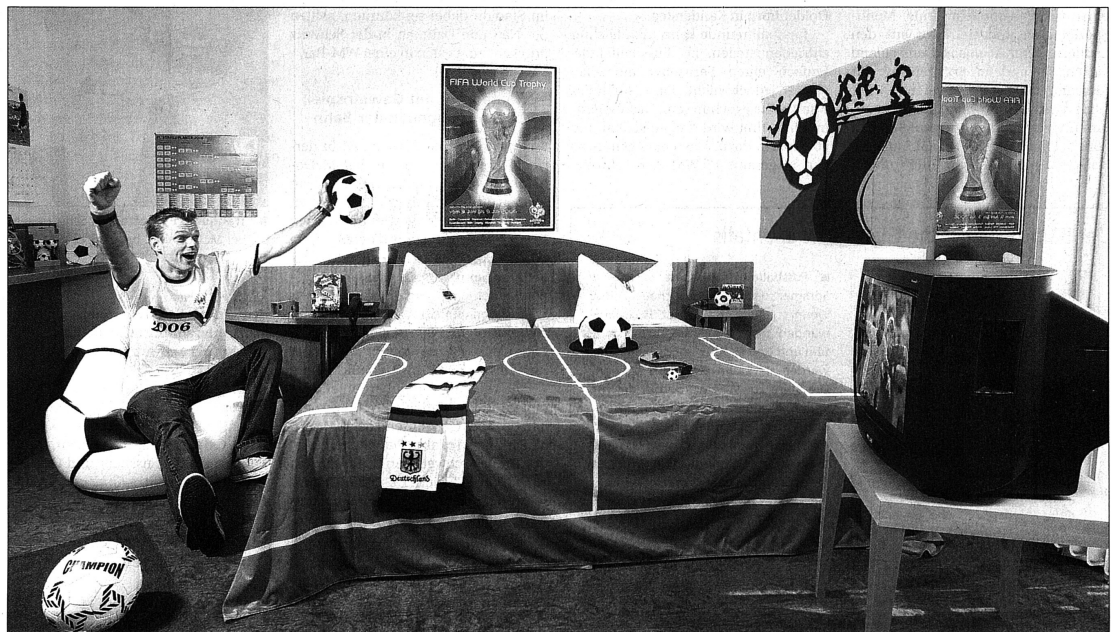
Stattdessen soll zu jedem Spiel ein tippiges Menu serviert werden, dessen verschiedene Speisefolgen Bezug zu einer WM-Nation haben, die an jenem Tag antritt. Ein bislang nie gereicherter Wein aus der Schweiz, ein neuer Cocktail aus Spanien – auch vor der Getränkekarte macht die WM nicht halt. «Wir wollten etwas bringen, das die Emotionen von Fussball rüberbringt aber das Bierselige der WM vermeidet», sagt Remake-Chef Dreier.

Krokodil für internationale Gäste, 200 Köche für die Vips

Die Fussballweltmeisterschaft stellt eine kulinarische Herausforderung an die Gastwirte der Nation. Aber die sind optimistisch wie lange nicht. Nicht nur weil die FIFA gerade ihren Vermarktungsprozess vor dem Bundesgerichtshof verloren hat: Nun darf sich jeder Gastronom ungestraft sein WM-2006-Dinner basteln.

Mit der WM im Visier scheint die Gastrokrise wie weggewischt. Alleine in der Hauptstadt öffnen gerade so viele Restaurants wie zuvor nur im Wende-Rausch. Im März machte das neue Restaurant Maoa am Leipziger Platz von sich reden. Maoa steht für modern Art of Asia. Das Event-Restaurant mit seinen 180 Plätzen kommt also gerade recht, um die Neugierde auf Spezialitäten aus aller Welt zu befriedigen: Auf der Karte stehen Känguru und Krokodil.

Mitte April eröffnete im Concorde-Hotel das Grossrestaurant Vapiano mit



■ So wohnt der Fussball-Fan im Hotel. 20 Best-Western-Hotels in Deutschland wurden auf die WM getrimmt: Die so genannten WM-Zimmer bieten rasengrüne Wände, Fussballfeld-Tagesdecken und ballförmige Sessel.

Foto: zvg

400 Plätzen über zwei Etagen, die es zu füllen gilt. Pünktlich zum Anpfiff folgt das zweite Haus am Potsdamer Platz im Beisheim-Center. Mit drei Millionen Euro Umsatz rechnet man im Jahr. Auch hier dürften die WM-Gäste kräftig mitzahlen.

48 Millionen Übernachtungsgäste wurden 2005 gezählt. Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) rechnet – nach konservativer Schätzung – mit fünf Millionen Besuchern in Deutschland zusätzlich. «Die WM ist eine grosse Chance für den Tourismus», sagt DZT-Sprecherin Martina Binack, «und zwar nicht nur für 2006 – auch für die kommenden Jahre». An den Besuchern möchten alle verdienen. Manchen Gourmet-Restaurants gelingt das bereits im Vorfeld: Das Restaurant 44 im Swissôtel in Berlin von Tim Rauhe ist bereits jetzt für den WM-Zeitraum ausgebucht, ebenso die Zimmer im Hotel selbst. Dabei steht in der Küche noch längst nicht fest, welche Spezialitäten zur WM auf den Teller kommen.

Die fünf offiziellen kulinarischen Versorger der WM sind Michael Käfer

und Haberl Gastronomie in München, Stockholm aus Düsseldorf, Lenôtre aus Frankreich und der Ex-Springreiter und Caterer des Jahres 2005 Klaus Peter Kofler in Berlin. Eine Herausforderung der Superlative: 36.000 prominente Gäste in der VIP-Lounge wird Kofler in den Stadien verköstigen. 200 Köche verarbeiten 100 Tonnen Lebensmittel. Gourmet und Fussball – eine Allianz, die passt. «Wenn das gereichte Essen auf einer Veranstaltung zur schönsten Nebensache wird und sich die Gäste später erinnern, was sie gegessen haben, dann ist Kofler zufrieden», heisst es aus dem Hause. Ob hier das Essen oder der Fussball Nebensache wird, hängt sicher auch von der Leistung der Mannschaften auf dem Rasen ab.

Beach-Fussball in der Provinz, Koch-Akrobatik in der Pfalz

Auch in der Provinz geht die Post ab: Eines der kuriossten Gastronomie-Ereignisse findet wohl in Freudenstadt im Schwarzwald statt. Harry Kläger, Wirt des «Bierfässels», und Oliver Widmann,

Chef der Discothek «Martinique», machen während der WM-Zeit den Marktplatz ihrer Stadt zum WM-Strand. Hundert Tonnen Sand werden dafür herangekarrt. Auf dem Marktplatz entsteht ein Beach-Fussballfeld, auf dem Palmen, Strandkörbe und Liegestühle für das Ferien-Feeling sorgen. Kläger versichert, es gäbe «Fussball mit Niveau». Auch kulinarisch haben sich die Freudenstädter Wirt etwas einfallen lassen: Spielt Mexiko, zelebriert das Publikum eine mexikanische Nacht. Beim Spiel Argentinien gegen Elfenbeinküste gibts Latin-Musik und Bullriding.

Kaiserslautern als kleinste WM-Stadt fühlte sich bislang wenig wahrgenommen. Das dürfte sich ändern: Was Witzigmann, Wodarz und Co seit Jahren erfolgreich betreiben, lässt sich auch auf die Fussball-WM übertragen, sagt Martin Scharff, Patron der «Wartenberger Mühle» in der Pfalz. Die Rede ist vom Gourmet-Variété «Salto Culinaire im Fussballrausch» in der Pfälzer Metropole. Zehn bis zwölf Köche stehen täglich für das Fussballdinner mit Akrobatik und Comedy im Spiegelzelt und

bieten Köstlichkeiten wie Kaninchen-Pfifferling-Ravioli, Rinderfilet-Medallions und Ochsenbäckchen. 60 Mitarbeiter sind in das Projekt involviert.

Während viele Gastronomen in den WM-Städten noch an ihren Fussball-Spezialitäten laborieren, haben sich andere schon völlig auf das Thema eingeschossen. In 20 Best-Western-Hotels können Fussballfans in so genannten WM-Zimmern übernachten. Auf einer Fussballfeld-Tagesdecke auf dem Bett können die Gäste Spieler aufstellen, als wären sie selber Klinsmann. Die Sessel wurden durch kugelförmige Fussballschmelzer ersetzt, einige Wände grasgrün getüncht und an der Reception liegen DVDs mit Fangesängen bereit.

Auch für Fussballmuffel hat Best Western einen Tipp parat: «aktiv vergessen» im Hotel Rehlegg in Berchtesgaden. Gebündelt werden so genannte «Fluchtpakete» offeriert, in denen Freizeitaktivitäten wie Biken, Bergwandern, Kultur und Wellness auf dem Plan stehen. Darauf können sich die Gäste verlassen: Schwarz-weiß gefleckt sind dort nur die Kühe auf der Alm.

Kulinarische Adressen zur WM in Deutschland

- **Remake**, Grosse Hamburger Strasse 32, Berlin Mitte, Mo bis Sa, 17 bis 24 Uhr, Glas Wein ab 4 Euro, Degustationsmenu 4 bis 7 Gänge, 45 bis 64 Euro, www.restaurant-remake.de
- **Maoa**, Leipziger Strasse 8, Berlin Mitte, 11.30 bis 1 Uhr, Hauptspeise: Die unendliche Vielfalt aus dem Wok 19.50 Euro, www.maoa.de
- **Vapiano**, Augsburg Strasse 43, Berlin Charlottenburg, 10 bis 1 Uhr, Glas Wein ab 3.50 Euro, Pizza und Pasta ab 5 Euro, www.vapiano.de
- **Restaurant 44** im Swissôtel, Augsburg Strasse 44, Charlottenburg, 12 bis 23 Uhr, das klassische 4-Gänge-

Menu 44 kostet 80 Euro inklusive Weinbegleitung, ohne Wein 56 Euro, www.swissotels.com

- **«Salto Culinaire»** im Spiegelzelt am Theaterplatz Kaiserslautern, Showbeginn 18.30 bzw. 19.30 Uhr, je nach Spielplan, Tickets unter Telefon 0049 63 02 92 34 33, Galamenu 99,50 Euro
- Alle Infos zu **Best Western** und **WM** unter www.best-western.de
- **«Aktiv vergessen»** – Das Fluchtprogramm zur WM im Berghotel Rehlegg, Holzengasse 16, Ramsau-Berchtesgaden, Telefon 0049 86 57 988 40, pro Person 225 Euro im Doppelzimmer, www.rehlegg.bestwestern.de

KN

Anzeige

KULINARIA FUSSBALL

Die Rezeptsammlung aus allen Teilnehmerländern zur Fußball-Weltmeisterschaft 2006



Bestellen bei:
Roger Ménétrey
Heighofstraße 98
D-81377 München
Mobil: 0163/2784193
www.menetrey.kulinaria-fussball.de

Fussball und Kulinarik

Das kulinarische Aufgebot für die WM

■ Die WM spaltet die Schweiz in Fussballfans und Fussballmuffel. Beide finden teils ungewöhnliche Angebote in Restaurants und Hotels.

Renate Dubach

Auch die Gilde etablierter Köche teilt sich während der WM in zwei Lager: Die einen bieten Grossleinwände, Menu-Spezialitäten und Getränke aus den Ländern, deren Teams in Deutschland kicken. Die anderen erklären sich zur Fussballfreien Zone. Letzteren hat der Gilde-Vorstand ein paar Ideen zu Alternativprogrammen zugespielt: Man könnte Weindegustationen, Lesungen, Knigge-Kurse und Tanzaufführungen

organisieren. Die Gilde empfiehlt ihren Mitgliedern, gar nicht erst zu versuchen, es Fussballfans und -Muffeln gleichzeitig recht zu machen. Ganz konkrete Pläne sind zweieinhalb Wochen vor dem Eröffnungsspiel wenige auszumachen: «Wir werden uns noch etwas einfallen lassen. Ins Restaurant werden eher Gäste kommen, die vor dem Fussball flüchten», vermutet Florian Stoll, Küchenchef im Waldhotel Doldenhorn in Kandersteg.

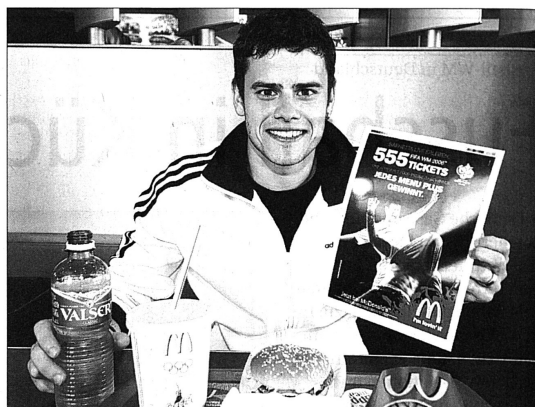
Fussballfreunde kann man leichter zufrieden stellen, als Fussballfeinde. Einfach einen Fernseher aufstellen genügt jedoch nicht. Eine Grossleinwand sollte es schon sein. Das «Bolero» in Winterthur wird drei aufstellen und 10 Screens dazu. Das Lokal gehört zu den insgesamt 15 WM-Bars Schweiz-

weit, in denen WM-Spiele übertragen werden. Sie haben mindestens eine Grossleinwand, mehrere Screens und bieten oft Kulinarisches aus den Ländern, deren Teams jeweils spielen. Eine nette Geste für seine WM-Bar hat das Restaurant Räblus in Bern geplant: Wenn Köbis Jungs ein Tor schiessen, gibts für alle eine Gratisbratwurst. Nati-Torhüter Pascal Zuberbühler macht im Booklet Werbung: Die Fans, die nicht live im Stadion dabei sein könnten, sollten der Nati den Daumen in der Schweiz drücken, am besten in einer WM-Bar.

Hamburger mit Gewinnspiel, Übertragungen in der Bahn

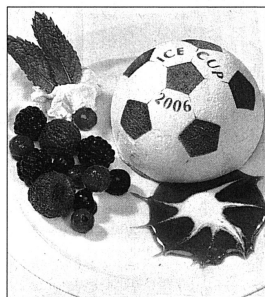
Kollege Tranquillo Barnetta wirbt derzeit für ein Gewinnspiel bei McDonald's. In allen 145 Restaurants von McDonald's Schweiz gibt es zurzeit 555 WM-Tickets zu gewinnen. Wer ein Menu Plus kauft, kann entweder zwei WM-Tickets oder einen Food-Preis gewinnen. Selbstverständlich hat McDonald's auch einen Fussball-Hamburger kreiert, den «Kick Mac» für Fr. 6.90, mit einem Brötchen in Fussballform. Zwischen die Hälften kommt Schweizer Rindfleisch, Käse, Tomaten und Salat.

Die Leistung von Zuberbühler, Barnetta und Co. wird auch in Bayern genau beobachtet: Während der WM wird im Parkhotel Frank in Oberstdorf für jedes Tor der Schweiz der Tagespreis um 10 Prozent reduziert. Das Hotel Balder schwang belohnt die Begleitung des Fussballfans mit einer Wellness-Behandlung pro Tor der Schweizer. Von beiden Angeboten dieser Hotels, die zu



■ Tranquillo Barnetta. Der Schweizer Mittelfeldstürmer wirbt für einen Wettbewerb bei McDonald's, bei dem es WM-Tickets zu gewinnen gibt. Foto: zvg

Der Ball ist rund – die Glace jetzt ebenfalls



■ Fussballmuffel haben es diesen Sommer so schwer wie noch nie. Selbst wenn sie Restaurants mit Grossleinwänden gezielt meiden, Lebensmitteln und Getränken mit Fussballbezug werden sie kaum entgehen können. Die Biere zur WM wurden in der htr vom 5. Mai bereits vorgestellt. Nestlé präsentiert mit dem Frisco Ice Cup (Bild) den Fussball auf dem Dessertteller. Hiestand bringt seine Brötchen in Fussballform heraus und in Deutschland bietet IDB halbrunde Portionen-Butter mit Fussball-Optik an. Zum Feiern gibts dann die «Fascination-Fussball-2006»-Cigarre von Griffin's. RD

den «Private Selection Hotels» gehören, profitieren alle Gäste, nicht nur diejenigen aus der Schweiz, obwohl diese die Mehrheit stellen.

Es gibt auch Angebote zum Thema Fussball-WM, die eher auf den Geist zielen, als auf Magen oder Körper. Cash+Carry Angehrn versucht, seine Kunden für die Fussball- und Grillsaison gleichzeitig fit zu machen. In den Abholmärkten können sich Gastronomen mit einem Booklet ausrüsten, das Grill-Tipps und die wichtigsten Fussball-Regeln enthält. Und das Casino-

Theater Winterthur hat vor dem ersten Anpfiff in Deutschland mit «Warm up» Lesungen und Gesprächsabende mit «Fussballverrückten» im Programm.

Sogar eine Bahn wird WM-tauglich eingerichtet: Die Sihltal-Zürich-Uetliberg-Bahn SZU gestaltet vier Zwischenwagen der S10 für Fussballfans und richtet sie mit Bildschirmen ein, damit man auch auf der Fahrt auf den Uetliberg keine Spielminute verpasst. Oben bietet das Hotel Uto Kulm selbstverständlich die Übertragung der WM-Spiele auf Grossleinwand.

Pfingsten/Pentecôte 2006

Liebe LeserInnen, liebe InserentInnen
Bitte beachten Sie den veränderten Erscheinungstag und
Anzeigenschluss nach Pfingsten:

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 Pentecôte:

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



«Innovationspreis Architektur-Fenster-Fassade»

Fenster-Trends: Schweizer sind vorn

■ 100 762 Fachbesucher zählte die Messe «fensterbau/frontale» in Nürnberg. Ende März zeigten 1184 Aussteller aus 30 Ländern Produkte und Dienstleistungen zum Thema Fenster und Fassade. Den «Innovationspreis Architektur-Fenster-Fassade» gewannen Schweizer.

Karl Josef Verding

Führende Ausstellernationen an der Nürnberger Messe waren Deutschland, die Schweiz, Österreich, Italien, die Türkei und Polen. Jeder vierte Besucher der Messe-Vereins kam von ausserhalb Deutschlands. Das Forum Architektur-Fenster-Fassade konnte erst mit einer halben Stunde Verspätung beginnen: Trotz Aufstockung des Counter-Personals musste erst der Andrang von über 800 zumeist knapp vor der Veranstaltung eintreffenden Architekten und Planern bewältigt werden.

Zum ersten Mal wurde der «Innovationspreis Architektur-Fenster-Fassade» verliehen. Er war von den Architektur-Fachzeitschriften «XIA» Intelligente Architektur» und «AT» ausgeschrieben worden. In der «Kategorie 1: Synthese-Architekt und Industrie in Zusammen-

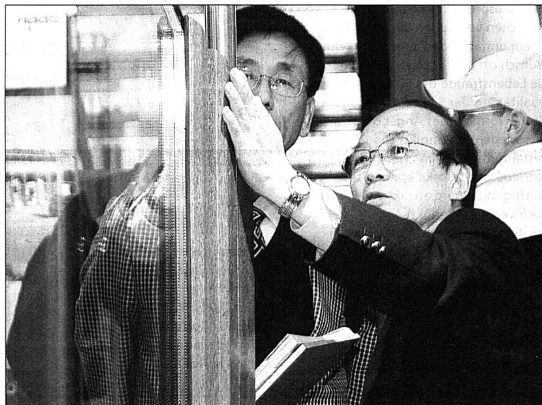
arbeit» gewann die R+G Metallbau AG aus Ellikon an der Thur zusammen mit dem Winterthurer Architekten Toni Wirth, und zwar mit dem isolierten Schiebefenster ohne Rahmen «Sky-Frame» (Spezial-Website: www.sky-frame.ch). R+G wurde im Hotelbereich bereits bekannt durch seine Spezialverglasungen als Spritz- und Sichtschutz in den Badezimmern des Park Hyatt Hotels Zürich. Das neue «Sky-Frame»-System wiederum besteht aus grossflächigen Schiebefenstern, bei denen der umlaufende Rahmen bündig in Wand, Decke und Boden eingelassen werden kann – vom Rahmen bleibt einzig eine 20 mm schmale senkrechte Sprosse sichtbar, wo sich zwei Elemente überlappen. Das erlaubt uneingeschränkte Aussicht und schwellenlos in den Aussenraum fortgesetzte Zimmerböden. Neben diesen ästhetischen Vorteilen genügt das System hohen Anforderungen der Wärmedämmung und Sicherheit. Dank bodenebenen versenkbaren Laufschienen ist das Fenster sehr behindertenfreundlich.

Stabilität, Präzision und Wärme: raffinierte Systeme

In der «Kategorie 2: Produkte von hoher architektonischer Qualität» teilten sich zwei Gewinner den ersten Platz: Aus der



■ Neue Fenster in historischem Kontext. Fenster des Hotels an der Aare in Solothurn: Das historische und unter Denkmalschutz stehende Ensemble des Alten Spitals in Solothurn wurde wiedervereint und in allen Aspekten angemessen erneuert. Foto: zvg



■ Innovation bringt Aufmerksamkeit. Zu den Neuheiten der Fenster-Messe zählten ausgeklügelte Systeme mit Wärmedichtheit und Präzision. Foto: Messe Nürnberg

Schweiz die Forster Rohr- & Profillechtechnik AG Arbon mit ihrem wärmege-dämmten Stahlsystem «Forster unico», und aus Deutschland die Edgetech Europe GmbH Neuss für den flexiblen Silikonschaum-Abstandhalter «Super Spacer TriSeal», der in Strukturverglasungen eingesetzt wird.

«Forster unico» ist das erste Profilsystem aus 100 Prozent Stahl, das seine Wärmedämmung ohne Kunststoff-Isolatoren erreicht. Möglich macht dies ein bisher einzigartiger Aufbau: Die beiden Profilschalen sind durch Fachwerkstege miteinander verbunden. Die lasergeschweisste Verbindung schafft hohe Stabilität und Präzision. Mit dieser Konstruktion sind Profile mit schmalen Ansichtsbreiten herstellbar, die bislang mit herkömmlichen Kunststoff-Isolatoren nicht realisierbar waren. Dabei sind die Wärmedämmwerte vergleichbar mit herkömmlich isolierten Stahl-Kunststoff-Verbundprofilen.

Ganz aus Stahl bedeutet: voll rezyklierbar. Beim Schweißen und Schleifen entstehen keine giftigen Emissionen durch verbrennende Kunststoff-Isolatoren. Das Beschichtungssystem kann frei ausgewählt werden, die Profile unterliegen keiner Temperaturbeschränkung. Filigrane Ansichten bei hoher statischer Stabilität erreicht «Forster unico» mit wenig Materialeinsatz. Die Rahmenprofile sind mit Ansichtsbreiten von 30, 50, 70 und 90 mm lieferbar, die Türprofile mit 60, 70, 80 und 90 mm. Forster unico wird in den Werkstoffen Stahl blank, bandverzinkt oder in Edelstahl geliefert.

«Super Spacer TriSeal» von Edgetech wird zum Beispiel in Produkten des Schweizer Unternehmens Glas Trösch mit Zentrale und Beratung in Bützberg angewendet. Konventionelle Abstandhalter aus Aluminium, die nach wie vor in vielen Gebäudekonstruktionen eingesetzt werden, machen Zugeständ-

nisse an die thermischen Eigenschaften, um Strukturverglasungen zu ermöglichen. «Super Spacer TriSeal» ermöglicht eine «warme Kante», mit der man moderne Baukonstruktionen umsetzen kann. Der «Super Spacer TriSeal» mit «TrueWarm No Metal Technology» übertrifft gemäss den Betreuungen seines Herstellers «mit Leichtigkeit» herkömmliche Aluminium-Abstandhalter in Wärmedämm-Eigenschaften, Kondensierungsschutz und Oberflächentemperatur. «SuperSpacer Tri-Seal» lasse sich schnell und auch vollkommen automatisiert verarbeiten, ob für normale oder Strukturverglasungen in allen Formen und Formaten. Darüber hinaus sei er – wie sein Pendant aus Aluminium – voll kompatibel zu Silikonverglasungen und anderen Versiegelungen wie Polyurethan, Polysulfid DSE/DAS und Hot-Melt-Butylklebern, wie sie für Festverglasungen eingesetzt werden.

Modul-Technologie

Cleverere Fensterlösung für Renovationen

■ Bei Renovationsprojekten ist die Montage neuer Fenster ein kritisches und aufwändiges Unterfangen. Die Forschung ergab jetzt eine neue Lösung.

Karl Josef Verding

Nach einem Jahr intensiver Forschungs- und Entwicklungsarbeit hat der Schweizer Hersteller 4B Bachmann eine neue Generation von Renovations-Fenstern präsentiert. Sie erhielten bereits das neue Minergie-Zertifikat.

Bei Renovationsprojekten ist die Montage von neuen Fenstern nicht nur zeitintensiv, sondern hat auch oft die Beschädigung der Aussen- und Innenwände zur Folge. Ein Renovations-Fenster der neuen Generation von 4B wird in nur einer Stunde vollständig montiert. Dank seiner neu patentierten Modul-Technologie wird bei der Neugestaltung der bestehende Fensterrahmen nicht – wie bis anhin – aufwändig herausgebrochen. Aussenliegende Fassadenteile, innenliegendes Mauerwerk

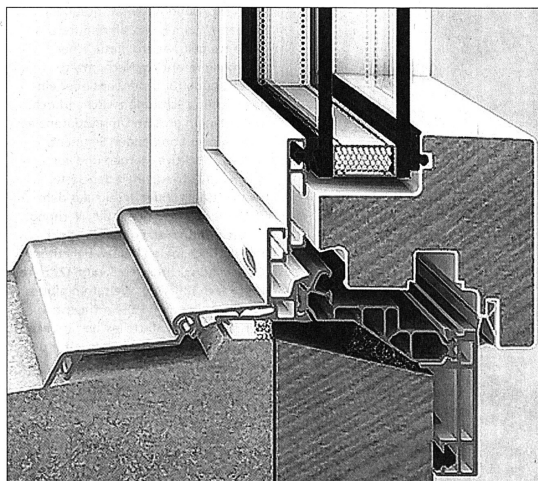
oder bestehende Holzfutter werden nicht beschädigt. Zusätzliche Gips- und Malerarbeiten fallen somit weg.

Technisch bietet dieses Fenster verschiedenste Neuerungen, die den Wohnkomfort der Gäste verbessern: Die Aussenhaut aus formstabilen Aluminiumprofilen ist absolut witterungsbeständig. Ein späteres Nachstreichen wird somit überflüssig, was die Unterhaltskosten senkt.

Isolierglas und Klimazonen im Fensterrahmen stoppen Kälte

Der neu patentierte 4B-Wabenisolator mit sechs getrennten Klimazonen und das hochwertige Isolierglas-Element stoppen den Kältefluss ins Rauminnere und senken die Heizkosten nachhaltig. Dank der 4-Stufen-Abdichtung ist der Bauanschluss langfristig vor Feuchtigkeit geschützt, was sich positiv auf die Lebensdauer des Fensters auswirkt.

Das «aluba» Renovations-Fenster von 4B verfügt über zwei Rahmen-Dichtungsebenen, die einen hohen Lärmschutz gewährleisten.



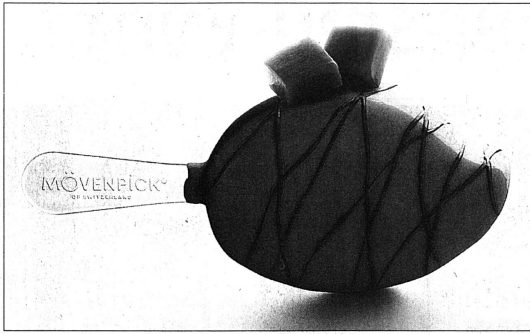
■ Gegen den Kältefluss. Technischer Querschnitt durch das 4B-Renovations-Fenster: Der neue 4B-Wabenisolator besitzt sechs getrennte Klimazonen. Foto: zvg

Gegen Fenster-Einbrüche bietet 4B standardmässig den 4B-Sicherheitsbeschlag an. Durch den Einsatz dieser verstärkten Schliessteile aus Stahl wird eine gesteigerte Grundsicherheit gewährleistet. Für Kunden mit noch grösseren Sicherheits-Bedürfnissen stehen zwei weitere, neue Sicherheits-Pakete zur Verfügung, welchen den offiziellen Anforderungen der Fachstelle für Sicherungsfragen (fasif) entsprechen.

Die neuartige Fensterkonstruktion verfügt über schmalere Mittelpartien und Rahmen, wodurch mehr Licht ins Rauminnere einfällt. Das von 4B exklusiv entwickelte Beschlags-System ist neu in Titan-Silber ausgeführt und passt damit zu allen Farbkombinationen. Diverse Komponenten (Abdeckkappen, Aussenhaut aus Aluminium, Holz-Innenprofile) können farblichen Kundenwünschen angepasst werden. Die schwarzen Dichtungsränder werden dank einer neuen Verglasungstechnik rund um das Isolierglas-Element sehr schmal und ästhetisch ausgeführt.

www.4b-fenster.ch

Eisgekühlte Verführungen von Mövenpick of Switzerland



Mövenpick Ice Cream Sticks. Mit dieser Neuheit bietet Mövenpick of Switzerland ein neues Ice Cream Erlebnis für alle, die auch unterwegs nicht auf Super-Premium-Qualität verzichten möchten. Die einzigartige Form lädt zum sofortigen Genuss ein. Ebenso zartschmelzend wie das legendäre Eis ist der dünne Mantel aus feinsten Schweizer Schokolade oder aus einem erfrischenden Fruchtsorbet. Als Erstes fällt die geschwungene Tropfenform

der Mövenpick Ice Cream Sticks auf, welche zum himmlischen Genuss verführt, sowie der neuartig dekorierte Überzug. Die exquisite Schokoladenhülle zeigt sich mit filigranem Design, das den Mövenpick Ice Cream Sticks einen «Home-made»-Touch verleiht. Bei diesem Guss handelt es sich nicht wie so oft um eine Fettglasur. Die köstliche Hülle – je nach Sorte aus feinsten Schweizer Schokolade oder prickelndem Fruchtsorbet – ist jeweils

auf die entsprechende Ice-Cream-Sorte abgestimmt. So schmilzt zum Beispiel Caramella Ice Cream umhüllt von knackiger Schokolade mit Caramellgeschmack auf der Zunge. Die ideale Grösse von 85 ml verleitet immer und jederzeit zum Genuss der Sticks – ein Mövenpick Super Premium Ice Cream Stick zwischendurch ist nie zu viel... Dank neutralem Kunststoffstängel wird der vorzügliche Geschmack des Ice-Cream-Herzens nicht verfremdet – leckerer Gaumenkitzel ist somit garantiert! Die neuen Super Premium Ice Cream Sticks von Mövenpick of Switzerland sind ab sofort im Detailhandel, an Kiosken und Tankstellen zum Preis von 2.90 Franken erhältlich. Die Verführungen Caramella und Maple Walnut der Classics sowie Passion Fruit & Mango der Linie Délices de Fruit werden zudem in der praktischen Multipackung zu jeweils drei Sticks zum Preis von 8.70 Franken angeboten.

— **Mövenpick Ice Cream**
Bösch 69
6331 Hünenberg
Telefon 041 785 27 27
Fax 041 785 27 99
www.moevenpick-icecream.com



Frühlingsneuheiten von Hiestand

Ab dem 10. April verkaufsbereit sind die gluschtigen Hiestand-Frühlingsneuheiten. Eine breite Palette von Sortimentsergänzungen für jeden Produktbereich, welche noch mehr Geschmackserlebnisse und Abwechslung bieten. Einige dieser Neuheiten: Apfelstange, die beliebte Kombination aus Blätterteig und Apfel; Kornspitzbrötli, ein gesundes Weizenkleingebäck mit hohem Ballaststoffanteil; Trendige und beliebte Donuts in fünf verschiedenen Varianten und Farben.

Vivaldi läutet am 1. Juni die Sommersaison ein mit zwei schmackhaften, handwerklichen Spezialitäten-Brotten – zur Jahreszeit passend einmal mit schwarzen Oliven und einmal mit Tomaten.

— **Hiestand Schweiz AG**
Ifangstrasse 9
8952 Schlieren-Zürich
Telefon 044 738 43 10
Fax 044 730 80 54
info@hiestand.ch
www.hiestand.ch

Neue Schnittstelle ermöglicht Datenübertragung zu Excel

Mobile Datenerfassungsgeräte konnten bisher nur mit Anwendungen wie Abacus kommunizieren, neu auch mit Excel. Damit wird ihr Einsatz für breite Kreise erschwinglich. Daten kann man mühsam manuell erfassen – oder aber automatisch mit einem mobilen Datenerfassungsgerät. Vorteile bringt die automatische Erfassung vor allem bei wiederkehrenden Aufgaben wie beispielsweise dem Inventieren. Sie können viel schneller und weitgehend fehlerlos erledigt werden. Einsetzbar war diese Technologie bisher nur für Anwender von Abacus oder vergleichbarer Software, nicht aber für die zahlreichen Nutzer der guten alten Excel-Listen. Nun hat die Regensdorfer Softwarefirma Fidevision AG eine Schnittstelle entwickelt, welche die Datenübertragung von mobilen Datenerfassungsgeräten zu Excel-Listen ermöglicht. Damit wird die mobile Datenerfassung für breite Kreise zugänglich und erschwinglich.



Die Kosten für das Gerät zur mobilen Datenerfassung und das Einrichten und Anpassen der Excel-Listen liegen zwischen 3700 und 5000 Franken. Angesichts der beträchtlichen Zeiterparnis lohnt sich diese Investition auch für kleinere Betriebe. Die mobilen Datenerfassungsgeräte sind ein Kernstück von fideHotel, der Software der Fidevision AG für das Beschaffungswesen in der Hotellerie. fideHotel automatisiert zahlreiche Abläufe und Aufgaben, von der Inventuraufnahme bis zum Auslösen von Bestellungen. Die Software, welche beträchtliche Einsparungen beim Personal mit sich bringt, ist in einer ganzen Reihe

renommierter Schweizer Hotels im Einsatz. Kleinere Betriebe konnten bisher von den Vorteilen nicht profitieren, weil die Umstellung auf Abacus mit zu hohen Kosten verbunden war. Dank der neuen Schnittstelle rückt fideHotel beziehungsweise das Einstiegspaket mit der mobilen Datenerfassung auch für sie in greifbare Nähe. Die Fidevision AG ist eine auf Abacus-Anwendungen spezialisierte Informatik-Dienstleistungsfirmen. Sie installiert alle Standard-Anwendungen und bietet ihren Kunden auch einen umfassenden Support. Zusätzlich hat sie eigene, auf Abacus basierende Branchenlösungen für die Hotellerie und Anwaltsbüros entwickelt.

— **Fidevision AG**
Eichwatt 5
8105 Watt-Regensdorf
Telefon 044 738 50 70
Fax 044 738 50 80
info@fidevision.ch
www.fidevision.ch

Mit «i gelati» in den Sommer starten

Der nächste Sommer steht vor der Tür und das Glacé für Zwischendurch wird bei Jung und Alt wieder zum Renner. Der neue Glacé-Anbieter «i gelati» hat mit einem umfassenden Angebot an Impulsprodukten genau diese Menschen vor Augen und lässt dank einem umfassenden Sortiment keinen Wunsch offen! «i gelati» vereint die Lebensfreude des Südens mit der Qualität aus der Schweiz und lanciert ein hervorragendes Angebot an verschiedensten Impulsprodukten. Restaurants, Schwimmbäder, Freizeitbetriebe oder Kioske können sich künftig mit einem attraktiven Angebot hochwertiger Produkten von «i gelati» bei ihren Gästen und Kunden profilieren. Verschiedene Cornets, Soft-Ice-Becher, Bidonettes, Big oder Stengel – Erwachsene wie auch Kinder lieben sie einfach. So kann der Sommer ruhig kommen – mit «i gelati» wird der «Gluscht» auf ein feines Glacé auf jeden Fall gestillt werden.



— **Scana Lebensmittel AG**
Althardstrasse 195
8105 Regensdorf/ZH
Telefon 044 870 83 00
Fax 044 870 83 01
info@scana.ch
www.scana.ch

Rhazünser Plus erfrischt neu auch in der Gastronomie

Rhazünser Plus mit 4 Prozent Fruchtsaft: Den beliebten Durstlöcher aus den Bündner Bergen gibt es ab sofort auch in der wertigen 35-cl-Glasflasche

für die Gastronomie. Rhazünser Plus ist Rhazünser Mineralwasser mit 4 Prozent natürlichem Fruchtsaft. Spritzig und erfrischend, bietet es viel

Genuss bei wenig Kalorien. Zudem enthält es sechs wichtige Vitamine und keine künstlichen Konservierungs-, Farb- und Süsstoffe. Rhazünser Plus ist damit eine echte Alternative zu süssen Softdrinks und künstlichen Light-Getränken, aber auch eine Abwechslung zu herkömmlichem Mineralwasser und passt in praktisch jeder Situation: Idealer Durstlöcher nach Sport und Aktivität, gesunder Begleiter beim Essen, alkoholfreie Variante beim Apéro, natürlicher Energielieferant am Nachmittag, «Fast Goods» für unterwegs oder einfach als Abwechslung zwischendurch. Nebst einem grossen Umsatzpotenzial, dank einem boomenden Segment, locken attraktive Margen und vor allem die Zufriedenheit der Gäste, welche das Produkt bereits aus dem Detailhandel und durch die Werbung kennen und schätzen. Das Produkt ist erhältlich in den beiden beliebten Geschmacksrichtungen Lemon (Zitrone) und Peach (Pfirsich). Weiterhin gibt es Plus im bekannten PET-Sortiment: In der praktischen 50-cl-Flasche für unterwegs und in der 150-cl-Flasche für den grossen Durst der ganzen Familie.

— **Feldschlösschen Getränke AG**
Theophil-Roniger-Strasse
4310 Rheinfelden/AG
Telefon 0848 80 50 10
Fax 0848 80 50 11
www.rhazuenserplus.ch
www.feldschloessen.com



Treffsicher mit Cash+Carry Angehrn

Wenn im Sommer die Fussball-WM Masseneuphorien auslöst, gilt es auch für die Profis aus Gastronomie und Hotellerie, nicht im Abseits zu stehen. So bietet sich Cash+Carry Angehrn als «offizieller Ausrüster» Fussballbegeisterter Gastronomen und Hoteliers an, damit diese für die zahlreichen Fans gewappnet sind. Für die Gastronomie gibt es während der Fussball-WM im benachbarten Deutschland nur eine Strategie: Mitspielen! Bei Cash+Carry Angehrn ist deshalb das Fussball-Fieber ausgebrochen. An allen acht Standorten in der Deutschschweiz warten diesen Sommer (9. Juni bis 9. Juli 2006) frische

Ideen und Angebote für die Bewirtung der Fans während der Fussball-WM. Zudem hat Cash+Carry Angehrn ein Booklet herausgegeben mit Tipps und Tricks vom Grillweltmeister «Gourmet Thom» und vom Barprofi Marcel Giger. Nebst praktischen Einkaufslisten sind im Booklet natürlich auch die wichtigsten Fussballregeln enthalten, damit man am Stammtisch als Experte auftrumpfen kann.

— **CCA Cash+Carry Angehrn AG**
Mooswiesstrasse 42
9201 Gossau/SG
Telefon 071 388 13 00
Fax 071 388 13 01
www.cca-angehrn.ch



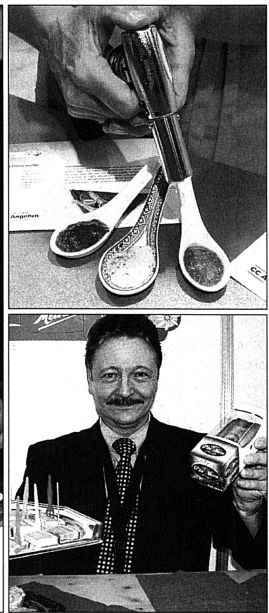
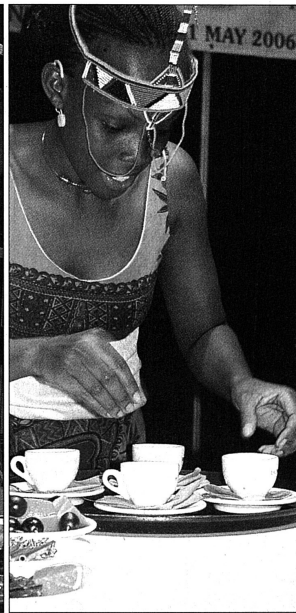
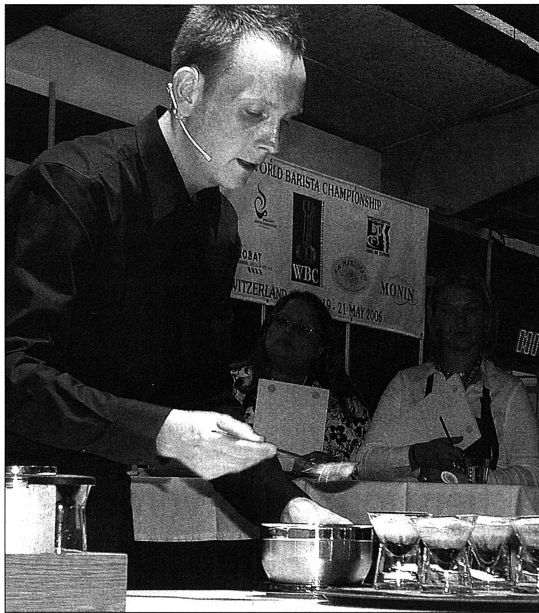
World of Coffee WOC 2006, Bern

Erfolgreicher Schweizer Kaffee-Event

■ Letzten Sonntag endete die dreitägige World of Coffee. 9500 Besucher kamen an die WOC. Welt-Baristameister wurde der Däne Klaus Thomsen.

Gudrun Schlenczek

Zum ersten Mal fand das weltweit wichtigste Ereignis der Spezialitäten-Kaffee-Branche in der Schweiz statt. Mit vollem Erfolg: Statt den erwarteten 5000 Besuchern, kamen 9500 Interessierte aus allen Kontinenten an die World of Coffee in Bern. Workshops und Kongress waren komplett ausgebucht. Aufgrund des Andrangs seitens der Aussteller im Vorfeld wurde die Messe auf die Halle G1 auf dem BEA-Gelände ausgedehnt. Feierlicher Abschluss nach drei Tagen war die Krönung des neuen Barista-Weltmeisters Klaus Thomsen aus Dänemark. Von bis jetzt sieben ausgetragenen World Barista Championships hat Dänemark nun vier Mal den ersten Platz belegt. Der Schweizer Vertreter Giovanni Meola musste sich mit dem 23. Rang begnügen. Einen Weltmeistertitel konnte Gloria Pedrosa der Schweiz beim Cup Tasters World Cup sichern. Der nächste von der Specialty Coffee Association of Europe SCAE durchgeführte Event wird im Juli 2007 in Tokio abgehalten.



■ Meisterschaft und Messe. Im Finale der World Barista Championship 2006 setzte sich der Däne Klaus Thomsen (l.) durch. Jackie Mweni aus Kenya (M.) bot eine farbige Show. Die Aussteller zeigten Neues zum Thema Kaffee: Cash & Carry Angehört eine innovative Tassenbeilage (r.o.), Meinen Pastete mit Kaffee. Fotos: Gudrun Schlenczek

Specialty Coffee

Gewaschener Robusta und wilder Arabica

■ An der World of Coffee konnte man mit weniger bekannten Kaffeesorten Bekanntschaft machen: Robusta aus Java, wilder Kaffee aus Äthiopien.

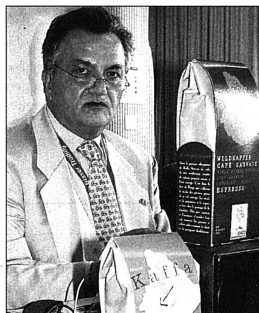
Gudrun Schlenczek

In Java feiert eine qualitativ hochstehende Grünkaffee-Produktion ihr Comeback. Nicht nur die Arabica-Bohne, auch der gewaschene Java-Robusta ist von besonderer guter Qualität. Nespresso bot deshalb seinen Kunden im letzten Jahr eine «Special-Club»-Kapsel mit Arabica und Robusta aus Java. «Das Image des Robusta-Kaffees wird sich so verbessern», meinte der indonesische Referent Jatim Priyanto von der nationalen Nusantara-Plantation XII an der World of Coffee 2006.

Der gewaschene und Utz-Kaphe-zertifizierte Java-Robusta könne dabei durchaus solo als «pure origin» genossen werden: Sein Geschmack ist süsslich mit einer Schokoladennote. Die Exportstatistik des Java-Robusta belegt schon das Qualitätsbewusstsein der Importländer: 20 Prozent der Ernte, die grossen Kaffeebohnen, landen in der Schweiz, die kleine Grösse in den Niederlanden (20%) und die mittlere

Grösse in Japan (50%), der Rest geht unter anderem nach Italien.

Eine junge Spezialität ist der wilde Kaffee aus Äthiopien. Die in ihrem Geschmack gemäss Kennern einmaligen Bohnen wachsen direkt im Urwald. Die Hamburger Organisation «Geo schützt den Regenwald» hat sich den Erhalt dieser genetischen Vielfalt auf die Fahne geschrieben. Inzwischen steht auf jeder «Kaffa»-Packung das Label des bekannten Natur-Magazins Geo (Bezugsquellen: www.kaffa.ch). In der Schweiz soll Coop mit dem Gedanken spielen, den Urwald-Kaffee aus der Region Kaffa zu vermarkten. In dem ostafrikanischen Land hat der Kaffee-konsum eine 1000 Jahre alte Tradition, als Exportland ist es jedoch vergleichsweise jung, 5,5 Mio. Sack (à 60 kg) werden jährlich produziert, die Hälfte bleibt im eigenen Land.



■ Surenda Kotecha aus Äthiopien. Das Mitglied des Agrarministeriums setzt sich für die Kaffee-Vermarktung ein.



■ Werbung für Ostafrika. Stella Mandi und EAFCO-Direktor Robert Wagawa Nsibirwa aus Uganda.

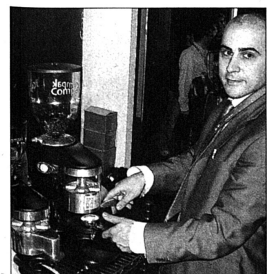
Kaffee nicht gewaschen sein muss, was sonst allgemein als Qualitätsmerkmal in der Aufbereitung gilt. «Sonnentrocknet liefert unser Kaffee mehr Fruchtgeschmack», so Kotecha.

Um das Marketing des Kaffees in der gesamten ostafrikanischen Region kümmert sich seit 2002 die Eastern African Fine Coffee Association EAFCO (www.worldswildcoffee.com). Ihr gehören Farmorganisationen aus Burundi, Kongo, Äthiopien, Kenya, Malawi, Rwanda, Tanzania, Uganda, Zambia und Zimbabwe an. Die EAFCO arbeitet mit bescheidenen Geldern: 80 Prozent der Mittel stammen aus der 2007 zum vierten Mal abgehaltenen «African Fine Coffee Conference & Exhibition» (15. bis 17. Februar 2007, Äthiopien), die jeweils um die 500 Besucher zählt.

Anbäuer bemühen sich um ein besseres Marketing

Surenda Kotecha vom Agrarministerium in Äthiopien fördert den Kontakt zwischen Farmern und Abnehmern. So will er den heutigen Specialty-Exportanteil von 8 Prozent mittelfristig auf 35 erhöhen. Der äthiopische Kaffee ist ein gutes Beispiel dafür, dass guter

Das Kaffeemehl bleibt kalt und das Aroma erhalten



■ An der World Barista Championship WBC kommen Compact-Möhlen aus Barcelona zum Einsatz. Bei diesen kann man von Hand portionieren, was an der WBC Vorschrift ist. Die Mühle ist stufenlos einstellbar, die Genauigkeit liegt bei 0,2 Gramm. Dank konischen Mahlscheiben und nur 300 Umdrehungen pro Minute bleibt das Kaffeemehl kühl, erklärt Exportmanager Alfredo Lazcano (Foto). Das abgebildete Modell kostet an die 600 Euro. Compact bestreitet 80 Prozent des spanischen Marktes und exportiert in 52 Länder. GSG

Anzeige

Das einzige SelfCooking Center® der Welt

Beispiel Braten:
Egal ob Rind oder Schwein,
Lamm oder Wild, gross oder klein,
geschmort oder gebraten,
Voll- oder Teilbeschickung:

Immer nur

wählen. Fertig!

Zeit für das Wesentliche

RATIONAL

RATIONAL Schweiz AG
Raimweg 8 - 4710 Balsthal
Tel. 062 7973444 - Fax: 062 7973445
E-mail: info@rational-schweiz.ch
www.rational-schweiz.ch

Ratgeber

Keine Wäscherei/Lingerie:
Kann ich trotzdem ausbilden?

► **Frage:** Vor einem Jahr habe ich zusammen mit meinem Mann einen Hotelbetrieb übernommen und möchte nun gerne eine Hotelfachfrau ausbilden. In unserem Betrieb ist jedoch keine Wäscherei/Lingerie vorhanden, sämtliche Wäsche wird in einer Grosswäscherei gewaschen. Kann ich nun trotzdem ausbilden?

W. A. aus S.

■ Ursula Müller
Gastgewerbliche
Berufsbildung
hotelleriesuisse



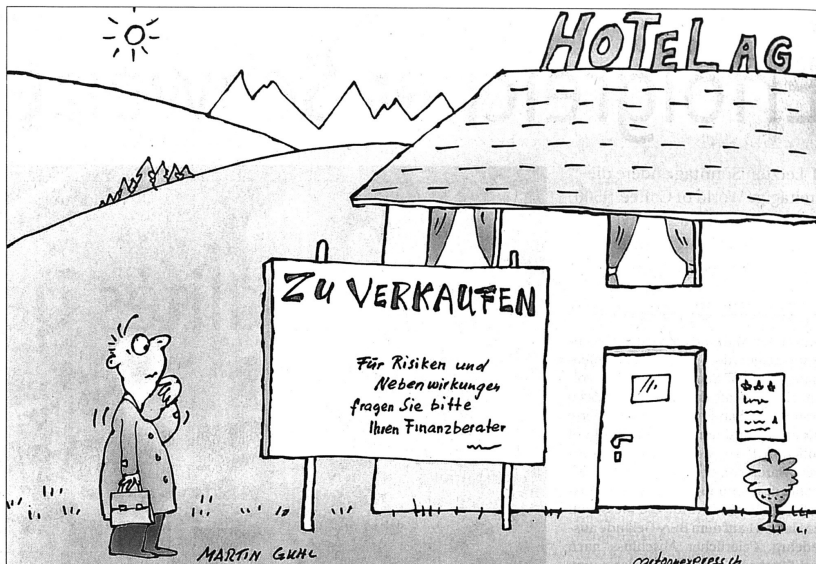
► **Antwort:** Ja, sie können trotzdem ausbilden. Sie müssen einen Zusatz-, beziehungsweise Ergänzungsbetrieb suchen, in welchem die Lernziele Wäscherei/Lingerie abgedeckt werden können. Die Ausbildungsergänzung ist im Lehrvertrag festzuhalten.

Der Einsatz sollte wenn immer möglich in einer Hotel-Wäscherei erfolgen. Als Zusatz-, beziehungsweise Ergänzungsbetrieb sollten nur Betriebe in Erwägung gezogen werden, welche die Ausbildungsbewilligung für Hotelfachfrau/Hotelfachmann haben.

Der Lehrbetrieb ist verantwortlich, dass die ergänzenden Ausbildungsteile gemäss Verordnung und Bildungsplan erfolgen, dass die Freitage regelmässig gegeben werden und der Lohn gemäss Lehrvertrag ausbezahlt wird.

Aufgrund der Verordnung über die berufliche Grundbildung Hotelfachfrau/Hotelfachmann und des dazugehörigen Bildungsplans geben wir als Empfehlung für die auswärtigen Ausbildungsergänzungen die folgenden Richtwerte ab:

- 3 x 6 Wochen (18 Wochen), wenn gar keine Wäsche im eigenen Betrieb gepflegt wird
- 3 x 3 Wochen (insgesamt 9 Wochen), wenn Berufswäsche und Patron- oder Gästewäsche im eigenen Betrieb gewaschen wird (je 1 Woche weniger, wenn auch Frottéwäsche im Betrieb gewaschen wird)
- 3 x 2 Wochen (insgesamt 6 Wochen), wenn keine grosse Flachwäsche (Tischtücher, Leintücher, Duvs und so weiter) im Betrieb gewaschen wird.



Ratgeber

Aktien vom Privatvermögen an eine
Holding verkaufen: Wo sind die Risiken?

► **Frage:** Ich beabsichtige den Verkauf meiner Hotel-Aktiengesellschaft an eine Holdinggesellschaft meiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Mein Finanzberater sagt mir, dass der Erlös steuerfrei ist. Gibt es Risiken?

G. K. aus D.

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



► **Antwort:** Es gibt erhebliche Risiken, wenn Sie die Aktien vom Privatvermögen an ein Geschäft (Einzelfirma, Aktiengesellschaft, GmbH etc.) veräußern, welches den Kaufpreis aus dem frisch erworbenen

Unternehmen sogleich oder künftig finanzieren will! Es droht, dass Sie die Differenz zwischen dem Verkaufserlös und dem Nominalwert des Aktienkapitals als Einkommen zu versteuern haben.

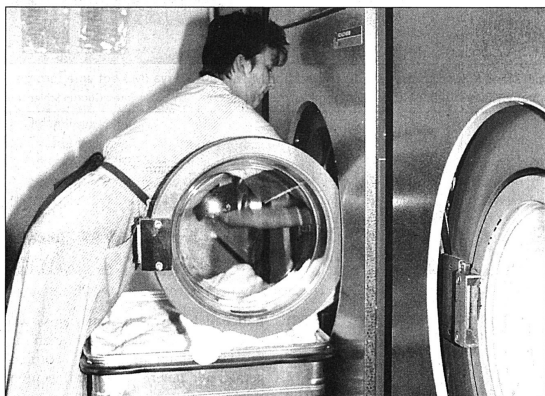
Aufgrund des Bundesgerichtsentscheides vom 11. Juni 2004 wurde die bisherige Praxis zu Ungunsten der Steuerpflichtigen massiv verschärft.

In Anlehnung an den erwähnten Bundesgerichtsentscheid hat die Eidg. Steuerverwaltung das umstrittene Kreisschreiben Nr. 7 erstellt – üblicherweise aber im Entwurf – ich vermute, weil die Behörde selber an der Sinnhaftigkeit dieser Regelung zweifelt. Zahlreiche Kantone lehnen die Übernahme dieser Praxis ab und heute herrscht in der Schweiz diesbezüglich eine erhebliche Rechtsunsicherheit.

Politiker haben das erkannt und die Vorlage über die so genannte indirekte Teil-

liquidation und Transponierung aus der Unternehmenssteuerreform II losgelöst, damit die Verunsicherungen in Wirtschaftskreisen durch rasche Behandlung dieser dringenden Angelegenheit bald beseitigt werden kann. Gemäss dem Ständerat soll bei Veräusserungen von Beteiligungsvermögen eine Besteuerung erfolgen, soweit innert fünf Jahren nach dem Verkauf nichtbetriebliche Mittel, die im Zeitpunkt des Verkaufs bereits bestanden haben, ausgeschüttet werden.

Wir empfehlen Ihnen, den geplanten Verkauf durch einen ausgewiesenen Fachmann auf diese Steuerrisiken hin gründlich überprüfen zu lassen. Im Zweifelsfall bringt ein Tax-Ruling (schriftliche Anfrage bei Steuerbehörde im Voraus mit verbindlicher Beantwortung) die notwendige Klarheit.



■ Nicht jeder Hotelbetrieb führt eine eigene Wäscherei. Wird die Wäsche anderswo gepflegt, können auswärtige Ausbildungsergänzungen das Manko wettmachen.

Foto: Gudrun Schlenczek

IMPRESSUM

hotel+tourismus revue

Die Fachzeitung für Hotellerie,
Gastronomie und Tourismus.

Gegründet 1892

Herausgeber:
hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130
Postfach
3001 Bern

Redaktion:

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

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

Verlag:

Verlagsleitung: Iris Strebel.
Stellvertreter: Marc Moser.
Geschäftsanteile: Oliver Egloff (Anzeigenleiter), Michael Müller.

Druck:

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

Partnerpublikation:

– Verband Schweizer Tourismusmanager (VSTM)
– Schweizerische Vereinigung diplomierter Tourismusexperten (TOUREX)
– Vereinigung Diplomierter Hotelliers-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).

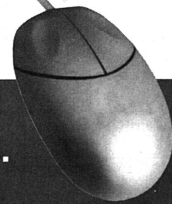
Kontakte:

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
Insertate:
Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: insertate@htr.ch
Internet: www.htr.ch
Für unverlangte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.

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

Hôtelières vaudoises | Les membres d'Hôtellerie vaudoise ont tenu leur assemblée générale à Lausanne.



RESTAURATION

Hauterive | Françoise Pressl-Wenger réalise de nouveaux plats avec une légère touche de cuisine moléculaire.



TOURISME

ST | La représentation de Suisse Tourisme (ST) en Grande-Bretagne effectue une action promotionnelle avec 21 taxis londoniens.

htr

Mathieu Huguenin

«Redonner une identité au café»

■ Vice-champion de Suisse en titre de barista, Mathieu Huguenin plaide en faveur d'une plus grande touche humaine dans la préparation du café. Interview.

Laurent Missbauer

► Parmi les dernières tendances dans la restauration, on relève l'essor du barista qui est au secteur du café ce que le sommelier est dans le domaine du vin. Quelles autres tendances citez-vous pour le café ?

En Suisse, j'en citerais deux. Il y a tout d'abord une spécialisation toujours plus marquée avec l'arrivée, ces dernières années, d'un grand nombre de variantes de cafés telles que le latte macchiato ou les cafés «grands crus» pour ne citer que deux exemples. Ensuite, il y a un intérêt croissant pour tout ce qui contribue au soutien du commerce équitable et plusieurs maisons suisses de torréfaction de café proposent désormais des produits de la ligne Max Havelaar.

► Et qu'en est-il de l'intérêt suscité par les concours de «Latte Art» et de «Coffee in Good Spirits» au salon mondial du café qui a eu lieu le week-end passé à Berne ?

L'intérêt a été tel que ces concours représentent eux aussi une nouvelle tendance dans le monde du café. Ces deux spécialisations, à savoir le «Latte Art» qui est l'art de réaliser des dessins sur la mousse de lait et le «Good Spirits» qui est l'art de préparer des cocktails composés de café et de spiritueux, dénotent de la tendance qui consiste à redonner une identité au café. Cette tendance plaide aussi en faveur d'une plus grande touche humaine dans la préparation du café. Aujourd'hui, tout le monde sait appuyer sur un bouton pour faire du café. Cela n'est cependant pas suffisant pour se démarquer, attirer une nouvelle clientèle et la fidéliser.

► Certains spécialistes estiment que les restaurateurs qui désirent augmenter leur chiffre d'affaires ont tout intérêt à apporter un soin particulier au café. Partagez-vous cet avis ?

Tout à fait. Le patron d'un restaurant a vraiment intérêt à envoyer son personnel à des cours sur la préparation du café ou sur la dégustation des différentes sortes de cafés. Il sera ensuite en mesure de mieux conseiller les clients et de leur proposer un café qui ne sera pas nécessairement plus cher que celui qu'il prenait habituellement, mais qui l'incitera peut-être à revenir dans son restaurant plutôt que dans un autre.

«World of Coffee», Berne

Les spécialités gagnent du terrain

■ «World of Coffee», le salon mondial du café qui a eu lieu à Berne ce week-end, a mis en évidence le succès des cafés haut de gamme. Avec l'arrivée de produits tels que Nespresso ou de machines sophistiquées, le «petit noir» a définitivement conquis ses lettres de noblesse.

Laurent Missbauer

«Le café est un breuvage qui fait dormir lorsqu'on n'en prend pas», se plaisait à relever au 19^e siècle l'écrivain français Alphonse Allais. Aujourd'hui, il serait faux de réduire le café à sa seule fonction de «petit noir» qui réveille. Au cours de ces dernières années, le café a en effet gravi les marches qualitatives qui lui ont permis de devenir un produit haut de gamme. On a pu s'en convaincre le week-end passé en parcourant les différentes halles d'exposition de «World of Coffee».

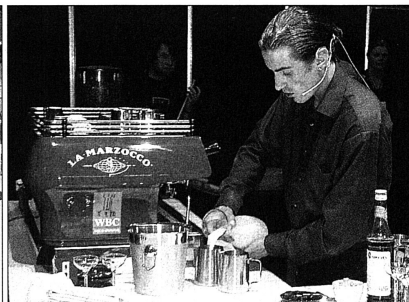
Des nouvelles machines à café haut de gamme

Ce salon mondial du café – qui s'est déroulé à Berne du 19 au 21 mai après avoir été organisé en Italie en 2004 et aux États-Unis l'année passée – a en effet été le théâtre du lancement de plusieurs nouvelles machines à café haut de gamme. Dalla Corte, par exemple, a présenté une machine à café avec un système de contrôle digital qui permet de programmer les différents paramètres des groupes d'eau chaude et de la chaudière par le biais d'une télécommande extérieure.

Quant à Nespresso, il y a célébré les vingt ans de sa «success story» en dévoilant une machine à café «Cube» aux couleurs d'Alinghi. C'est en effet en 1986, que Nespresso est né en véhiculant de nombreux ingrédients propres à l'univers du luxe. C'est le cas notamment de ses boutiques chics qui rappellent celles des grands couturiers. Ainsi, celle de Genève n'a rien à envier à ses voisines Gucci et Armani.

Nespresso avec SAS Radisson et les Relais & Châteaux

Nespresso utilise un autre artifice emprunté au monde du luxe: ses séries limitées commercialisées deux fois par an et son magazine qui ressemble à s'y méprendre à ceux des marques horlogères les plus prestigieuses. Au niveau de l'hôtellerie, on relèvera qu'un accord mondial a été signé l'automne passé à



■ «World of Coffee 2006». Le salon mondial du café, qui a eu lieu le week-end dernier à Berne, a notamment été le théâtre d'ateliers, de concours et de présentations de nouveaux produits en relation avec l'industrie du café Photos: Laurent Missbauer

Genève entre Nespresso et les Relais & Châteaux. Il en va désormais de même avec la chaîne hôtelière SAS Radisson. Avec sa nouvelle génération de machines Gemini qui permettent de servir quelque 220 cafés à l'heure et qui ont également été présentées à Berne, Nespresso veut être désormais plus actif dans les hôtels et les restaurants. Continuant à étendre sa présence dans

le monde, Nespresso compte dépasser cette année le chiffre d'affaires symbolique du milliard de francs, contre 819 millions en 2005. En 2003, il ne s'élevait qu'à 298 millions de francs. L'arrivée de nouvelles machines doit activer cette croissance. L'arrivée du «Cube», précédemment évoquée, se veut en rupture avec les formes rondes en vigueur aujourd'hui. Il est en outre équipé d'un

dispositif pour chauffer les tasses ce qui était impossible sur les modèles plus arrondis.

Siemens: une machine à café signée par Porsche Design

Dernière touche de crème sur la tasse de café pour s'identifier au monde du luxe, Siemens vient de présenter une machine Nespresso aux lignes signées par Porsche Design. Commercialisée aux alentours de 1500 francs, cette nouvelle machine à café va permettre de mesurer jusqu'où certains amateurs seront prêts à aller pour avoir leur dose de caféine. Enfin, un autre exposant suisse qui surfe sur un «packaging» élégant et sur des cafés à «haute valeur gustative» a été la maison tessinoise Chicco d'Oro. Elle a notamment présenté au «World of Coffee» de Berne de nouvelles portions individuelles qui «permettent de préparer un espresso crémeux comme au bar», ainsi que ses produits de la ligne Max Havelaar qui contribuent au soutien du commerce équitable et solidaire.

Lire aussi la page 16 du cahier allemand

«World of Coffee»: 9500 visiteurs et quatre vainqueurs

■ Alors qu'ils s'attendaient à recevoir quelque 6000 visiteurs, les organisateurs du «World of Coffee» en ont finalement accueilli 9500 en provenance des cinq continents. Outre l'exposition de machines à café et la mise sur pied de différents séminaires et ateliers de dégustation, un des points forts du salon ont été les championnats du monde de barista. Comme cela avait déjà été le cas lors des deux précédentes éditions à Seattle et à Trieste, c'est à nouveau un candidat scandinave – en l'occurrence le Danois Klaus Thomsen – qui s'est

imposé. Giovanni Meola, le champion de Suisse en titre, a terminé 23^e sur 39. Les championnats du monde de «Latte Art» et de «Good Spirits» ont été respectivement remportés par l'Australien Scott Callaghan et par la Russe Anna Serova. Dans cette dernière catégorie, le Neuchâtelois Mathieu Huguenin, vice-champion de Suisse en titre de barista, s'est classé 6^e sur 12. Enfin, la Coupe du monde des dégustateurs de café a été remportée par la candidate suisse Gloria Pedrosa. L'année prochaine, le «World of Coffee» aura lieu à Tokyo. LM

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

POUR LE BAIN • LE LIT • LA TABLE • LA CUISINE •

Linge de lit satin rayé
En pur coton,
rayures 23 mm
de large.
Autres dessins,
couleurs et dimensions
sur demande.

PFEIFFER TEXTILE
A STANDARD TEXTILE COMPANY

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

TOUT, POUR CHAQUE TYPE DE GASTRONOMIE.

LE CENTRE DE COMPÉTENCES DE
LA GASTRONOMIE SUISSE DONT
VOUS AVEZ BESOIN

Scana Alimentation SA, 1032 Romanel s/Lausanne
info@scana.ch, www.scana.ch, www.scanashop.ch

«Linge de qualité suisse
pour les exigences
les plus élevées»

Tissage de Toiles Berne SA

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

Wellness commence
avec Fidelio.

Chez eux chez les meilleures:
Micros Fidelio de
Check-In Data 044 701 96 96

CHECK IN DATA
www.checkindata.com

La stratégie 2012 au cœur de l'assemblée

■ **hotelleriesuisse.** Les délégués d'hotelleriesuisse participeront la semaine prochaine, soit le mardi 30 mai, à leurs assises annuelles. L'assemblée, qui se tiendra au Swiss Holiday Park à Morschach (SZ), sera « essentiellement consacrée aux objectifs élaborés dans le processus stratégique et aux travaux consécutifs qui en résultent », indique l'association faitière de l'hôtellerie helvétique dans l'invitation aux membres. Ceux-ci seront invités à se prononcer sur le développement stratégique

intitulé « hotelleriesuisse 2012 ». Selon ce concept, hotelleriesuisse a pour mission d'améliorer les conditions de commercialisation des hôtels et celles des hôteliers désireux d'être compétitifs. Un nouveau système de cotisations sera également présenté. Pour les délégués, il s'agira « seulement » d'en approuver ou d'en rejeter le principe. Les adaptations des statuts liées à ce nouveau système, ainsi que la conception de ce dernier seront préparées par le Comité exécutif afin d'être présen-

tées pour l'approbation finale lors de l'assemblée du 29 novembre. Outre les objets statutaires, comme les comptes 2005, l'ordre du jour de l'assemblée comprend un « tour d'horizon de la politique économique ». La classification des hôtels, la CCNT et le 125^e anniversaire d'hotelleriesuisse en 2007 seront abordés au chapitre « divers et discussion ». Le lundi 29 mai sera marqué par le traditionnel « Get together » et le mercredi 31 mai par une excursion au Fronalpstock. MH

Perspectives conjoncturelles « réjouissantes »

■ **Conjoncture touristique.** Les perspectives conjoncturelles du tourisme helvétique sont « réjouissantes », estime l'institut bâlois BAK Basel Economics. La tendance « positive », constatée ces derniers mois, se poursuivra durant la saison estivale. Le nombre de nuitées hôtelières devrait progresser d'environ 1,5% par rapport à l'an passé. C'est la demande étrangère qui devrait rester le moteur de la croissance et progresser de 1,8% par rapport à 2005, tandis que la demande in-

digène devrait augmenter de 1,2%, écrivent les experts bâlois. Cette dynamique de la demande touristique devrait principalement être bénéfique à l'« espace alpin » qui devrait enregistrer une progression des nuitées de 2%. Le taux de croissance dans les « grandes villes » et dans les « autres régions » devraient atteindre près d'un pour cent. Pour l'ensemble de l'année touristique 2006, qui va de novembre 2005 à octobre 2006, le BAK Basel Economics table sur une hausse

des nuitées de 2,6%. L'hiver 2005/2006 a en effet été « très bon » avec une progression des nuitées de 4%. Cette situation tient principalement au dynamisme et à la bonne assise de la conjoncture en Suisse et à l'étranger, ainsi qu'aux bonnes conditions météorologiques. L'évolution à moyen terme sera influencée par l'EURO 2008. Ce championnat devrait générer une demande supplémentaire de quelque 750 000 nuitées durant l'été 2008. MH

Swiss International Hotels

Accent sur la gestion de la qualité

■ Le groupement de marketing Swiss International Hotels (SIH) a conçu un concept de gestion de la qualité qui est opérationnel depuis le début de l'année.

Miroslaw Halaba

« 2005 a été une année de transition », indique Anne Cheseaux, la présidente depuis le printemps 2005 du groupement de marketing Swiss International Hotels (SIH). Cette année de transition a été mise à profit pour donner au groupement quelques orientations stratégiques importantes pour l'avenir. SIH applique ainsi depuis le début de l'année un concept de gestion de la qualité original.

« Notre chaîne est généraliste avec des hôtels très différents et qui sont situés un peu partout. Ce qui les relie finalement, c'est la qualité. Et pour mesurer cette qualité, nous avons rendu obligatoire la tenue de questionnaires destinés aux clients et aux collaborateurs », explique Anne Cheseaux. Les résultats obtenus, qui sont communiqués par voie électronique, permettront alors d'établir un benchmarking de la qualité. Les premiers résultats ont été récoltés, mais ils ne sont pas encore suffisamment représentatifs. Ils devraient toutefois l'être d'ici l'automne, assure Anne Cheseaux.

Augmentation du nombre de membres

L'année 2005 a aussi été l'occasion pour le groupement d'introduire un nouveau logo destiné à améliorer sa visibilité, ainsi que de se recentrer sur les établissements de quatre et de cinq étoiles. Le groupement compte aujourd'hui 67 membres contre 63 l'an passé, ce qui représente 9 arrivées et 5 départs. Le portefeuille devrait s'élargir cette année, l'objectif étant de gagner 15 nouveaux membres en Suisse (prioritairement en Suisse romande) et à l'étranger. « Notre objectif à court terme est d'en trouver dans les pays européens voisins, ainsi qu'au Moyen-Orient et, à moyen terme, en Asie, en Chine principalement », dit Anne Cheseaux.

Hausse sensible des réservations en ligne

Sur le plan des résultats, le groupement a enregistré une hausse sensible du chiffre d'affaires provenant des réservations en ligne : 2,9 millions contre 2,1 millions en 2004. Et les affaires continuent de progresser. La preuve : « A fin avril, les réservations avaient déjà atteint le montant de 2,2 millions de francs, a indiqué, ravie, Wanda Meyer, la directrice du groupement. A noter que l'année en cours sera notamment caractérisée par l'introduction d'une nouvelle plate-forme Internet qui donnera aux membres un accès élargi au marché des séminaires.

Hôtellerie vaudoise

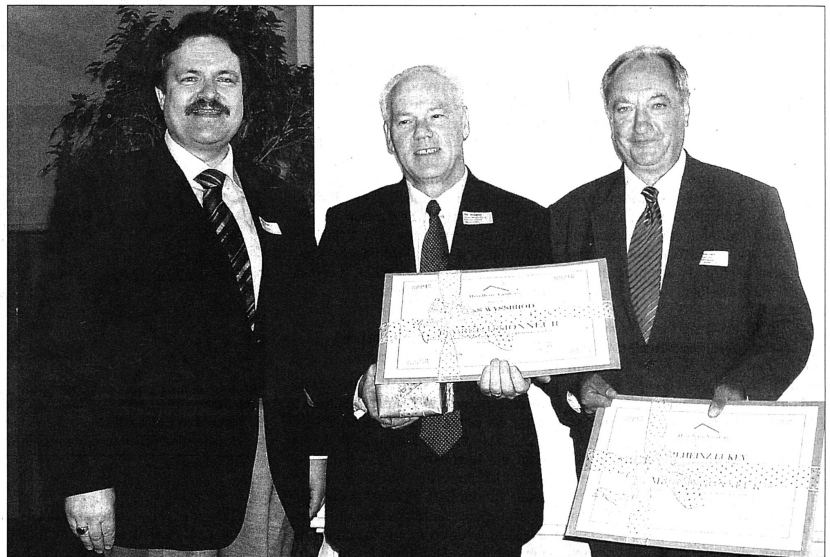
Constat optimiste, mais nuancé

■ L'hôtellerie vaudoise vit une période faste, mais les conditions-cadres n'en restent pas moins difficiles. Le président de l'association cantonale des hôteliers n'a pas manqué de le rappeler lors de l'assemblée générale qui s'est tenue la semaine dernière à Lausanne.

Miroslaw Halaba

Depuis le début de l'année, les nuitées hôtelières connaissent une progression « spectaculaire » dans le canton de Vaud. Quelques exemples, relevés en février : +13,4% à Lausanne, +21,3% à Montreux-Vevy, +31,8% à Morges. Le président d'Hôtellerie vaudoise s'est réjoui, la semaine dernière à Lausanne, de ces performances. S'adressant aux quelque cent soixante membres et invités, dont le président d'hotelleriesuisse, Guglielmo Brentel, réunis pour la partie publique de l'assemblée générale, Philippe Thuner a toutefois ajouté qu'il convenait de nuancer ce constat optimiste. Cette embellie est, en effet, « principalement conjoncturelle » et les problèmes de la branche, liés notamment aux conditions-cadres difficiles, « demeurent inchangés ».

La Suisse, a ainsi notamment indiqué Philippe Thuner, est « à la merci » d'un changement de cours brutal des principales monnaies de nos clients. Pour lui, une seule solution existe pour résoudre ce problème à long terme : adhérer à l'Union européenne et entrer dans la zone euro. L'hôtellerie, ensuite, a certes retrouvé sa compétitivité internationale, mais c'est au prix « d'une lutte incessante pour maîtriser les coûts et d'une compression des marges bénéficiaires insupportable à long terme ».



■ **Membres d'honneur.** Hans Wyssbrod (au centre) et Karlheinz Lukey (à dr.), en compagnie ici du président Philippe Thuner, ont été nommés membres d'honneur d'Hôtellerie vaudoise.

Photo: Miroslaw Halaba

a indiqué le président vaudois. Il y a donc danger « d'appauvrissement de la branche », de disparition d'hôtels et de « forte réduction » de la diversité de l'offre. Or, l'hôtellerie a besoin de nouveaux investisseurs pour innover et rénover. Et pour les trouver, elle doit pouvoir dégager des marges bénéficiaires suffisantes. Philippe Thuner a, par ailleurs, relevé, une fois de plus, l'ampleur des charges administratives qui ne permet guère aux hôteliers de

« s'occuper de l'essentiel : c'est-à-dire de leurs clients ».

Deux nouveaux membres d'honneur

L'assemblée a été marquée par la nomination de deux membres d'honneur : Hans Wyssbrod (Grand Hôtel Résidence, Les Rasses) et Karlheinz Lukey, qui a pris sa retraite en 2005. Tous deux ont respectivement siégé au Comité cantonal

durant 17 et 18 ans. Pierre-André Michoud (Hôtel du Théâtre, Yverdon) a été élu au Comité directeur pour remplacer Hans Wyssbrod. Nicolas Ming (Hôtel Astra, Vevey) entre au comité cantonal pour succéder à Eric Favre (Le Mirador Kempinski, Mont-Pèlerin). Quant à Jacques Pernet (Hôtel Bellerive, Lausanne), il a été réélu au Comité cantonal pour quatre ans. La prochaine assemblée générale aura lieu le 24 mai 2007 à Avenches.

Groupe Manotel

Depuis 2001 dans l'aventure d'Alinghi

■ Le groupe hôtelier genevois Manotel est partenaire du défi suisse d'Alinghi depuis 2001. Il recueille les fruits de cet investissement.

Véronique Tanerg

« Fournisseur officiel d'Alinghi », telle est la mention, quelque peu obscure, que l'on trouve au bas de certains courriers de Manotel. Ou alors en version anglaise, « official supplier ». Cela signifie que le groupe hôtelier genevois, comme une quinzaine d'autres entreprises, est un sponsor du plus célèbre des voiliers suisses. Certes, il n'a pas le privilège comme l'UBS, BT et Infonet de figurer sur le bateau, ni même d'être

bien en vue sur le site internet. Mais, il peut utiliser l'image d'Alinghi dans sa communication.

Parmi les premières entreprises à jouer le jeu

« Au début des années 2000, Manotel souffrait d'un déficit d'image, explique Paul Muller, directeur général de Manotel. C'était le début de notre programme de rénovation et lorsque nous avions annoncé que nous allions investir 55 millions dans nos six établissements, cela avait fait sourire autour de nous. »

Manotel est l'une des premières entreprises à prendre le risque d'investir dans le défi suisse en Nouvelle-Zélande. « C'est une identité qui nous corres-

pondait bien, ajoute Paul Muller. Cela correspondait à l'image que nous souhaitons nous donner : quelque chose qui sortait de la norme. Les gens d'Alinghi étaient rigoureux dans leur gestion et faisaient preuve d'esprit d'équipe. »

Visite de la base d'Alinghi à Valence

Cinq ans plus tard, Manotel recueille les fruits de son sponsoring. Il vient d'inviter certains de ses gros clients à Valence pour assister aux premières compétitions dans la base d'Alinghi. « La plupart de nos clients étaient enchantés de l'invitation, affirme le directeur général de Manotel. Certains ont décliné l'invitation pour des problèmes d'agenda et une fois, pour des raisons de déonto-

logie. Mais les absents ont beaucoup regretté de ne pas avoir pu venir. »

Le groupe restaure et héberge aussi l'équipe d'Alinghi

Le groupe hôtelier genevois pourra renouveler ce type d'opération originale plusieurs fois jusqu'en 2007, date de la fin du contrat. De plus, Manotel héberge et restaure les membres de l'équipe Alinghi lorsqu'ils viennent à Genève pour rencontrer les organisateurs de la course. En 2001, le groupe hôtelier avait logé certains membres de l'équipe pendant plusieurs mois en attendant qu'ils s'envolent pour la Nouvelle-Zélande. Quant au montant investi dans cette opération : la discrétion est imposée dans le contrat sponsoring.

Rhäzünser Plus avec 4% de jus de fruit.

Incroyablement fraîche et pétillante

Riche en goût, pauvre en calories

Avec 6 vitamines essentielles

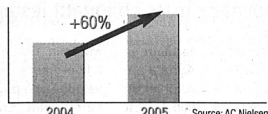
Sans colorants, conservateurs ou édulcorants

Nouveau
disponible en
bouteille verre
35 cl

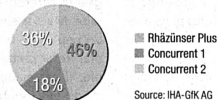
Le Plus pour vos ventes et vos clients!

- **Fort potentiel pour le chiffre d'affaires:**
Les eaux minérales aromatisées sont en plein boom!
- **Marges attrayantes**
- **Aucun risque:**
 - Produit très connu grâce à sa publicité et sa distribution dans le commerce de détail
 - Arômes appréciés par une majorité de consommateurs: citron et pêche
 - Produit préféré par rapport à la concurrence
 - Désaltérant idéal en toute occasion

Chiffre d'affaires en Mio. CHF



Test en aveugle: quel produit préférez-vous?



Feldschlösschen Boissons SA,
Tél. 0848 80 50 10, Fax 0848 80 50 11, shop@fgg.ch, www.rhaeuenserplus.ch

Mövenpick Hotels: trois arrivées et un départ

■ **Mövenpick Hotels & Resorts.** La chaîne suisse Mövenpick a annoncé la semaine passée qu'elle venait de signer trois contrats de gestion avec trois nouveaux hôtels cinq étoiles en Arabie Saoudite: à Bureidah, à Riyadh et à Yanbu. Le Mövenpick Hotel Bureidah (photo) ouvrira déjà ses portes à la fin de cette année. Il comprendra 156 chambres et trois suites «royales». Quant au Mövenpick Hotel Riyadh (300 chambres) et au Mövenpick Hotel Yanbu (144 chambres, 12 villas et



22 bungalows), ils seront inaugurés tous les deux en 2008. Ces trois nouvelles arrivées dans le portefeuille d'hôtels de Mövenpick compensent le départ du Mövenpick Dream Castle Hotel à Disneyland Paris. Ce dernier, inauguré en 2004 et propriété d'une société financière dont le siège est en Autriche, quittera le giron de Mövenpick à la fin du mois. A partir du 1er juin, il fera en effet partie de la chaîne Vienna International Hotels qui est «apparentée au propriétaire de l'hôtel». LM

Le premier «Bio Hotel» de Suisse a été inauguré

■ **Valais.** Premier «Bio Hotel» de Suisse (cf. htr du 9 mars), l'Hôtel Balance aux Granges, dans la Vallée du Trient, vient de fêter officiellement son adhésion à cette association active dans plusieurs pays d'Europe. Son propriétaire, Roland Eberle, développe depuis plus de vingt ans une ligne bio. Mais la labellisation «Bio Hotel» en 2004 a marqué un tournant. Il estime en effet que grâce à cette plate-forme de promotion (site Internet, prospectus), les nuitées annuelles ont

augmenté de 5%. «Mon hôtel montre que l'on peut lier avec succès économie et écologie», explique Roland Eberle. Son établissement propose notamment de la nourriture 100% bio, de la literie et une piscine bio. Quant à l'eau chaude, elle est en partie produite grâce à l'énergie solaire. Prochain objectif: dire adieu au mazout et devenir totalement autonome en matière énergétique grâce à une pompe à chaleur fonctionnant avec de l'énergie solaire photovoltaïque.

Pour le financer, Roland Eberle envisage des emprunts auprès de clients intéressés qui au lieu de dividendes toucheraient des bons pour des nuits d'hôtel. En pleine croissance, la jeune association européenne «Bio Hotel» compte actuellement une quarantaine de membres. En Suisse romande, un deuxième établissement est actuellement en voie de labellisation. Avec l'Hôtel Biner à Zermatt, les «Bio Hotels» suisses devraient ainsi bientôt être au nombre de trois. GZ

Ecole hôtelière de Lausanne

Information aux politiciens du canton de Vaud

■ L'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) a organisé la semaine dernière une séance d'information destinée aux milieux politiques vaudois.

Mirosław Halaba

Soucieuse de maintenir les contacts et d'informer sur ses activités, l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) a reçu la semaine dernière, sur son campus, quelque quatre-vingts politiciens et hôteliers vaudois. A cette occasion, le directeur général de l'école, Ruud Reuland, a présenté les défis de son institution. Ceux-ci, a-t-il expliqué, sont au nombre de quatre. Il a cité, tout d'abord, l'identification des besoins de l'industrie. L'école dispose à cet effet «d'antennes», comme son Comité consultatif international, qui lui permet de capter les exigences du secteur. L'école s'efforce ensuite de recruter les «bons éléments» et d'identifier les «talents». L'augmentation de 70% du nombre de candidats depuis 2003 a permis à l'institution de procéder à une sélection «plus stricte» en révisant à la hausse les critères d'admission.

Retenir les «talents» dans la branche

Le troisième défi est de fournir aux étudiants un environnement d'études «pertinent et rigoureux de premier ordre» à travers un enseignement de «haut rang». Quant au quatrième défi, il est de retenir «les talents» dans l'hôtellerie et les professions de l'accueil. Pour y arriver, l'école, a dit Ruud Reuland, doit «gérer les attentes» des étudiants et expliquer aux hôteliers les expectatives de la «génération Y» afin qu'ils sachent s'adapter aux nouvelles exigences. L'EHL, a rappelé son directeur, aura, en effet, toujours pour objectif de former des professionnels pour la branche.

Création d'un commission du personnel

Ruud Reuland a également profité de cette occasion pour présenter le premier «Comité de médiation du réseau HES». Cet organe a plusieurs buts. Il doit résoudre les conflits sur le lieu de travail, assurer que les données de travail intègrent les dernières avancées en terme de médiation professionnelle, élaborer un modèle qui garantisse «un maximum de crédibilité et d'impartialité» dans les situations de litige. Il doit, enfin, proposer une structure qui soit «réaliste» en terme de faisabilité et qui corresponde aux spécificités de l'EHL. Ruud Reuland a aussi pu annoncer que l'EHL venait d'être sa première Commission du personnel. Enfin, il a indiqué qu'un plan partiel d'affectation était en préparation afin de permettre à l'école d'envisager un agrandissement, notamment du nombre de salles d'études.

Restauration

Les défis de la cuisine moléculaire

■ L'emploi d'additifs permet de réaliser des créations culinaires innovantes, apportant de nouvelles textures et de nouvelles sensations gustatives. En Suisse, plusieurs restaurateurs ont été séduits par la cuisine moléculaire qui leur permet de proposer des plats surprenants.

Valérie Marchand

La cuisine moléculaire connaît un vif intérêt en Suisse. En effet, s'en remettre à la science pour maîtriser les textures et les cuissons permet d'innover et de proposer sans cesse de nouveaux plats. Pourtant, beaucoup de professionnels ne souhaitent pas que ce concept remplace la cuisine traditionnelle. «L'idée n'est pas d'en faire du spectacle, ni d'en faire notre fond de commerce, mais plutôt de suivre les nouvelles tendances», explique Françoise Pressl-Wenger qui tient avec Florence Veloso le restaurant Le Silex à Hauterive (NE).

«Je m'intéresse à l'aspect scientifique de la cuisine moléculaire et je comprends son fonctionnement», souligne Françoise Pressl-Wenger qui a suivi deux années de médecine avant de se lancer dans la restauration. L'aspect culinaire l'intéresse cependant tout autant. «Si l'on cuit un œuf à 65 degrés pendant 3 à 4 heures de temps, le résultat en vaut la chandelle», ajoute-t-elle. En effet, l'œuf devient très soyeux et très agréable à déguster. Autre spécialité que Françoise Pressl-Wenger réalise volontiers est le Vacherin Mont d'Or avec vin blanc monté en Chantilly.

Des changements importants au niveau de l'organisation

La cuisine moléculaire peut cependant s'avérer très stressante. Les textures ne se mélangent pas toujours comme prévu et il est parfois très difficile de déceler pourquoi. De même, certains professionnels critiquent la cuisine moléculaire car ils estiment qu'elle déstructure les aliments. Pour Françoise Pressl-Wenger, il existe aussi d'autres désavantages: «Si l'on fait uniquement de la cuisine moléculaire, il faut avoir beaucoup de personnel et un équipement de cuisine très élaboré. Ce qui occasionne d'importantes charges. Et utiliser de l'azote liquide, notamment, n'est pas à portée de toutes les bourses.» Par ailleurs, les mets ne peuvent pas être préparés à l'avance. Ils doivent être servis dans la demi-heure ou dans l'heure qui suit, ce qui nécessite beaucoup d'organisation.

Intéressée par l'interaction entre les scientifiques et les professionnels de la restauration, Françoise Pressl-Wenger a récemment participé à un séminaire de gastronomie moléculaire de l'Université de Neuchâtel. Elle a pu ainsi réaliser de nouvelles expériences qui lui permettront d'innover. «Je désire montrer des plats différents et surprendre la



■ Françoise Pressl-Wenger, qui dirige avec Florence Veloso le restaurant du Silex à Hauterive (NE), apprécie le côté scientifique de la cuisine moléculaire. Elle ne veut cependant pas en abuser. Photo: Valérie Marchand

clientèle sans toutefois la bousculer. Je veux proposer des nouveautés sans les imposer», précise Françoise Pressl-Wenger. Elle veut avant tout respecter les goûts de chacun et l'héritage de notre cuisine traditionnelle. Ainsi, elle réalise des nouveautés avec une légère influence de la cuisine moléculaire, comme des dos de cabillaud rôtis, avec sauce au curry vert, «espumas de cocos» (mousse de coco), chips de crevettes et riz basmati. «Je ne pense pas que cette cuisine très tendance sera la cuisine de demain, mais plutôt un courant parallèle qui permettra de compléter ce qui se fait actuellement», conclut-elle.

Autre participant au séminaire de Gastronomie moléculaire de l'Université de Neuchâtel, Pascal Aubert, cuisinier à la Clinique du Noirmont (JU), adapte aussi les nouvelles techniques à la cuisine actuelle, plus particulièrement lors de banquets. «Nous avons beaucoup à apprendre de la cuisine moléculaire», estime-t-il. Pourtant, il veut s'en inspirer sans toutefois modifier complètement ses techniques. «Il faut que la cuisine reste de la cuisine et que les plats ne soient pas uniquement jolis à observer», commente-t-il. A la clinique, qui est toujours en perpétuelle recherche de nouveautés, elle s'applique bien à condition de l'utiliser

modérément. Dans la cuisine moléculaire, où la structure classique des plats est abandonnée et où les entrées et les desserts subissent une véritable révolution grâce surtout à la symbiose entre le monde sucré et le monde salé, il faut savoir garder la tête froide. Il en va de même pour les autres plats où l'on abandonne la hiérarchie «produit-garniture-sauce». «La cuisine moléculaire n'est pas adaptée au niveau nutritionnel», explique Pascal Aubert. «Manger des billes de melon, par exemple, c'est peut-être délicieux, mais il faut aussi que d'autres aliments différents plus durs soient proposés, qu'ils soient mâchés, en fait qu'ils soient d'une texture différente de celle qui est proposée dans la cuisine moléculaire».

Une cuisine qui permet de proposer de nouvelles saveurs

Pascal Aubert aime également citer l'exemple de Fredy Girardet qui, tout comme lui, veut préserver la cuisine de base: «Tous les clients ne sont pas prêts à déguster régulièrement des plats qui n'ont presque plus rien de similaire avec ceux qu'ils ont l'habitude de manger.» Pascal Aubert se réjouit par contre que les additifs soient disponibles plus facilement que lors de ses premiers essais: «Il n'était pas possible de tout obtenir et la texture n'était pas toujours prévue à la base pour les besoins culinaires.» Aujourd'hui, Pascal Aubert peut ainsi proposer de nouvelles saveurs sans toutefois bouleverser les habitudes de sa clientèle.

Créer de nouveaux mets en jouant les apprentis sorciers

■ En Espagne, la cuisine moléculaire va très loin. Le Catalan Ferrán Adrià a notamment été sacré meilleur cuisinier du monde par le «New York Times» et est considéré comme un extrémiste dans le domaine des inventions culinaires. Si l'on goûte habituellement les plats avec les cuillers, lui utilise des seringues, des pompes, des siphons, des sondes et de l'azote liquide. Son gaspacho est servi dans une sucette gelée à moins 160 degrés et son calamar est liquéfié. En fait, son lieu de travail dans le célèbre restaurant El Bulli sur la Costa Brava, haut-lieu de la gastronomie mondiale, ressemble à un laboratoire de chimie. Le restaurant, fondé en 1962 et distingué en 1997 par trois étoiles au guide

Michelin, doit notamment sa notoriété à la présence de Ferrán Adrià. Il y a développé une philosophie de cuisine très personnelle. En constante évolution, elle est devenue aujourd'hui l'une des grandes références de la cuisine moléculaire. Mais, si elle est considérée comme un peu folle, le restaurant El Bulli veut maintenir certains principes. Par exemple, il est évident que les produits se modifient lors de leur utilisation, mais l'essentiel est de toujours préserver leur saveur d'origine. De même, la décontextualisation, l'ironie, le spectacle, la performance sont considérés comme légitimes, s'ils ne sont pas superficiels et qu'ils répondent à une réflexion gastronomique. VM

Six nouveaux parcours de «nordic walking»

■ **Alpes vaudoises.** Le «nordic walking» – une activité sportive qui consiste à pratiquer la marche avec des bâtons – rencontre toujours plus d'adeptes. Cela a incité les stations vaudoises de Châteaux-d'Éx, de Rougemont, des Mosses et de Leysin de proposer six parcours spécialement adaptés au «nordic walking». D'une longueur totale de 45 km avec trois niveaux de difficulté, ces six parcours ont été présentés la semaine passée à Châteaux-d'Éx. La topographie spécifique de ces

quatre stations – relativement plate – a permis de créer des «sentiers évolutifs». Ceux de Leysin – trois parcours de respectivement 4,8 km (facile), 8,1 km (moyen) et 15,4 km (difficile) – ont été définis par Caril Capt, accompagnateur en montagne et moniteur de «nordic walking». Des panneaux d'information, de même que des panneaux d'exercices techniques, figurent sur les différents parcours. Ils ont été élaborés en collaboration avec la Fédération suisse d'athlétisme, Ryffel Run-

ning et l'assureur Helsana. Ils sont destinés à mettre en pratique une nouvelle «idée santé» particulièrement en vogue dans les pays scandinaves où le «nordic walking» a été inventé. Deux journées populaires de cette nouvelle discipline seront proposées aux Mosses, le samedi 10 juin, et à Leysin, le samedi 8 juillet. Une première journée a déjà eu lieu samedi passé à Châteaux-d'Éx. Enfin, une course de «nordic walking» – l'Aigle-Aï-Leysin – aura lieu le 1er août. **LM**

Un nouveau forfait pour les «Super seniors»

■ **Portes-du-Soleil.** Enregistrée l'an dernier à l'Hôtel Plein-Ciel sur les hauteurs de Champéry (VS), l'émission «Super seniors» de la Télévision suisse romande a donné des idées aux responsables de Chablais Tourisme. Ceux-ci se sont inspirés de cette émission pour lancer cet été un nouveau forfait «Actifs seniors» qui répond à une demande croissante dans le secteur des plus de 60 ans. Valable du 10 juin à mi-octobre, l'offre comprend le séjour (3, 5 ou 7 nuits), une entrée aux Bains de

Val-d'Illiez, une carte de randonnée (pédestre et VTT) et, enfin, un abonnement pour les remontées mécaniques pendant toute la durée du séjour. De nombreuses suggestions d'activités sont également proposées aux seniors. Par ailleurs, après l'uniformisation visuelle de la plate-forme Internet de toutes les destinations et villages de la région, le comité de Chablais Tourisme a su convaincre tous les partenaires, entre Portes-du-Soleil et Léman ainsi que St-Maurice, d'adopter

une ligne graphique commune pour toutes leurs publications. Quant à Raphaël Granger, le directeur de Chablais Tourisme, il souhaite profiter de l'effet porteur des traditionnelles courses d'école effectuées en juin et au début du mois de juillet pour véhiculer partout en Suisse l'image de la région. Notons enfin que les très bons résultats enregistrés cet hiver, de St-Maurice jusqu'à St-Gingolph en passant par les stations, devraient être à nouveau d'actualité cet été. **JJE**

Montreux-Vevey Tourisme

Valoriser la marque Montreux-Riviera vaudoise

■ **Montreux-Vevey Tourisme** entend valoriser la marque Montreux-Riviera vaudoise afin d'améliorer son image sur les marchés extérieurs.

Jean-Jacques Ethenz

C'est bien connu, «les gens heureux n'ont pas d'histoires!» Si le vieil adage est avéré, Montreux-Vevey Tourisme (MVT), dont les membres ont été réunis la semaine dernière en assemblée générale, a de quoi être. Finies les querelles au sujet des directeurs successifs au tournant du millénaire, oubliées les disputes qui prévalaient à cette période autour d'intérêts particuliers. C'est dès lors une assistance relativement faible – en regard de celle qui se déplaçait il y a un peu plus d'un lustre – pour enregistrer les résultats 2005.

Les partenaires ont resserré les rangs

Nous ne reviendrons pas ici sur les résultats, mais plutôt sur leurs coulisses. Car la mue de MVT est bientôt achevée, de là les partenaires ont resserré les rangs. Et ils enregistrent avec satisfaction le travail effectué par Harry John, le directeur de MVT, l'âme de cette nouvelle harmonie avec François Margot, le président. A leur actif, en cinq ans, la régionalisation de tous les offices entre Villeneuve et Cully, la mise en place du système Riviera Card et des actions de promotion très originales, en Suisse alémanique notamment.

Il y a donc de quoi entamer un nouveau «plan quinquennal», a insisté le président François Margot devant l'assemblée, «pour un nouveau défi qui est celui de la consolidation sur les marchés, mais aussi avec les partenaires locaux.» C'est dans ce sens que va la première démarche lancée: créer et valoriser une marque Montreux-Riviera vaudoise (Zermatt et Interlaken ont déjà entamé la même démarche) qui sera confiée à un spécialiste extérieur. Et Harry John de rêver à ce défi de taille: «Une identité commune à tous, de la voiture de police à la carte de visite du directeur de l'office du tourisme».

Un nouveau DVD de promotion

Pour le reste, 2006 sera l'année des anniversaires: 100 ans pour le Raffles Montreux-Palace, 75 ans pour la clinique La Prairie, 60 ans pour le Septembre musical, 40 ans pour le festival de jazz et 30 ans pour le Théâtre Montreux-Riviera. De quoi mobiliser les troupes alors qu'un nouveau DVD de promotion a été créé en collaboration avec les hôteliers – rappelons qu'ils ont récemment accueilli Harry John au sein de leur comité – et qu'une nouvelle forme de collaboration s'est mise en place avec le Centre des congrès.

Marché anglais

Une nouvelle action de promotion

■ **La Grande-Bretagne** est le marché qui a enregistré la plus forte augmentation de nuitées l'an passé (cf. ci-dessous). De nouvelles actions de promotion, notamment avec des taxis, devraient permettre à la Suisse de continuer à bénéficier d'une image positive outre-Manche.

Laurent Missbauer

Le stand de la représentation de Suisse Tourisme pour la Grande-Bretagne a été un de ceux qui a suscité le plus d'intérêt lors de la Journée suisse des vacances qui s'est déroulée au début du mois de mai à St-Gall (cf. htr du 11 mai). A cette occasion, Evelyn Lafone, la directrice de Suisse Tourisme Grande-Bretagne, y a notamment annoncé le lancement d'une action promotionnelle qui verra 21 taxis londoniens véhiculer pendant douze mois les couleurs de Suisse Tourisme et de plusieurs de ses partenaires, tels que Genève Tourisme, l'Office du tourisme du canton de Vaud (OTV), Valais Tourisme ou encore la compagnie aérienne Swiss.

«Cette action a suscité un très grand intérêt à St-Gall»

«La présentation de cette nouvelle action de promotion avec les taxis londoniens a suscité un très grand intérêt à St-Gall. Elle y a d'ailleurs rencontré tellement de succès que de nombreux partenaires touristiques ont immédiatement décidé de s'y associer. Les responsables de Berne Tourisme nous ont ainsi fait savoir qu'ils aimeraient avoir eux aussi un taxi à leurs couleurs», relève Roland Minder, le directeur-adjoint de la représentation de Suisse Tourisme en Grande-Bretagne. Le succès de cette opération promotionnelle – outre le côté sympathique des taxis londoniens – s'explique



■ **Des taxis londoniens aux couleurs helvétiques.** La représentation de Suisse Tourisme en Grande-Bretagne vient de lancer une importante action promotionnelle avec plus de vingt taxis londoniens. **Photos: Suisse Tourisme**

également par le fait qu'elle ne nécessite pas un investissement trop important. «La publicité pendant douze mois sur un taxi londonien revient à 3200 livres, soit un peu plus de 7200 francs», confirme en effet Roland Minder.

Il existe actuellement deux types de taxis qui assurent la promotion du tourisme helvétique dans la capitale britannique. Ceux de Suisse Tourisme – reconnaissables à leurs portières avant rouges comportant l'adresse Internet www.MySwitzerland.com – présentent sur leurs portières arrière des photos d'une thématique: randonnées, VTT, montagnes... Ceux des partenaires comportent en revanche des photos géantes sur toute la longueur de chacune des deux parties latérales du taxi.

Les chauffeurs de taxi vont distribuer du chocolat suisse

A l'intérieur des taxis, les strapontins laissent apparaître, lorsqu'ils sont relevés, les images de la nouvelle campagne de communication de Suisse Tourisme, par exemple le Parc naturel national aux Grisons pour l'«Eté à la montagne» ou le Cervin qui se reflète dans un lac au coucher de soleil avec la légende suivante: «Notre cinéma open-air». Ces images sont accompagnées d'offres spéciales des tours-opérateurs Crystal et Thompson Holidays qui sont proposées avec une réduction de 50 livres (environ 110 francs) si elles sont réservées à partir du numéro de téléphone qui figure à l'intérieur du taxi.

En outre, les chauffeurs de taxi seront aussi en mesure de distribuer des brochures de Suisse Tourisme, ainsi

que du chocolat Lindt. Afin de donner davantage de retentissement à cette campagne promotionnelle originale, Suisse Tourisme Grande-Bretagne envisage d'organiser prochainement un événement médiatique d'envergure en proposant de photographier les 21 taxis «suisse» devant Westminster.

Mis à part cette action promotionnelle avec les taxis, Suisse Tourisme Grande-Bretagne a réédité en début d'année la campagne de presse entamée en 2005 avec trois suppléments de seize pages encartés dans le journal britannique «The Independent». «Tirés à 250 000 exemplaires et destinés aux

ménages urbains à fort pouvoir d'achat, ces encarts ont dépassé toutes nos attentes l'an passé. Ils ont en effet généré une augmentation des réservations de séjours en Suisse de 5%», relève Roland Minder. Les trois encarts de cette année, publiés à fin février, fin mars et fin avril, ont été respectivement consacrés aux vacances actives, aux offres ferroviaires – telles que celles du Golden Pass Montreux-Oberland bernois –, ainsi qu'aux Swiss Cities. Enfin, un programme d'«e-learning», similaire à celui déjà proposé aux agents de voyages allemands, sera également mis sur pied en Grande-Bretagne.



■ **A l'intérieur des taxis londoniens.** Une fois relevés, les strapontins laissent apparaître des propositions de vacances en Suisse avec des rabais substantiels.

Une forte augmentation des nuitées britanniques

■ Les chiffres de l'Office fédéral de la statistique que Suisse Tourisme a présentés au début du mois de mai, à la Journée des vacances de St-Gall (ci-dessous), ont relevé que la Grande-Bretagne avait enregistré l'année passée la plus forte augmentation de nuitées hôtelières en Suisse. Celles-ci sont en effet passées de 1,8 million en 2003 à plus de deux millions (2,01) en 2005 (+210833). **LM**

Pays	Nuitées 2005	Evolution 2004-2005
Grande-Bretagne	+210833	(+11,6%)
Allemagne	+102326	(+ 1,9%)
Etats-Unis	+ 95768	(+ 6,8%)
Belgique	+ 75721	(+10,8%)
France	+ 74245	(+ 6,4%)
Chine	+ 65735	(+62,1%)
Espagne	+ 55888	(+19,1%)
Inde	+ 52174	(+26,5%)
Russie	+ 36326	(+15,1%)

Se loger dans les stations

■ **Sion.** «Quel équilibre entre logements pour les employés et résidences secondaires dans les stations de montagne?» Tel est le thème qui sera débattu le mercredi 31 mai à Sion. Organisée par l'Institut économie et tourisme de la Haute école valaisanne et le Centre de compétence en urbanisme, à Martigny, cette manifestation entend jeter un regard sur les modifications de la structure d'hébergement que connaissent de nombreuses stations de montagne. La forte demande de tou-

ristes souhaitant avoir leur propre objet immobilier engendre une augmentation importante des résidences secondaires. Résultat: compte tenu de l'augmentation considérable du prix des terrains et des constructions, les habitants indigènes et les employés saisonniers ont de plus en plus de difficultés à trouver des logements adaptés à leurs besoins et à leurs capacités financières. **MH**

Inscriptions: par e-mail, info@crem.ch ou www.crem.ch

Crans-Ambassador: un gâchis!

■ **Crans-Montana.** «Quel gâchis, c'est à peine croyable!» Tels sont les termes utilisés par Jacky Maisonneuve, le frère de Marc Maisonneuve, propriétaire des 50% de l'Hôtel Crans-Ambassador, dans la lettre qu'il a envoyée mardi passé aux co-propriétaires de l'immeuble. Cette lettre fait état de l'intervention de la police qui a débarqué à l'hôtel afin d'y emmener les prétendus financiers qui avaient soi-disant acheté à Jacques Rey les 50% du Crans-Ambassador. Selon «Le Nouvel-

liste», ces «sauveurs du Crans-Ambassador» sont sous le coup de plusieurs condamnations pour escroquerie. Cité par le quotidien valaisan, le juge Jo Pitteloud a confirmé l'ouverture d'une enquête pénale contre ces prétendus financiers dont Catherine Vives. Cette dernière – qui «squattait» le Crans-Ambassador avec son mari Stephan, décédé il y a quelques jours – fait par ailleurs l'objet d'une plainte pour violation de domicile de la part de Marc Maisonneuve. **LM**

Loi sur le tourisme acceptée

■ **Genève.** Genève Tourisme bénéficiera désormais d'un financement dont la pérennité sera assurée. Le week-end dernier, en effet, les citoyens genevois ont largement accepté la proposition de loi révisée sur le tourisme (cf. htr. du 18 mai). Les Genevois ont dit oui à une proportion de 85,9%, résultat qui a surpris le gouvernement par son ampleur. Seul parti opposé à la modification, l'UDC n'a pas pu empêcher ce oui massif. La nou-

velle loi est importante pour Genève Tourisme car elle clarifiera son rôle. Un des points importants de la modification est l'introduction d'un contrat de prestation liant Genève Tourisme et la Fondation pour le tourisme qui groupe les autorités cantonales et communales, ainsi que les prestataires qui paient les taxes. Par ailleurs, le système de taxation a été simplifié. Pour les hôteliers, ce nouveau système occasionnera cependant des coûts supplémentaires. **MH**

LES GENS

■ **Directeur-adjoint et responsable marketing de Valais Tourisme, Marcel Perren (photo)** a été nommé, en début de semaine, en tant que membre de la

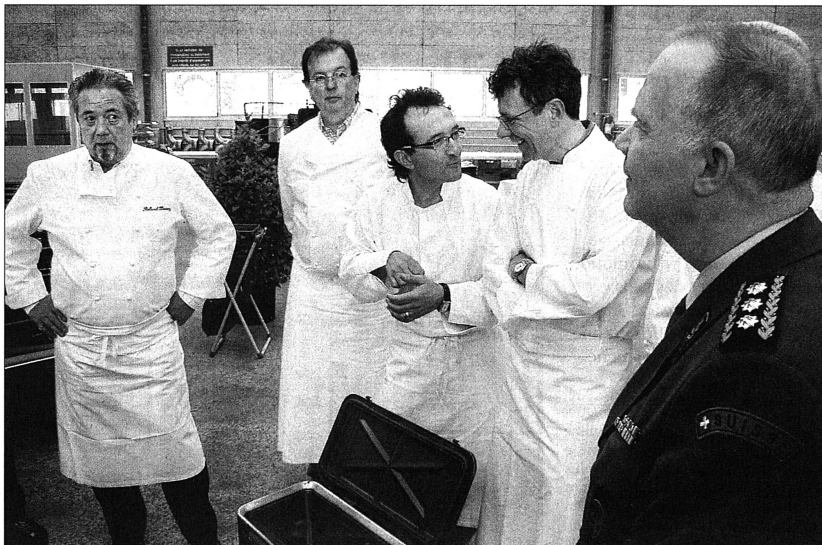


direction de Lucerne Tourisme. Il y travaillera à partir de cet automne en qualité de responsable du marketing et des ventes. Cette nomination de Marcel Perren (39 ans), qui travaillait au sein de Valais Tourisme depuis 1998, a coïncidé avec l'annonce du départ du directeur de Lucerne Tourisme Urs Kamber (50 ans). Ce dernier, engagé au mois de septembre 2004, était en congé maladie depuis le mois de mars de cette année en raison d'un «burn-out». Le poste de directeur de Lucerne Tourisme ne sera pas pourvu pour l'instant. La direction opérationnelle sera assurée par Doris Michelotti, la responsable du département information touristique. **LM**

■ **Rade Ruleski (photo)**, concierge depuis treize ans à l'Hôtel Mirador Kempinski au Mont-Pèlerin au-dessus de Vevey, a été reçu au début de ce



mois au sein de l'Association des clefs d'or qui regroupe les «meilleurs concierges du monde». Pour faire partie de cette association, il faut en effet être au bénéfice d'une expérience d'au moins cinq ans en tant que concierge dans un hôtel de luxe, parler au moins deux langues étrangères et bénéficier du parrainage de deux membres. Rade Ruleski a reçu ses clefs d'or des mains de Freddy Wiederseiner, le président de la section «Riviera vaudoise & Bas-Valais» de l'Association des clefs d'or. **LM**



■ **Discussion.** Discussion sur les qualités du matériel de cuisine militaire où l'on reconnaît (de g. à dr.) Roland Pierroz, André Jaeger, Carlo Crisi, Gérard Rabaey et le commandant de corps Luc Fellay.

Photo: Mirosław Halaba

Restauration collective

La cuisine militaire dans le coup

■ **Sur l'invitation du commandant de corps Luc Fellay, huit grands chefs ont procédé lundi à une «visite-inspection» aux cuisines militaires de Thounne.**

Mirosław Halaba

Le processus de modernisation de l'armée suisse touche tous les domaines. Chef des forces terrestres, le commandant de corps Luc Fellay en a donné la preuve lundi, réunissant huit grands chefs pour une «visite-inspection» de la cuisine militaire de Thounne. «Ils ont tous répondu à mon invitation, mais le plus difficile a été de trouver une date qui leur convenait à tous», a indiqué Luc Fellay. On le croit volontiers, puisque ses hôtes avaient pour nom: Adolf Blokkbergen (Cully), Martial Braendle (Vouvry), Philippe Chevrier (Satigny), Carlo Crisi (Cossigny), Frédéric Girardet, André Jaeger (Schaffhouse), Roland Pierroz (Verbier) et Gérard Rabaey (Brent). De plus, la date devait tomber

sur un stage de formation pour chefs de cuisine militaire.

Les invités du commandant Fellay ont observé ces aspirants au travail, à la cuisine et au service. Ils se sont laissés séduire par un repas inspiré du nouveau livre de cuisine de l'armée (sorti en janvier 2005, ce livre n'est, pour l'instant, disponible qu'en allemand). Ils ont également pu jeter un coup d'œil sur l'une des nouvelles unités de cuisine mobiles dont l'armée en a achetées trente. L'occasion aussi de comparer avec le matériel ancien que la plupart d'entre eux avaient utilisé lorsqu'ils étaient sous les drapeaux.

Une évolution appréciée des hôtes

Cette évolution du concept de la restauration militaire a été saluée par les hôtes du commandant Fellay. «Elle est dans l'ordre des choses», a estimé, par exemple, Frédéric Girardet, relevant «la passion» qui anime les aspirants chefs de cuisine. «Il est intéressant de voir

l'évolution qui a été apportée dans le matériel», a noté Philippe Chevrier, qui était aide de cuisine, il y a vingt-cinq ans, dans les troupes de la protection aérienne. Il s'est dit enchanté de la nouvelle unité mobile. «Si nous pouvions utiliser ce matériel dans le privé lorsque nous faisons de l'événementiel, nous serions performants», a-t-il déclaré.

Formation de base dans un métier de bouche

Lors de la traditionnelle «critique de l'exercice», André Jaeger a relevé, au nom de ses collègues, les efforts que l'armée suisse consent pour améliorer l'image de la cuisine militaire. Parlant de sa visite aux aspirants, il s'est dit «très impressionné» par l'esprit d'équipe qui régnait entre eux et aussi par le fait qu'ils étaient tous volontaires pour cette spécialisation. On notera que pour être retenus, les aspirants chefs de cuisine doivent être au bénéfice d'une formation de base dans un métier de bouche.

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

■ **Les clients qui paient avec leur carte de crédit ne sont pas pénalisés.** A partir du mois de février, les hôteliers et les restaurateurs peuvent demander, selon la nouvelle loi entrée en vigueur, une taxe à leurs clients qui paient avec une carte de crédit. Selon une enquête menée par notre hebdomadaire, cette taxe n'a pratiquement jamais été appliquée. Les hôteliers craignent en effet de perdre des clients s'ils venaient à leur demander un supplément pour une prestation qu'ils considéraient depuis de nombreuses années comme étant gratuite. Même si les commissions versées aux instituts de cartes de crédit s'élèvent à 95 000 francs par an dans son établissement, Andrea Jörger, le directeur de l'Hôtel Palace à Lucerne, estime que le jeu n'en vaut pas la chandelle: «Si je venais à demander un supplément pour les cartes de crédit, je risque de fâcher mes clients. Ceux-ci ne reviendraient plus et les pertes atteindraient une somme à six chiffres». Dans les agences de voyage, le son de cloche n'est pas le même. Kuoni, par exemple, demande une taxe forfaitaire de 20 francs pour chaque transaction effectuée avec une carte de crédit. **LM**

Page 4

■ **Premier bilan sur l'évaluation des hôtels sur MySwitzerland.com.** Lancé l'année passée, le système d'évaluation des hôtels par les clients – qui ont la possibilité d'écrire leurs commentaires sur le site Internet de Suisse Tourisme – suscite des avis divergents. Si l'Art Deco Hotel Montana à Lucerne et le Grand Hôtel de Bad Ragaz sont convaincus de la validité d'un tel système d'évaluation, ils constituent plutôt l'exception que la règle. Certains hôteliers, à l'image d'Andreas Furrer, des Hôtels Art Furrer en Valais, n'accordent que très peu d'intérêt à ce genre d'évaluation. **LM**

Page 9

■ **La Coupe du monde de football à toutes les sauces.** A l'occasion de la Coupe du monde de football, qui se déroulera sous peu en Allemagne, de nombreux restaurants redoublent d'idées pour attirer la sympathie des passionnés de foot. A Berne, par exemple, un restaurateur offrira une saucisse pour chaque but marqué par l'équipe de Suisse. McDonald's a quant à lui lancé un hamburger en forme de ballon et Frisco en a fait de même avec une glace qui s'appelle Ice Cup. **LM**

Page 14

IMPRESSUM

hotel-tourismus revue

Die Fachzeitung für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

Gegründet 1992

Herausgeber:
hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130
Postfach
3001 Bern

Redaktion:
Chefredaktion: Marietta Dedual (MD).
Stellvertreter: Mirosław Halaba (MH).
Hotellerie und Tourismus: Herbert Fischer (Hf).
Christine Kündler (CK), Theres Lagler Berger (TL), Daniel Stampfl (DST), Dr. Karl Josef Verding (KJV).
Gastronomie/Technik: Renate Dubach (RD), Gudrun Schlenzner-Gasser (SGG).
Cahier français: Mirosław Halaba (MH), Laurent Misbauer (LM).
Produktion/Layout: Roland Gerber (RG), Gilbert Perrot (GPE).
Korrektur: Paul Le Grand.

Korrespondenten: Guido Böhrer (GB), Zürich; Hans-Peter Gsell (HPS), Basel; Katja Hasenkamp (HAS), Paris; Martina Kunze (MK), Madrid; Gerhard Lob (GL), Tessin; Heribert Purtscher (HP), Wien; Franziska Richard (FR), Basel; Georg Uebauß (GU), Frankfurt; Gregor Waser (GW), Zürich; Harald Weiss (HW), New York; Robert Wildi (ROW), Zürich.
Verlag:
Verlagsleitung: Iris Strebel.
Stellensinister: Marc Moser.
Geschäftsanzeigen: Oliver Egloff (Anzeigenleiter), Michael Müller.

Druck:
Büchler Grafino AG, Druckzentrum Bern.
Auflage:
WEMF-beglaubigt 2004/05
Verkaufte Auflage: 12 332
Gratissauflage: 1342
(Drucksauflage: 18 000)
Verkaufspreis: (inkl. MwSt)
Einzelnummer Fr. 4,30,
Jahresabonnement Fr. 145,-.
ISSN: 1424-0440

Partnerpublikation:
– Verband Schweizer Tourismusmanager (VSTM)
– Schweizerische Vereinigung diplomierter Tourismusexperten (TOUREX)
– Vereinigung Diplomierter Hotelliers-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
Insertate:
Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: insertate@htr.ch
Internet: www.htr.ch
Für unverlangte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.

marché de l'emploi stellen revue

htr

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

GASTRO SUISSE
JOB SERVICE

SUCHEN? VERMITTELN? FÖRDERN!
WIR VERMITTELN
Service-Fachangestellte
Köche/Köchinnen

Blumenfeldstrasse 20, 8048 Zürich, Tel. 044 377 55 55
Fax 044 377 55 90, E-Mail: jobservice@gastro Suisse.ch
www.gastro Suisse.ch

Fach- und Kaderstellen-Leute
Professionnels et cadres –
emplois et personnel
Professionali e quadri –
posti e impiegati

WWW.GASTRONET.CH

044 225 80 90
gastronet@gastronet.ch

GASTRONOMIE-HOTELLERIE

16943

New Challenge Personalberatung & Vermittlung

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

Gabriela Weber
Telefon 044/201 24 66
Seestrasse 160, 8002 Zürich
E-Mail: newchallenge@bluewin.ch

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

Beratung Selektion Vermittlung

Gastrojob

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

hotel+tourismus revue

INHALT / SOMMAIRE

Kaderstellen	2
Deutsche Schweiz	2 – 6
Svizzera italiana	6
International	6
Stellengesuche	6
Suisse romande	6
Marché international	6
Demandes d'emploi	6

POSTILLON
HOTEL RESTAURANT
CH-6374 Buochs

Ich bin Direktionsassistentin in einem wunderbar gelegenen 4*-Hotel in der Zentralschweiz. Da sich in meinem Privatleben Änderungen abzeichnen, suche ich nach Vereinbarung einen **aufgestellten Nachfolger** (m. oder w.), der folgendes Anforderungsprofil mitbringt:

- Erfahrungen in den Bereichen:
- F & B Controlling und/oder Service
- Reception (Protel oder Fidello)
- Personalführung und Administration
- Kreditorenbuchhaltung
- Freude am gepflegten Umgang mit unseren Gästen und Mitarbeitern
- sich als integer, loyal und belastbar einstellt

Gerne erwarte ich Ihre vollständige Bewerbung per Post. Allfällige Fragen beantworte ich gerne auch telefonisch.

Hotel Postillon, Sandra Stanek, Direktionsassistentin
CH-6374 Buochs, Tel. 041 620 54 54

171242

Die Herausforderung für einen motivierten, initiativen Kleinunternehmer

im interessanten und erfolgsorientierten Umfeld
in **Celerina**. An guter Verkehrslage vermieten wir
ein gutbürgerliches, gemütliches und neu eingerichtete

Bistro/Restaurant

mit 44 m² im Erdgeschoss, UG 40 m²,
35 Innen- und 25 Aussensitzplätze. Totalerneuerte Küche.

Mietinteressenten melden sich für eine Dokumentation
oder für eine Besichtigung bei:
FOPP Organisation & Treuhand
Via Mulin 4, 7500 St. Moritz
Fax: 081 833 10 62, rudolf_fopp@bluewin.ch

171269

PARK HOTEL WINTERTHUR ****

Haben Sie heute schon gekündigt?

Das attraktive Restaurant Bloom mit Bar/Lounge gehört zum Park Hotel Winterthur, dem führenden Businesshotel der Region. Zur Unterstützung unserer erfolgreichen Küchenbrigade suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen

Sous-Chef (w/m)

Ihr Aufgabengebiet umfasst die Stellvertretung des Küchenchefs in allen Punkten (Führung des Küchenteams, Lehrlingsausbildung, Einkauf und Lagerbewirtschaftung, Administration) und den Einsatz auf allen Posten. Sie sind mitverantwortlich für die Sicherstellung unserer hohen Qualitätsstandards, um unsere Gäste mit der internationalen Küche – welche exotische Kostlichkeiten mit bewährten Klassikern verbindet – zu verwöhnen. Freiheit, Freude, Harmonie: Diese Grundsätze leben wir und verwöhnen so unsere Gäste und Mitarbeiterinnen. Vertrauen und Transparenz sind nicht nur Lippenbekenntnisse, sondern gelebte Führungsgrundsätze. Wir haben hochgesteckte Ziele. Sie helfen mit bei der Umsetzung!

Sie sind zwischen 26- und 35-jährig, „hungrig“ darauf etwas zu bewegen und Ihrer Karriere einen Kick zu geben. Berufserfahrung in gleichwertiger Funktion und Inhaber des Gastronomiekoch-Fachausweises? Loyalität, Zuverlässigkeit und ein einwandfreier Umgang mit Menschen sind für Sie eine Selbstverständlichkeit?

Dann freuen wir uns, Sie schon bald kennen zu lernen!



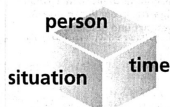
Martin Studer, Hoteller



Bitte richten Sie Ihre vollständige Bewerbung an:
Eva Heller, Vizedirektorin, eva.heller@phwin.ch

Park Hotel Winterthur
Stadthausstrasse 4, CH-8402 Winterthur
+41 (0)52 265 02 65, www.phwin.ch

171278



covariation search ag

Personnel Search & Management Support

Ihre unternehmerische Fähigkeit lassen Sie in Crans-Montana zur Geltung kommen, indem Sie engagiert und leidenschaftlich für das Wohl der Gäste besorgt sind!
Im Auftrag einer mittelgrossen, in der Schweiz und im Ausland tätigen Hotel-Gruppe, suchen wir ab Sommer 2006 oder nach Vereinbarung eine führungskompetente Persönlichkeit in der Funktion als

Direktor/in

Sie sind in der Lage, das Hotel erfolgreich zu leiten. Ihre Verantwortung ist es, 50 Mitarbeitende zielorientiert und unterstützend zu führen. Mit Ihrem erfolgreichen Leistungsnachweis entwickeln Sie permanent die Qualität der Ablaufprozesse unter den verschiedenen Departementen (Küche/F&B/Reception/Hotellerie) und achten auf die gepflegte Atmosphäre im Hause.
In dieser Position sind Sie zuständig für die Unternehmensentwicklung und vertreten den Betrieb nach aussen (Verbände/Behörden/Lieferanten). Zudem sind Sie für die Logistik-Prozesse (z.B. Einkauf/Statistik) zuständig.
Basierend auf Ihrem betriebswirtschaftlichen Wissen erledigen Sie die buchhalterischen Arbeiten, handelnd nach den Budgetvorgaben. Mit Ihrem Vorgesetzten, dem Leiter der Hotelgruppe Schweiz, sprechen Sie sich regelmässig ab hinsichtlich des Geschäftsverlaufs.

Sofern Sie ein gepflegtes Hotel mit 120 Zimmern und einer einmaligen Wellness-Oase (in einer Welt der Erholung) nach unternehmerischen Kriterien führen möchten, sind Sie bei uns an der richtigen Adresse. Hier können Sie sportliche, jüngere und ältere Gäste sowie Familien verwöhnen.

Wir stellen uns eine glaubwürdige und kommunikative Person vor, welche bereits einen Nachweis über eine erfolgreiche berufliche Laufbahn mitbringt.
Mit Ihrem Fähigkeitsausweis oder als ausgebildete/r Hoteller/ère HF werden Sie diesen Ansprüchen gerecht. Sie beherrschen deutsch und französisch in Wort und Schrift.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung per Email an michele.seewer@covasearch.com.
Für weitere Auskünfte steht Ihnen Herr Michael Luginbühl, covariation search ag, Optingenstrasse 5, 3000 Bern 25 gerne unter der Telefonnummer 031 335 65 75 zur Verfügung.

www.covasearch.com

Töpferstrasse 5, 6004 Luzern
Bahnhofstrasse 71, 8001 Zürich

171273

VALENTINO gastronomia

Wir, ein junges Gastro-Unternehmen suchen per 15. Juni 2006 oder nach Vereinbarung für das **Ristorante Primo in Wetzikon Geschäftsführer/in**.

Ihre Aufgabe: Ihnen obliegt die Führung des Ristorante Primo in Wetzikon mit 160 Plätzen. Mit Ihrem Team gewährleisten Sie reibungslose Abläufe und einen grösstmöglichen Kundennutzen. Sie verkaufen aktiv unsere Dienstleistung und sind frontorientiertes Arbeiten gewöhnt. Das Durchführen von Massnahmen zur Verkaufsförderung gehört ebenfalls zu Ihren Aufgaben. Kundenzufriedenheit ist Ihr und unser oberstes Gebot!

Was Sie mitbringen: Sie sind eine dynamische Persönlichkeit, ein/e Macher/in mit Organisationstalent und Flair für die italienische Küche. Dank Ihrer sympathischen und vertrauensvollen Art, ist es leicht für Sie auf allen Ebenen zu kommunizieren. Sie haben eine Hotelfachschule abgeschlossen und/oder verfügen über Erfahrung in der Führung eines Ristorante. Italienisch ist keine Fremdsprache für Sie!

Wir bieten: Eine sehr herausfordernde Kaderstelle, in einem trendigen und unkomplizierten Umfeld; viel Führungs- und Fachverantwortung, eine selbstständige Tätigkeit innerhalb von gegebenen Rahmenbedingungen, eine motivierte Crew und gute Entwicklungsmöglichkeiten. Alles in allem die Chance, Ihr Können unter Beweis zu stellen!

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann zögern Sie nicht, uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto zukommen zu lassen.

Valentino Gastronomia AG, Sonia Dettterbeck, Alpenstrasse 14, 6300 Zug
Telefon 041 725 29 00, s.dettterbeck@valentino-gastronomia.ch

171239



Making people
successful in a changing world

0848 654 321

Adecco
HOTEL & EVENT

AG**ACTIVE GASTRO ENG**

Die besten Stellen in der Hotellerie/Gastronomie finden Sie hier

www.activegastro.ch

Bei uns erwartet Sie eine persönliche und kompetente Beratung.

Rufen Sie uns an: +41 44 432 73 73

ACTIVE GASTRO ENG GMBH, Postfach, 8048 Zürich

ALDEN
HOTEL SPLEGENSCHLOSS

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir folgende Positionen:

ReceptionistIn per 1. September

mit Erfahrung in der 4-5* Hotellerie, Beherrschung von D, E und F

Demi-chef de rang / Commis de rang per 1. Juni

zur Betreuung der Gäste im Gourmet-Restaurant sowie in der Bar/Bistro

Portier per 1. Juli

mit guten Deutsch- und Englischkenntnissen, Führerschein B

Sie sind qualifiziert, bringen Erfahrung in der gehobenen Hotellerie oder Gastronomie mit, sind verantwortungsbewusst, flexibel, motiviert und haben gute Umgangsformen.

Wir freuen uns, Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Zeugnissen, Referenzen und Foto zu erhalten.

Kontaktperson: Tami Stump

Spilgenstrasse 2 CH-8002 Zürich/Schweizland
Tel. +41 1 289 99 99 Fax +41 1 289 99 98 www.alden.ch welcome@alden.ch**KLINIK SCHLOSS MAMMERN**Akutspital für Innere Medizin
mit integrierter RehabilitationIm grossen Park direkt am Untersee (Bodensee)
gelegen, 125 Betten und 200 Mitarbeiter

Zur Verstärkung unseres jungen und aufgestellten Teams von Réceptionsmitarbeitern, suchen wir per 1. August 2006 oder nach Vereinbarung eine/n

RéceptionistIn/en**100% Pensum**Sie sind zwischen 24 und 35 Jahre alt und suchen eine neue Herausforderung mit **vielseitigem Tätigkeitsgebiet**. Es reizt Sie, in einer prachvollen Umgebung in der Nähe von Kreuzlingen, Schaffhausen und Frauenfeld zu arbeiten, dann lesen Sie weiter.**Das Aufgabengebiet beinhaltet** die Erfassung der medizinischen Leistungen, das Erstellen der Patientenrechnungen bei Abreise, der Tagesabschluss, administrative Aufgaben beim Empfang der Patienten. Alle Aufgaben werden mittels Spitalsoftware Misa+ getätigt. Mithilfe bei der Bedienung der Telefonzentrale und Personensuchanlage sowie diverse Sekretariatsarbeiten auf PC (Microsoft Word/Excel).**Ein freundlicher Arbeitsplatz** in geräumigen Lokalitäten im Schloss erwartet Sie. Flexible Arbeitszeiten mit 42h-Woche, zwischen 7.00 Uhr bis spätestens 21.30 Uhr (Sommer 22.30 Uhr), alternierender Samstag-/Sonntagdienst. Für die Mahlzeiten steht ein Personalrestaurant zur Verfügung. Bei Bedarf stellen wir Ihnen eine moderne, helle Dienstwohnung ca. 5 Gehminuten vom Arbeitsort entfernt zur Verfügung mit Blick zum See.**Die Voraussetzungen** für diese Stelle sind eine Grundausbildung im Bereich Hotellerie oder in der Gesundheitsbranche mit Erfahrung im kaufmännischen Bereich. Sie müssen unbedingt ein Flair für Zahlen haben, gerne mit dem PC arbeiten wollen und schätzen gleichzeitig den Kontakt zu den Patienten. Von Vorteil wäre Erfahrung mit der Software Misa+ (von Corona), Kenntnisse über die Abrechnung mit Krankenkassen, medizinische Terminologie und Fremdsprachenkenntnisse E.

Sollten wir Sie neugierig gemacht haben, so senden Sie uns bitte Ihre vollständigen Unterlagen mit Lebenslauf, Passfoto und Zeugnissen zu. Für weitere Auskünfte stehen wir Ihnen selbstverständlich telefonisch jederzeit zur Verfügung, garantieren Ihnen absolute Diskretion und freuen uns auf Ihre interessante Bewerbung.

KLINIK SCHLOSS MAMMERN AG

Flandrina C. von Salis, Vizedirektorin / Personalschefin

CH-8265 Mammern (Bodensee) TG

Tel. 0041 52 742 11 11

fvs@klinik-schloss-mammern.chwww.klinik-schloss-mammern.ch**THE SWISS
LEADING
HOSPITALS****BEREST AG**Unternehmensführung, Beratung und
Treuhand für Hotels und Gastronomie

Für unser

**TRENDIGES
STAMMLOKAL**

im Kanton Aargau suchen wir eine/n topmotivierte/n

KüchenleiterIn

Wir brauchen eine junge, selbständig arbeitende und berufserfahrene Person. Du hast Spass daran in einem aufgestellten Team die Verantwortung in der Küche zu übernehmen und die Gäste mit deinen Kochkünsten zu verwöhnen.

Fühlst du dich angesprochen und möchtest in deinem Leben noch viel erreichen? Dann erwarten wir mit Spannung deine schriftliche Bewerbung mit Foto.

Ivana Borin
jobs@berest.comThannenstrasse 30 • 4009 Basel
Telefon 061 228 95 55
Fax 061 228 95 59

Cercasi

Cuoco con Esperienza

Cucina Italiana, dal 1.6.2006.

Restaurant Hirschen, 6416 Steinerberg
Kanton Schwyz, Tel. 041 832 05 25**Schweizer Alpen-Club SAC**
Club Alpin Suisse
Club Alpino Svizzero
Club Alpin Sizzer

Möchten Sie zusammen mit der Kommission Bergsport und Jugend sowie einem Team der Geschäftsstelle des Schweizer Alpen Club SAC aktiv die Zukunft im Kerngeschäft des SAC gestalten? Für die Leitung des Bereichs Bergsport und Jugend auf der Geschäftsstelle in Bern suchen wir per 1. Juli 2006 oder nach Vereinbarung eine/n

Bereichsleiter/in Bergsport und Jugend (80%)**Ihre wichtigsten Aufgaben**

Sie leiten den Bereich Bergsport und Jugend auf der Geschäftsstelle. Sie stellen die Durchführung des SAC-Ausbildungsprogramms mit jährlich über 150 Kursangeboten sicher und werden dabei vom Fachleiter Ausbildung und drei weiteren Mitarbeitenden unterstützt. Sie planen und realisieren das SAC-Tourenprogramm in Kooperation mit dem Verband der Bergsportschulen Schweiz. Sie unterstützen die Kommission Bergsport und Jugend in ihren Aktivitäten, erarbeiten zusammen mit der Kommission das Bereichsbudget und überwachen dessen Einhaltung. Sie unterstützen die Fachverantwortliche Jugend in der Jugendarbeit. Vertretung des SAC nach Aussen in Organisationen und bei Geschäftspartnern gehört ebenso zu Ihren Aufgaben, wie die Mitarbeit in bereichsübergreifenden Projekten innerhalb des SAC.

Ihr Profil

Für diese anspruchsvolle Position bringen Sie eine kaufmännische Grundausbildung mit sowie eine Aus- oder Weiterbildung in den Bereichen Tourismus/Betriebswirtschaft oder Vergleichbarem. Sie verfügen über Berufs- und Führungserfahrung in einem ähnlichen Tätigkeitsgebiet, sind selbst aktive/r Bergsportler/in und kennen den SAC und seine Angebote. Sie sind deutscher oder französischer Muttersprache und beherrschen die zweite Sprache in Wort und Schrift. Strukturiertes und ganzheitliches Denken und Handeln helfen Ihnen in dieser interessanten und abwechslungsreichen Tätigkeit.

Wir bieten moderne und attraktive Anstellungsbedingungen, Entlohnung nach SKV-Normen sowie eine herausfordernde Arbeit in einem spannenden und vielseitigen Umfeld. Frauen ermutigen wir, sich zu bewerben.

Interessiert? Wenn Sie sich angesprochen fühlen, senden Sie Ihre Bewerbung bis 10. Juni 2006 mit den üblichen Unterlagen an den Schweizer Alpen-Club SAC, z. H. Peter Mäder, Monbijoustrasse 61, Postfach, 3000 Bern 23, peter.mader@sac-cas.ch. Er erteilt Ihnen auch gerne nähere Auskünfte (031 370 18 01).**LIGURIA**
RISTORANTEWir suchen per 1. Juni oder nach Vereinbarung für unser Ristorante Liguria in Zug einen/eine **Sous-Chef****Ihre Aufgabe:** Sie sind die rechte Hand des Küchenchefs, führen das Team bei dessen Abwesenheit, souverän durch die Arbeit und verlieren auch im hektischen Alltag nie die Übersicht.**Was Sie mitbringen:** Sie sind eine dynamische Persönlichkeit und ein ehrlicher Teamplayer. Für Sie ist Flexibilität eine Selbstverständlichkeit. Aber vor allem begeistern Sie sich für die Feinheiten der italienischen Fisch- und Pastaküche.**Wir bieten Ihnen:** Eine sehr herausfordernde Stelle, bei der Sie Ihre Ideen direkt einbringen und umsetzen können. Viel Führungs- und Fachverantwortung sowie eine selbständige Tätigkeit innerhalb von gegebenen Rahmenbedingungen, eine motivierte Crew und gute Entwicklungsmöglichkeiten. Alles in allem die Chance, Ihr Können unter Beweis zu stellen.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann zögern Sie nicht, uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto zukommen zu lassen.

Valentino Gastronomia AG, Sonja Detterbeck Alpenstrasse 14, 6300 Zug,
Telefon 041 725 29 03, s.detterbeck@valentino-gastronomia.ch**KINDLI**
SEIT 1474

Das Hotel KINDLI liegt an ruhiger Lage, mitten in der Zürcher Altstadt, zwischen Bahnhofstrasse und Lindenhof.

Unser Stadthotel hat den Charakter eines privaten Hauses: Ein Ort zum Wohlfühlen.

Für die Betreuung unserer internationalen Gäste suchen wir eine freundliche, belastbare und diskrete

RéceptionistIn

mit sicheren Umgangsformen und gepflegtem Auftreten.

Wenn Sie über entsprechende Erfahrung und sehr gute Sprachkenntnisse (D/E) verfügen, freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

HOTEL KINDLI
Pfalzgasse 1, 8001 Zürich
Monika Kalms
Tel. 043 888 76 76
monika.kalms@kindli.ch

Gesucht per Dezember 2006 für unser thailändisches Restaurant

**thailändische
Spezialitätenköche
und MusikerIn**Ihre vollständige Bewerbung mit Foto senden Sie bitte unter Chiffre 171259 an hotel+tourismusrevue, Postfach, 3001 Bern.**Engel**

Ab Juli/August 2006 suchen wir für unser Hotel/Restaurant Engel in Dornach folgende Mitarbeiter

– Küchenchef

- Sie sind eine gelernte Fachkraft mit viel Freude am Beruf.
- Sie sind sehr kreativ und trotzdem sicher in Kalkulation und Berechnung der Gerichte.
- Sie können eine mittelgrosse Küchenbrigade führen und zu «Höchstleistungen» bringen.
- Sie behalten den Überblick bei Stresssituationen.
- Sie haben Erfahrung im Umgang mit Lehrlingen.
- Eine fruchtbare Zusammenarbeit mit dem Patron setzen wir voraus und freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen.

Ebenso suchen wir:

– Sous-Chef**– Aushilfsköche für das Wochenende**Hotel Engel, Hauptstrasse 22, 4143 Dornach
Bruno Ritter, eidg. dipl. Restaurateur, Gastgeber
Tel. 061 705 04 04
Fax 061 705 04 05
www.hotel-engel.ch**Willkommen
im Mittelpunkt des Geschehens**

Das Hotel Astoria ist ein komplett neu renoviertes und voll klimatisiertes Viersternhotel mit 180 Zimmern im Zentrum der Stadt Luzern. Unsere Restaurants Latino (15 Punkte Gault Millau) und La Cucina (12 Punkte Gault Millau) sind einzigartig. In der Penthouse-Bar und dem Prada-Dance-Club wird getanzt und gefeiert.

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung:

Stv. Gouvernante

für unser lebhafte Hotel. Eine abgeschlossene Berufsausbildung ist Bedingung.

Chef de Service / Stv. Chef de Service

für unsere abwechslungsreichen Restaurationen.

Chef de Partie

für unser Restaurant Latino mit mediterraner Cuisine du Marche (15 Punkte Gault Millau).

Telefonistin

Ab August 2006 für unsere Telefonzentrale. Dienst: 9.00 bis 18.30 Uhr inkl. 1 Std. Pause. Gute Deutsch- und Englischkenntnisse sind Voraussetzung.

Neugierig? Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung mit Foto.
Frau Alexandra Mürner freut sich auf Ihre Kontaktaufnahme!Hotel Astoria, Pilatusstrasse 29, 6002 Luzern
amuenger@astoria-luzern.ch www.astoria-luzern.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 charmanten 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. Luttmann, Y. Weber, T. Soltermann
Rohrstrasse 67 8152 Glattbrugg
www.runway34.ch Email info@runway34.ch
Telefonische Auskünfte 043 816 34 34



Wir suchen nach Vereinbarung einen

Leiter Buchhaltung/Personal (m/w)

Sie sind allein verantwortlich für die Finanz-, Debitoren-, Kreditoren- und Personalbuchhaltung, für das Erstellen des Jahresabschlusses für die externe Revision sowie für das Personalwesen von der Rekrutierung bis zur Lohnabrechnung. Sie haben einen Hotelfachschulabschluss oder eine abgeschlossene KV-Ausbildung in der Hotellerie, Personal- und Buchhaltungserfahrung und sind seriös, ausgeglichen und zuverlässig.

Auf Ihre kompletten Unterlagen mit Foto freut sich Heike Bülmann, Leiterin Buchhaltung/Personal.

SeminarHotel am Ägerisee:
Seestrasse 10, 6314 Unterägeri
Telefon 041 754 61 61, Fax 041 754 61 71
www.seminarhotelaegerisee.ch

171263



Ein starker Auftritt inmitten der Jungfrau-Region

in unserem dynamischen und qualitätsbewussten Team

– Chef de Partie (m/w)
mit Erfahrung in der Gourmetküche

Nach Erhalt Ihrer Unterlagen laden wir Sie gerne ein, um alles Weitere mit Ihnen zu besprechen.

171256



DOMINO GASTRO

- Wir beraten Fachleute, Talente und Aufsteiger
- Bei uns sind Sie in guten Händen
- Erfolgreiche Hotels verlangen mehr und bezahlen mehr
- Arbeiten muss Freude machen – Lebensfreude

043 960 31 51 Zürich, St. Gallen, Bodensee, Graubünden, Davos
061 261 56 50 Basel, Solothurn, Wallis, Zermatt, Genf, Romandie, Lausanne
055 415 52 84 Luzern, Zürichsee, Rapperswil, Zug, Aargau, Baden, Tessin
061 261 56 50 Berner Oberland, Interlaken
043 960 31 53 Engadin, St. Moritz

Für Stellensuchende kostenlos www.dominogastro.ch

169177



Wir suchen für unser Trendlokal im Herzen von Vaduz (FL) per 1. Juli oder nach Vereinbarung einen motivierten, aufgestellten und zuverlässigen

Servicefachangestellten/Barman (m)

Frau Konzett freut sich auf Ihre schriftliche Bewerbung

Bar Nexus AG
Aeulestrasse 51
9490 Vaduz

Tel. 00423 232 95 95
Fax 00423 232 95 96

171274

Wir sind ein Gasthaus im Kanton Zug und suchen zur Neueröffnung nach Umbau des Hauses auf den 1. September

– Commis oder Koch
– Servicefachangestellte/n mit Erfahrung
– Küchenhilfe 80%

Wir sind ein Landgasthof mit saisonaler Küche, kleineres junges Team. Auf Wunsch ist eine 1-Zi.-Wg. im Hause. Interessiert? Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Foto.

Gasthof Hinterburgmühle
Hanspeter Siedler
Edlibachstrasse 61, 6345 Neuheim
hampi.neuheim@bluewin.ch oder
078 626 77 73

171276



Für die bevorstehende Sommersaison von Mai/Juni bis ca. Ende August/September suchen wir noch:

Servicemitarbeiter (m/w) mit À-la-carte-Erfahrung

Sommerpraktikant (m/w – Service)

Sie lieben die Herausforderung und mögen Gäste? Dann sollten Sie sich bei uns melden!

Georges Beutler, Hotel Interlaken
Höheweg 74, 3800 Interlaken
Telefon 033 826 68 68
www.interlakenhotel.ch
georges.beutler@interlakenhotel.ch

171247



Beim Lindenplatz mitten in Altstetten entsteht die Seniorenresidenz Spigarten. Sie verfügt über 68 seniorengerechte Wohnungen und eine Pflegeabteilung mit 18 Einzelzimmern. Ein Restaurant mit öffentlichem Café, Coiffeur/Podologie, diverse Allgemeinräume, Parking etc. runden das attraktive Angebot ab.

Im Oktober 2006 eröffnen wir die Seniorenresidenz Spigarten und suchen Sie als

Stv. Küchenchef/-in

In unserem Restaurant mit öffentlichem Café legen wir grössten Wert auf gepflegte und gesunde Gastronomie. Sie sind ein(e) erfahrene(r) Berufsmann/Berufsfrau mit Weiterbildung in der Diät-küche. Sie kennen auch die Bedürfnisse älterer oder kranker Menschen und sind in der Lage, Ihr Repertoire an marktgerechten Kostlichkeiten den unterschiedlichen Anforderungen anzupassen. Ihr Team führen Sie in Abwesenheit des Küchenchefs umsichtig und kompetent. Wir bieten Ihnen geregelte Arbeitszeiten, in der Regel ohne Abenddienst.

Stellenantritt: 1.10.2006.

Koch / Köchin

Unsere Bewohnerinnen und Bewohner steht jeden Mittag ein Angebot von drei verschiedenen hochwertigen Menüs zur Auswahl. Wir legen Wert auf eine erstklassige Zubereitung und ansprechende Präsentation der Speisen. Mit Ihrer Berufserfahrung sind Sie in der Lage, diese Erwartungen zu erfüllen und Ihre Ideen einzubringen. Wir bieten Ihnen geregelte Arbeitszeiten mit eingeschränktem Abenddienst.

Stellenantritt: 1.10.2006.

Mitarbeiterin / Mitarbeiter Küche

Als Mitarbeitende im Küchenteam besorgen Sie die anfallenden Rüst-, Reinigungs- und Abwascharbeiten. Sie sind aufgestellt und motiviert, als Teil eines eingespielten Teams eine Visitenkarte für die Residenz zu sein.

Stellenantritt: 1.10.2006.

Service-Mitarbeiterinnen

Sie sind ausgesprochen freundlich und besitzen ausgezeichnete Umgangsformen. Als erfahrene Servicefachperson beraten Sie Bewohnerinnen und Bewohner und Gäste in der Speisewahl und sind stets darum bemüht, ihnen zu Diensten zu sein. Die gleichen Anforderungen erfüllen Sie auch mit Herz auf unserer Pflege-station. Einwandfreies Deutsch ist Voraussetzung.

Stellenantritt: 1.10.2006.

haben wir Ihr Interesse geweckt? Sie dürfen von uns vorteilhafte Arbeitsbedingungen in einem gepflegten neuen Betrieb erwarten. Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an die untenstehende Adresse.

Seniorenresidenz Spigarten, Frau Melanie Gaus,
Geschäftsführerin, Spigartenstrasse 2, 8048 Zürich
Telefon 043 444 15 15, www.residenz-spigarten.ch

171258



Auf der Suche nach einer neuen Herausforderung? Sie haben gute Sprachkenntnisse in D/F/E und arbeiten gerne selbstständig und flexibel? Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir eine/n

Réceptionist m/w mit Hotelerfahrung

Im Herzen der Westschweiz heissen wir Sie in unseren gepflegten ****GRAND HOTEL DES BAINS heute schon herzlich willkommen.

Wir erwarten gerne Ihren Lebenslauf mit Foto und Zeugniskopien GRAND HOTEL DES BAINS, Lorène Rosset, Av. des Bains 22/ CP, 1401 Yverdon-les-Bains.

www.grandhotelyverdon.ch

171282



Für unser Bijou mit Blick auf die Stadt Luzern und den Vierwaldstättersee halten wir per 1. Juli 2006 oder nach Vereinbarung Ausschau nach engagierten Teamplayern, welche Individualität und Aussergewöhnliches in einem jungen Team suchen.

Jungkoch (w/m)

Abgeschlossene Lehre, selbstständig, aufgestellt, motiviert und verantwortungsbewusst.

Wir freuen uns über Ihre vollständigen Unterlagen mit Foto. Für Fragen steht Ihnen unser Küchenchef Jürg Bischof (j.bischof@schloessli-utenberg.ch) gerne persönlich zur Verfügung.

Die Gastgeber
Roger Widmer & Andrea van Ransbeeck-Widmer

Restaurant Schössli Utenberg
Utenberg 643, 6006 Luzern
Telefon 041 420 00 22
www.schloessli-utenberg.ch

171268



Wir suchen ab sofort oder auf die Sommersaison:

1 Service-Angestellte für unser Speise-Restaurant

1 Service-Angestellte 60%

für unsere Hotelgäste (Frühstück-/Nachschm-SERVICE)
Gute Deutschkenntnisse, Service-Erfahrung und nette Erscheinung sind Voraussetzung.



Wir suchen für unseren Tagesbetrieb

1 Teilzeit-Service-Angestellte 60%

Bitte senden Sie uns Ihre Bewerbung oder rufen Sie uns an:
Golf-Hotel des Alpes
A. und V. Tarnuzzer
7503 Samedan
Telefon 081 851 03 00

171240



Lebensqualität ist keine Frage des Alters

Die Seniorenresidenz Multengut im Zentrum von Muri bietet begleitetes Wohnen auf hohem Niveau an. Wir pflegen und betreuen unsere Bewohnerinnen und Bewohner sowohl in den Wohnungen als auch auf der Pflegeabteilung. Ihre Lebensqualität und ihre Sicherheit stehen für uns im Zentrum.

Für unser Team suchen wir

Serviceangestellte/r, 100 %, ab 1. August oder nach Vereinbarung

Sie sind ausgesprochen freundlich und besitzen ausgezeichnete Umgangsformen. Als erfahrene Servicefachperson im à la carte-Service beraten Sie Bewohnerinnen und Bewohner sowie Gäste in der Speiseauswahl und sind stets bemüht, ihnen zu Diensten zu sein. Mundart ist Bedingung.

Diätköchin, Diätkoch, 100 %, nach Vereinbarung

Sie haben die Berufslehre absolviert und besitzen à la carte-Erfahrung. Wir legen Wert auf eine erstklassige Zubereitung und ansprechende Präsentation der Speisen. Mit Ihrer Berufserfahrung bringen Sie Ihre Ideen ein.

Wir bieten Ihnen eine anspruchsvolle, abwechslungsreiche Aufgabe in einem aufgestellten Team mit geregelten Arbeitszeiten (Tagesbetrieb) und bezahlen nach branchenüblichen Ansätzen.

Das Multengut ist eine besondere Seniorenresidenz. Können wir Sie mit diesem ganz speziellen Spirit anstecken?

Bitte senden Sie die vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto per Post an die untenstehende Adresse. Wir freuen uns auf Sie!

Seniorenresidenz MULTENGUT
Personalabteilung, Mettleggässli 8+10, 3074 Muri,
www.multengut.ch

171257



3792 SAANEN/GSTAAD

Wir suchen für die Sommersaison in der lebendigen Fussgängerzone von Gstaad für unsere Snack-Bar

ManagerIn und MitarbeiterIn

auch Teilzeit
Sie lieben den Kontakt zu Menschen, sind verkaufsorientiert und fröhlich, mögen es selbstständig zu arbeiten und Sie sind sprachgewandt.

Wir bieten sehr gute Entlohnung, flexible Arbeitszeiten, 10h-18h oder 18h-01h.
Gutes Arbeitsklima, Anlehre und Firmenwagen.

Infos bei Sandy Böö
3792 Saanen
Telefon 033 748 17 50 / 078 663 46 46

171290



Ban Song Thai

ร้านอาหารไทย
Restaurant in the heart of Zurich

Thai Head Chef/Sous Chef

Planning, production, cooking and ordering. Age between 28 and 40 years, experience in similar position/s. Start August 13, 2006. A team of four, an attractive location and good salary are waiting for you. Please send CV to:

Ban Song Thai, Ruedi Rickli
Kirchgasse 6, 8001 Zürich

171272



Pfingsten/Pentecôte 2006

Liebe LeserInnen, liebe InserentInnen

Bitte beachten Sie den veränderten Erscheinungstag und Anzeigenschluss nach Pfingsten:

Chères lectrices, chers lecteurs

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

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

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

Wir danken für Ihre Kenntnisnahme und wünschen frohe Festtage.

hotel+tourismus revue
Redaktion und Verlag

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**



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
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/TI	
1237	Pâtissier/Gardemanger	42	FR	G-EG/Juni	D/F	ZH/LU/BS	
1239	Koch/Alleinkoch	37	CH	Juni	D	SG/TG/ZH/Kleinbetrieb	
1244	Pâtissier/Service/Allrounder	41	CH	sofort	D/E/F	Oberrwalds/Thun-Brienz	
1246	Hilfskoch/w	29	CH	sofort	D	ZH/AG	
1251	Commis de cuisine/w	19	CH	August	D	Bern und BE-Oberl.	

Service/service

1	2	3	4	5	6	7	8
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.	

1	2	3	4	5	6	7	8
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	
1240	Sefa	35	CH	sofort	D	BE-Mittelland/SO	
1241	Service/w	42	CH	sofort	D/E	Interlaken/Restaurant	
1243	Chef de service	36	IT	C	sofort	D/E/F/I	
1247	Sefa	18	CH	August	D/E/F	Bern	

Administration/administration

1	2	3	4	5	6	7	8
1219	Chef de réception	31	DE	L-EG sofort	D/E	Deutsch-CH	
1221	Anfangsreceptionistin	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		
1245	Réceptionistin	22	CH	Juli	D/E/F		
1248	Gesch.führer/Chef de service	49	CH	Juli	D/E/F/I	Deutsch-CH	
1250	Réceptionistin		CH	Juli	D/E	LU/ZH	
1252	Vize/F&B-Manager	52	CH	sofort	D/E/F/I	TI/ZH/3-4* Hotel	
1254	Night Auditor/Service	42	CH	Juli	D/E/F	Deutsch-CH	

Hauswirtschaft/ménage

1	2	3	4	5	6	7	8
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
1242	Haushilfe/w	26	DO	C	sofort	D	
1249	Allrounder	36	GB	B-EG sofort	E	SO/AG	
1253	Portier	41	FR	L-EG sofort	D/F/I	TI/GR/LU/BE/Brig	
1255	Zimmerfrau/Service	20	CH	n. Ver.	D	BE/AG/SO	

- 1 REFERENZNUMMER – NUMÉRO DES CANDIDATS
- 2 Beruf (gewünschte Position) – Profession (position souhaitée)
- 3 Alter – Age
- 4 Nationalität – Nationalité
- 5 Arbeitsbewilligung – Permis de travail pour les étrangers
- 6 Eintrittsdatum – Date d'entrée
- 7 Sprachkenntnisse – Connaissances linguistiques
- 8 Art des Betriebes/Arbeitsort (Wunsch) – Type d'établissement/région préférée (souhait)

171271

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/dà):	
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@hotellerieresuisse.ch

htr DEUTSCHE SCHWEIZ**OPUS**

RESTAURANT - BAR - VINOTHEK

Saisonstelle an der Luzerner Riviera. Für unser lebhaftes In-Restaurant suchen wir versierte

Servicemitarbeiter/in

Sie lieben das lebhaft Treiben eines modernen Betriebes mit internationaler Kundschaft. Sattelfest im Servicefach, sehr gute Weinkenntnisse und viel Power - das ist es, was Sie bei uns einsetzen können.

Belastbarkeit, Mithalten und Selbstständigkeit in einem eingespielten Team bringen Sie mit. Abwechslungsreiche und interessante Tätigkeiten in einem dynamischen Unternehmen bieten wir Ihnen.

Wir freuen uns, schon bald auf Sie und Ihr Lächeln nicht mehr verzichten zu können. Bis bald!

Senden Sie Ihre Unterlagen an: Anett Solbrig
Restaurant Opus, Bahnhofstrasse 16, 6003 Luzern
041 226 41 41, opus@remimag.ch
www.restaurant-opus.ch

170319

*****Hotel-Restaurant
Roter Turm Solothurn**

15 GaultMillau

Für unseren lebhaften Betrieb suchen wir nach Vereinbarung

F & B-Assistenten/-in

Sie sind fröhlich und verfügen über den Fähigkeitsausweis einer CH-Hotelfachschule.

Ihr Einsatzgebiet umfasst aktiv Service, Réception und Stv.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

Anita u. Peter Basler
Hauptgasse 42, 4500 Solothurn
Tel. 032 622 96 21, www.rotorturm.ch

171244



Gesucht für die Sommersaison vom 01. Juni oder nach Übereinkunft bis ca. 22. Oktober 2006

Koch

zur Ergänzung unserer Küchenbrigade. Wir freuen uns auf Ihren Anruf oder Ihre Bewerbungsunterlagen.

Hotel Kristall-Saphir ***
Fam. Anthamatten & Breuer
CH- 3905 Saas-Almagell
Tel. 027 9571433 Fax 027 9573332
Email: kristall@kristall.ch

171241

Hotel Sonnenheim, 7482 Bergün

Wir sind ein kleines, gemütliches Familienhotel und suchen per Ende Juni 2006 für die Sommermonate

- eine junge Frau für die Zimmerpflege und Wäsche (deutschsprachig)
- einen Jungkoch zur Ergänzung unseres Küchenteams (60-80%)

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann rufen Sie uns doch an.

Erika und Rudolf Gerhardt
Tel. 081 407 11 29
Tel. 078 868 49 50

171248

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir ab Juni 2006 in Jahresstelle bestqualifizierte/n

- Réceptionist/in

mit Erfahrung, Muttersprache D, E + F in Wort und Schrift.

Unser 4*-Hotel verfügt über 100 Betten, Restaurant, Bar, Säle und liegt im Zentrum der Touristenstadt Luzern.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns über Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Hotel Central
Morgartenstrasse 4
6002 Luzern

171279



L'essentiel c'est la santé.

SANOFI-AVENTIS**1er Groupe Pharmaceutique en Europe, numéro 3 dans le monde**

L'équipe de sanofi-aventis s'investit au quotidien pour la santé et la qualité de vie avec des produits innovants à haute valeur ajoutée.

Nous souhaitons engager un(e)

**CHEF(FE) RÉCEPTIONNISTE/
TÉLÉPHONISTE (80%)****Mission**

- Gérer une équipe de deux téléphonistes/réceptionnistes
- Assurer le transfert des appels téléphoniques selon les procédures établies
- Accueillir les visiteurs et gérer leur présence suivant les consignes de sécurité déterminées
- Gérer les réservations des salles de conférences
- Participer activement au programme de sécurité, etc.

Profil

- Expérience confirmée dans un poste similaire avec gestion de collaborateurs
- Trilingue suisse-allemand, français, anglais, italien un plus
- Sens du contact, rapide, résistant(e) au stress, discret(e), flexible, rigoureux(se)

Nous vous offrons

- Un travail varié, dans une petite équipe sympathique
- Des possibilités de développement et de formation continue dans un environnement stimulant et dynamique

Intéressé(e)?

Venez découvrir ce qui fait notre spécificité et postulez directement sur notre site Internet www.sanofi-aventis.ch (≥ carrière) Référence 1000.

Nous nous réjouissons de faire votre connaissance. Mme Caroline Dietschy Nicolet (022 989 01 58), Recruiting and Career Specialist, répond volontiers à vos questions.

sanofi-aventis (suisse) sa
www.sanofi-aventis.ch

171266



ROLAND PIERROZ
HOTEL RISSALP
RELAIS GOURMAND
19/20 GAULT ET MILLAU
1936 VERBIER
TÉL. 027 771 63 23
FAX 027 771 10 59

CHERCHE POUR SAISON D'ÉTÉ 2006
Entrée 1^{er} juillet 2006

CUISINE

**PÂTISSIER
CHEF DE PARTIE
DEMI-CHEF DE PARTIE**

**RESTAURANT
GASTRONOMIQUE**

**SOMMELIER
CHEF DE RANG**

RÉCEPTION

**RÉCEPTIONNISTE (F-GB-D)
PORTIER DE JOUR**

FAIRE OFFRE AVEC PHOTO, CURRICULUM VITAE
ET COPIES DE CERTIFICATS.
(Tout dossier incomplet
ne sera pas pris en considération.)

171277



ristorante • bar • beach lounge

al LIDO con il proprio ristorante, bar e beach lounge in riva al lago, allietta da 4 anni le calde estati luganesi, con i profumi e i sapori della buona cucina mediterranea, e l'allegria delle proprie serate.

La stagione estiva 2006 è ormai alle porte. Al fine di continuare ad offrire il meglio ai nostri affezionati Clienti, cerchiamo una persona altamente motivata, da assumere in qualità di:

commis di cucina (M/F)

a partire da subito

A tutti gli interessati chiediamo di inviare una lettera di motivazione unitamente al loro curriculum vitae completo a:

al LIDO sagl - Viale Castagnola 6 -
CH-6906 Lugano
T +41 (0)91 971 55 00 F +41 (0)91 971 55 01
E info@alidobar.com W www.alidobar.com



171287

htr IMAGE

Gesucht:

Cook/Cocinero

Auf www.lcdj.ch finden
Schweizer Jungköche
auch attraktive Stellen
im Ausland.



170727



Romantik Hotel Castello
Seeschloss ★★★★★

Für die laufende Sommersaison mit
Stellenantritt ab sofort oder je nach
Vereinbarung suchen wir zur Ergän-
zung unseres Teams noch folgen-
de(n) Mitarbeiter(in):

Für unsere anspruchsvolle Restau-
ration:

Chef de rang m/w

Wir freuen uns sehr auf Ihre Bewer-
bung oder rufen Sie doch einfach an.

Romantik Hotel
Castello Seeschloss
6612 Ascona

Tel. 091 791 01 61
castello-seeschloss@bluewin.ch
www.castello-seeschloss.ch

171289



**ROMANTIK HOTELS
& RESTAURANTS**

htr STELLENGESUCHE

Betriebsleiterin, 50, mit mehrjähriger
Erfahrung im Gastgewerbe sucht auf
Herbst/Winter 06 neue Aufgabe (Hotel
Garni bevorzugt).
Angebote unter Chiffre C 005-517228 an
Publicitas SA, Postfach 48, 1752 Villars-
sur-Glâne 1.

171245

htr STELLENVERMITTLUNGEN

Wir vermitteln **gratis gute Stellen** in
guten Hotels der ganzen Schweiz für
qualifizierte Hotelpersonal.
Verlangen Sie das Anmeldeformular.

Stellenvermittlungsbüro Hotella
A. Noth, Bollwerkstrasse 84, 4102 Bin-
ningen (Schweiz). Tel./Fax 061 421 10 09

134900

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

IMPRESSUM**htr hotel + tourismus revue – stellen revue / marché de l'emploi**

Der Stellenmarkt für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit
Le marché de l'emploi pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les loisirs

Herausgeber / Editeur: Schweizer Hotelier-Verein / Société suisse des hôteliers, 3001 Bern
Verlag und Redaktion / Edition et rédaction:
Montbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23

Chfredaktion / Rédactrice en chef: Manietta Dedual
Verlagsleitung / Chef d'édition: Iris Strebel

Anzeigenverkauf / Vente des annonces: Oliver Egloff (Anzeigenleiter), Marc Moser, Michael Müller
E-Mail: inserate@htr.ch

Anzeigentarif (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):

- Frontseite / Première page:
- Direktion / Direction
- Kaderangebote / annonces cadres / Tourismus
- Stellenangebote / Offres d'emploi:
- Stellengesuche / Demandes d'emploi:
- Zuschlag Aufschlagung Internet

- Fr. 1.67 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Fr. 1.60 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Fr. 1.57 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Fr. 1.46 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Fr. 1.43 (exkl. MwSt. / TVA incluse)
- Fr. 25.- pro Woche/Anzeige

Termine:

- Ausgabe Nr. 22/2006
- Erscheint 1. 6. 2006
- Anzeigenschluss 29. 5. 2006
- Wiederholungen 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

- Nr. 25/2006
- 22. 6. 2006
- 19. 6. 2006
- 19. 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.

171295