

Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 114 (2006)
Heft: 4

Heft

Nutzungsbedingungen

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

Conditions d'utilisation

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

Terms of use

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

Download PDF: 17.08.2025

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

hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE UND TOURISMUS

Avec cahier français



AKTUELL 2
Ottmar Hitzfeld | Der bekannte Fussballtrainer erkannte die Alarmsignale des Burn-outs. Wie er die Auszeit erlebt.



AKTUELL 4
Ausstellung | «Werdende Wahrzeichen» im «Gelben Haus» in Flims – Einblick in die Büros von Architekten und Bauherren.



FOKUS 13
Reto Mathis | Der Präsident des St. Moritz Gourmet Festivals zur Qualität der Schweizer Haute Cuisine.



KOMMENTAR

Der Preis allein zieht beim Schweizer nicht

Gudrun Schlenzcek

■ Wenn man das Kundenverhalten in einem Schweizer Aldi-Laden beobachtet, kann man beruhigt sein. Der Schweizer Konsument scheint nicht kritiklos nach dem billigsten Produkt zu greifen. Im Gegenteil: Der neue Discounter aus Deutschland wird von den Konsumenten argwöhnisch unter die Lupe genommen. Statt Grosseinkauf prägt noch anderthalb Monate nach der Eröffnung in Zollikofen kritisches Begutachten das Bild im Ladeninneren, so eine Momentaufnahme letzten Montag. Dass Aldi im Vergleich zum sonstigen Schweizer Lebensmittelhandel um Rappen bis deutlich preiswerter ist, scheint wenig zu ziehen. Die Einkaufswagen, die zur Kasse gefahren werden, sind weniger als halb voll. Professor Thomas Rudolf von der Uni St. Gallen schätzt, dass es mehr als ein Jahr dauern wird, bis der Verbraucher Vertrauen aufbaut. Der Geschmack der zahlreichen Importprodukte ist gewöhnungsbedürftig.

Das Verhalten im Aldi-Shop zeigt, dass «Geiz ist geil» ein deutsches Motto ist, aber kein schweizerisches. Das ist beruhigend: Es wäre schade, wenn sich das Schweizer Qualitätsniveau von solchen Strömungen verwässern liesse. Dabei ist der Schweizer für Preisreduktionen durchaus empfänglich – aber bitte mit gewohnter Qualität. Das zeigt der Erfolg des «Gastro(s)pass Chur», ein zeitlich limitiertes Angebot Churer Wirt zum Hammer-Preis, das den Gästen schmeckt. Von den Schweizern darf man aber nicht auf andere schliessen: Der ausländische Tourist wertet den Preis durchaus höher.

Die Ankunft eines neuen Billig-Anbieters in Deutschland hätte wohl zu vollen Einkaufswagen geführt.

Siehe auch Seiten 5 und 10



04

9 771424 044000

Hotellklassifikation

Neue Sterne nicht willkommen

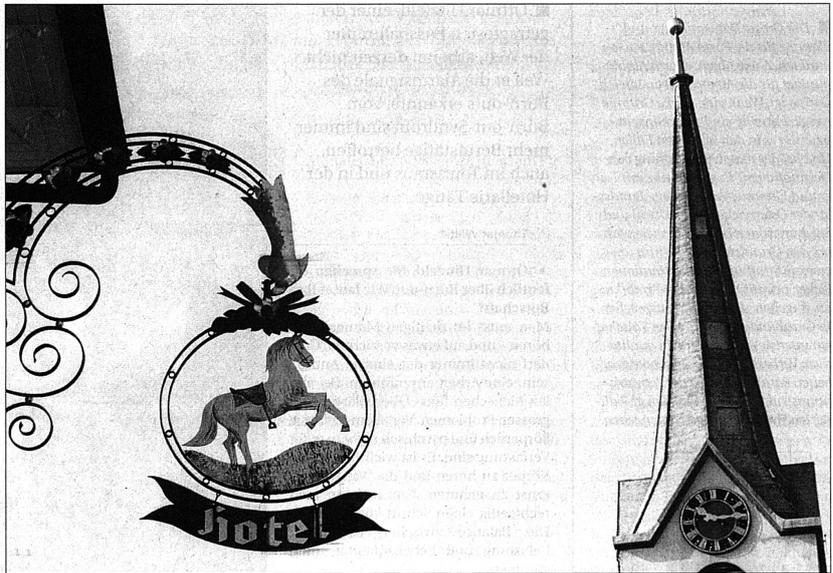
■ Was das Klassifikationssystem, das Gastrosuisse lanciert, beinhaltet, ist offen. Falls es auch auf Sternen basiert, wird hotelleriesuisse intervenieren.

Christine Künzler

«Wenn Gastrosuisse auch ein Sternesystem einführt und damit die bestehende Hotellklassifikation verwässert, werden wir das nicht akzeptieren», sagt Guglielmo L. Brentel, Präsident von hotelleriesuisse. Ansonsten wolle er sich aber nicht «auf einen Krieg der Sterne» einlassen. Vielmehr solle der von hotelleriesuisse eingeschlagene Klassifikationsweg weiterverfolgt werden.

Dass Gastrosuisse Mitte Jahr ihr eigenes Hotellklassifikationssystem lancieren wird, überrascht Brentel nicht. Die Gründe dafür seien für ihn allerdings nicht ersichtlich. Er vermutet, dass Gastrosuisse mit der neuen Hotellklassifikation weniger die Gästeinteressen denn verbandspolitische Ziele im Auge habe. Gastrosuisse wirft hotelleriesuisse vor, auf den Vorschlag einer unabhängigen, paritätischen Organisation im Rahmen einer gemeinsamen Hotellklassifikation nicht eingetreten zu sein.

Siehe Seite 3



■ Hotellklassifikation. Ab Sommer 2006 wird es zwei Systeme geben. Wenig aufschlussreich für den Gast: Wie soll er wissen, wie sich ein 3-Sterne-hotelleriesuisse-Hotel von einem gleich klassierten Gastrosuisse-Hotel unterscheidet? Foto: Ex-Press

Enter 06 in Lausanne

Erfolgreicher vierter Kongress

■ An den internationalen Enter-Kongressen werden die Herausforderungen und Chancen des E-Tourismus thematisiert. Nach Helsinki, Kairo und Innsbruck fand der vierte Kongress vom 18. bis am 20. Januar 2006 in Lausanne, an der Ecole hôtelière (EHL) statt. Insgesamt reisten 250 Teilnehmer aus fünf Kontinenten an, gleich viele wie letztes Jahr nach Innsbruck. Die Anzahl Aussteller konnte aber erhöht werden. 2007 findet Enter in Slowenien statt. LM

Siehe Seite 7

Tourismus auf Suche nach Gönnern

■ Basel Tourismus begibt sich auf Neuland: Direktor Daniel Egloff sucht nach Gönnern, die mithelfen, Löcher in der Kasse zu stopfen. 25 000 Franken erhofft er sich im ersten Jahr.

Gönnern erwarten im Unterschied zu Sponsoren keine Gegenleistung. Hier geht es um Werte. Fundraising, die Suche nach Gönnern, ist für humanitäre Institutionen gang und gäbe – im Tourismus noch nicht. 3500 Briefe hat Egloff an Basler Unternehmer verschickt. Sie sind eingeladen, Gold-, Silber oder Bronze-Gönnern zu werden. Damit

Siehe Seite 16

kommt Basel Tourismus nicht nur zu mehr finanziellen Mitteln sondern kann so auch nichttouristische Leistungsträger einbinden. «Wir haben uns überlegt, wie wir zu Geld kommen können, ohne eine Gegenleistung bieten zu müssen», so Egloff. Dabei sei er auf Fundraising gestossen. «Beim klassischen Fundraising sind die Risiken begrenzt.» Kann gut sein, dass noch mehr Touristiker auf diese Mittelbeschaffung setzen: Einige haben sich in einem Workshop weitergebildet und wollen nun Projekte mit Hilfe von Gönnern finanzieren. CK

Wettbewerb

Mitmachen und gewinnen

■ Produkte, Zubereitung, Mariages: Wie kann man beim Essen den maximalen Genuss erleben? Die Schweizer Spitzenköche wissen es. Und einige von ihnen haben es auch schon in Buchform festgehalten. Wenn Sie, liebe Leserinnen und Leser, es Ihnen nachtun, das heisst nachkochen möchten, haben Sie Gelegenheit, beim htr-Wettbewerb ein Werk von Horst Petermann, Bernd Ackermann oder Roland Jöhri zu gewinnen. Die Wettbewerbsfrage finden Sie auf

Seite 14

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

ALLES FÜR JEDE GASTRONOMIE.

DAS SCHWEIZER KOMPETENZ-CENTRUM, DAS SIE BRAUCHEN.

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

MIRUS SOFTWARE

Mit der **MIRUS Personal-einsatzplanung (PEP)** gönnen Sie sich mehr Freizeit. Profitieren auch Sie vom Know-how des Marktleaders!

Well Ihre Zeit zu kostbar für administrativen Kleinkram ist.

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

Ihr Erfolg ist unser Ziel

HOREGO

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

Für mehr Übertungen:

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

CHECK IN DATA
 www.checkindata.com

Es muss doch nicht alles so kompliziert sein.



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

htr AUS DEM INHALT

Ausstellung in Flims 4	Enter 06, Lausanne 7	Gourmet-Festival 13
Im «Gelben Haus» Films sind «werdende Wahrzeichen» zu sehen – ein Einblick in die Büros von Architekten und Bauherren im Kanton Graubünden.	Der erstmals in der Schweiz durchgeführte Enter-Kongress hat die Erwartungen der Organisatoren, der EHL und der Hochschule Wallis, erfüllt. Bilanz mit den Professoren Thomas Steiner und Roland Schegg.	«Das diesjährige Festival ist ein Bekenntnis zu Schweizer Qualität», so Reto Mathis, Präsident des «St. Moritz Gourmet Festivals». Erstmals sind nur Spitzenköche aus den vier Landesteilen der Schweiz am Werk.
Beherbergungsstatistik 5	Carlo Rampazzi 9	Sensorik 15
Im November 2005 stieg die Anzahl der Logiernächte in den Schweizer Hotels und Kurhäusern um 6,1 Prozent. Für den Anstieg waren allein ausländische Gäste verantwortlich.	Er pendelt zwischen Ascona und Paris, gilt als Paradiesvogel und ist international tätig: Carlo Rampazzi, Innenarchitekt. Im «Tschuggen» in Arosa hat er die Zimmer neu gestaltet.	Für Siegfried Rossal ist es kein abstrakter Begriff, sondern gehört als zentralste Sache in den Küchenalltag. Das Sensorik-Training beginnt mit dem Probieren von Speisen.

htr CAHIER FRANÇAIS

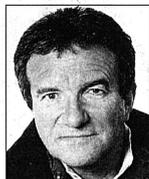
Wintersportorte CF 1	Verbier CF 4
Mit zahlreichen touristischen Events und neuen willkommenen Wintergästen aus Russland und Grossbritannien konnte das Januarloch in den Westschweizer Wintersportorten quasi gestopft werden.	Mit dem Projekt Médran in Verbier hätte das grösste je im Kanton Wallis gebaute Fünf-Sterne-Hotel entstehen sollen. Doch das Projekt sieht sich erneut mit Widerständen konfrontiert.
Europäische Hotellerie CF 3	Neue Technologien CF 5
Im Jahr 2005 hat die europäische Hotellerie ihre Situation verbessern können. Trotz gewisser Unsicherheiten, dürfte diese Entwicklung auch im laufenden Jahr fortschreiten.	Zu Beginn der Neunzigerjahre wurden viele Hoteliers von den neuen Informations- und Kommunikations-Technologien überrascht. Heute hingegen nutzen sie viele Anwendungen.

STANDPUNKT

Feuer und Flamme...

Leo Jeker*

Der Grosse Rat war Feuer und Flamme für die Porta Alpina. P wie punkten, A wie Alpen. «Porta Alpina punktet für die Alpen», davon bin ich überzeugt. Wenn eine starke Gruppierung zielstrebig ein Projekt angeht, scheitert es in den seltensten Fällen. Und bei der massiven Strafung von Destinationen? Es gelingt nur mit Feuer und Flamme! Verschiedene Bundesländer Österreichs wie z. B. Tirol und Salzburg legten bereits vor vielen Jahren den Grundstein für die nun umgesetzte Strafung von Destinationen. Sicher, primär müssen die «Produkte», die Angebote dem Markt entsprechen. In Graubünden wird in allen Talschaften intensiv an der weiteren qualitativen Verbesserung der Angebote gearbeitet. Parallel dazu ist die Vermarktungsstruktur nun subito den globalisierten Voraussetzungen anzupassen.



Weshalb sollen denn Werbung und Verkauf von touristischen Angeboten nicht gebündelt über geographische Grossregionen möglich sein? Dann gäbe es in Graubünden noch vier bis fünf Destinationen plus Graubünden als grosses Tourismus-Haus. Graubünden deckt immerhin ein Sechstel der Schweiz ab und gehört zu den grössten Tourismus-Regionen im Alpenraum überhaupt. Es ist vieles, ja fast alles da, nur die Gäste wissen es nicht. Sie können es gar nicht wissen, weil unsere Marketingstrukturen schon längst nicht mehr den Anforderungen internationaler Märkte entsprechen.

Nur wenn Graubünden rasch handelt, können wir vermeiden, dass Reisesströme der Zukunft an uns vorbei fließen. Die Schaffung von grösseren Destinationen und einfachen Strukturen muss rasch umgesetzt werden. Nur so können die europäischen Märkte einigermaßen gesichert und teilweise ausgebaut und neue Märkte aufgebaut werden.

Wer Durchschnitt anbietet und nicht professionell organisiert ist, hat keine Chance. Wachstum ist nur über die Erschliessung neuer Märkte möglich. Neue Märkte kann man mit den jetzigen Tourismus-Strukturen aber nicht aufbauen. Graubünden muss Erlebniswerte pflegen, die eine lange Anreise mit entsprechenden Übernachtungen wirklich rechtfertigen. Wir sind also doppelt gefordert. Gehen wir also mit Feuer und Flamme ans Werk.

*Leo Jeker ist Direktor der Savognin Bergbahnen AG.

Ottmar Hitzfeld

«Auszeit war meine Erlösung»

Ottmar Hitzfeld, einer der gefragtesten Fussballtrainer der Welt, arbeitet derzeit nicht. Weil er die Alarmsignale des Burn-outs erkannte. Vom Burn-out-Syndrom sind immer mehr Berufstätige betroffen, auch im Tourismus und in der Hotellerie Tätige.

Thomas Wälti*

Ottmar Hitzfeld, Sie sprechen öffentlich über Burn-out. Wie lautet Ihre Botschaft?

Man muss im richtigen Moment aufhören – und auf etwas verzichten. Geld darf nicht immer der einzige Antrieb sein, eine Arbeit auszuführen. Bei vielen Menschen führt Überbelastung zu grossen Problemen. Vor allem wenn sie körperlich und psychisch nicht in guter Verfassung sind. Es ist wichtig, auf den Körper zu hören und die Warnsignale ernst zu nehmen. Nur so kann man rechtzeitig einen Schritt kürzer treten. Die Balance zwischen beruflicher Belastung und Lebensqualität muss stimmen.

«ES WAR DIE BESTE ENTSCHEIDUNG, DIE ICH IN MEINEM LEBEN JE GETROFFEN HABE.»

Wie hat Ihr Körper Sie gewarnt?

Ich hatte intensive Schlafstörungen. Obwohl ich das Aufwärmtraining mit der Mannschaft jeweils mitgemacht habe, um fit zu bleiben, verlor ich immer mehr Substanz. Meine Arbeit als Trainer wurde allmählich zur Belastung. Und wenn etwas zur Belastung wird, verliert man die Freude. Wenn man sich nach Siegen nicht mehr richtig freuen kann, sondern einfach nur froh ist, nicht verloren zu haben, führt das irgendwann zum Zusammenbruch. Wegen dieser Warnzeichen habe ich im Mai 2004 als Trainer von Bayern München trotz laufenden Vertrags die Reissleine gezogen und eine Auszeit genommen.

Konnten Sie so radikal herunterfahren?

Ja. Ich lehnte am 1. Juli 2004 sogar das Angebot des DFB als Nachfolger des zurückgetretenen Rudi Völler als Trainer der deutschen Fussball-Nationalmannschaft ab. Weil mir die Überzeugung fehlte für diesen Job. Ich war ausgebrannt und verbraucht. Mir fehlte die Begeisterung, Freude zu vermitteln. Die Auszeit kam für mich wie eine Erlösung. Es war die beste Entscheidung, die ich in meinem Leben je getroffen habe. Sonst wäre ich irgendwann zusammengeklappt.

Wie haben Sie diese Auszeit verbracht?



Verabschiedung aus dem Trainergeschäft. Ottmar Hitzfeld erkannte die Alarmsignale des Burn-outs und nahm sich eine Auszeit.

Foto: Keystone

Ich habe mich für drei, vier Monate zurückgezogen aus dem öffentlichen Leben. Ich regenerierte nach einem Tagesprogramm: Mit Jogging und Radfahren hielt ich mich körperlich fit; mit Bücherlesen erholte ich mich geistig. Ich machte Atemübungen und begann, meine Englisch- und Italienischkenntnisse aufzufrischen.

«ICH KANN RUHIG INS BETT GEHEN UND WEISS, DASS AM ANDEREN MORGEN EIN SCHÖNER TAG BEGINNT.»

Haben Sie ein Konzept, die Balance zwischen beruflicher Belastung und Lebensqualität zu finden?

Ja. Bedingung dafür ist die körperliche Fitness. Sport treiben ist enorm wichtig, um Stress abzubauen. Es genügt der Hometrainer in der eigenen Wohnung. Wichtig sind genügend Schlaf und eine richtige Ernährung. Man sollte lernen zu delegieren. Das kann manchmal besser sein, als alles selber zu erledigen. Auch erreichbar braucht man nicht

immer zu sein. Man sollte sich Zeit nehmen für die Familie.

Ist Ihre Lebensqualität seither gestiegen?

Auf jeden Fall. Ich war noch nie so glücklich in meinem Leben wie jetzt.

Was geniessen Sie jetzt mehr als in der Zeit als Fussballtrainer?

Ich kann ruhig ins Bett gehen und weiss, dass am anderen Morgen ein schöner Tag beginnt. Ich frage mich beim Einschlafen nicht mehr: Wen stell ich auf, wen lass ich draussen? Meine Schlafqualität ist seit meinem Ausstieg erheblich gestiegen. Das erachte ich als Lebensqualität. Während meiner Zeit als Trainer kam es oft vor, dass ich nachts vier- bis fünfmal aufgestanden bin und Probleme gelöst habe. Oder dass ich beim Golfspielen vor dem Abschlag an die Mannschaftsaufstellung gedacht habe. Der Abschlag ging natürlich daneben. Das ist frustrierend.

Nahm der psychische Druck zu?

Ja. Wenn ich nachts immer wieder aufwachte, wusste ich am nächsten Morgen, dass ich im Prinzip nicht genügend erholt bin. Trotzdem durfte ich mir

nichts anmerken lassen an der Medienkonferenz, wenn kritische und süffisante Fragen gestellt wurden. Das kostet Kraft und Überwindung – ein Teufelskreis.

Auch für die Familie haben Sie jetzt mehr Zeit.

Ja, genau. Früher sah ich meine Familie und meine Freunde zwar auch, aber oft war ich nicht bei der Sache. Auch das Essen schmeckt seither wieder besser. Ich habe richtig Hunger jetzt, denn es gibt keine Henkersmahlzeit mehr wie vor wichtigen Spielen (lacht).

«AUCH DAS ESSEN SCHMECKT SEITHER WIEDER BESSER.»

Dieses ausgeglichene Leben wollen Sie wieder verlassen. Sie planen, im Sommer Ihr Comeback zu geben. Was zieht Sie zurück in dieses Stressleben?

Mein Leben dreht sich um den Fussball. Man soll im Leben das machen, was man am besten kann. Und das ist bei mir seit 1971, also seit 34 Jahren, eine Arbeit im professionellen Fussball – und nicht am Lehrerpult, im Beruf, den ich einmal gelernt habe. Ich möchte nochmals einsteigen. Ob sich das wirklichen lässt, weiss ich jetzt noch nicht. Es hängt weder vom finanziellen Angebot noch vom entsprechenden Land ab. Es muss bei mir einfach «klick» machen.

*Thomas Wälti ist Sportredaktor bei der «Berner Zeitung».

Zur Person Hitzfeld

Der Lörracher Ottmar Hitzfeld (57) zählt zu den ganz Grossen im Fussballtrainer-Business. In den vergangenen 22 Jahren konnte er insgesamt 20 Titel gewinnen, darunter zwei Mal die Champions League und den Weltpokal. Als Trainer amtierte er beim damaligen SC Zug, bei Aarau, GC, Borussia Dortmund, Bayern München. Zuvor war er als Spieler aktiv bei: Stetten, Lörrach, Basel, VfB Stuttgart, Lugano und Luzern. Ottmar Hitzfeld ist verheiratet, Vater eines Sohnes und wohnt in Engelberg. Zurzeit bauen die Hitzfelds ein Haus in Lörrach, welches sie bald beziehen werden. Ottmar Hitzfeld trat nebst anderen Referenten – u.a. Lord Sebastian Coe – am 4. Internationalen Alpensymposium vom 17. und 18. Januar im Hotel «Beau Rivage» in Interlaken auf. Thema des von Oliver Stoldt und der Griwa Consulting AG in Grindelwald organisierten Alpensymposiums war «Work-Life-Balacance and Life-Leadership». Mit 325 Teilnehmerinnen und Teilnehmern pro Tag war die Veranstaltung ausverkauft. DST

Arosa setzt auf Sicherheit

■ **Schutzhelme.** Die Mitarbeiter der Arosa Bergbahnen tragen ab diesem Winter einen Schutzhelm, wenn sie im Schneisportgebiet ihren Dienst verrichten. Das Helm-Obligatorium ist Teil der Unfallprävention und eines von mehreren Qualitätszielen im laufenden Geschäftsjahr. Das Bergbahnunternehmen wolle für die Sicherheit im Schneisport mit gutem Beispiel vorangehen und die Gäste für das Tragen eines Schutzhelms sensibilisieren, heisst es in einer Pressemitteilung.

Die Kosten für Behandlungen und Ausfalltage als Folge von Skiunfällen schmerzen Arbeitgeber und -nehmer gleichermaßen und drückten die Unfallprämien in die Höhe. Die Geschäftsleitung der Arosener Bergbahnen hat deshalb beschlossen, dass alle Mitarbeiter – unabhängig der Funktion – einen Schutzhelm tragen müssen. Das Unternehmen schenkt jedem Mitarbeiter einen neuen Helm. Einzige Bedingung: der Helm ist im Sinne eines Ehrenkodexes auch in der Freizeit zu tragen. CK

Flughafen

■ **Bern-Belp.** Der Regierungsrat hat beschlossen, dem Grossen Rat Antrag zu stellen, den Flughafen Bern-Belp mit 3 Mio. Fr. für das Teilprojekt «Infrastrukturausbau 2006-08» zu stärken. Insgesamt sind Investitionen von 5,2 Mio. Fr. geplant. Im Vordergrund steht die Verlängerung der Hauptpiste. Dadurch kann die Kapazitätsbeschränkung bei den eingesetzten Flugzeugtypen weitgehend aufgehoben werden. Das wirkt sich positiv auf die Rentabilität der einzelnen Linien aus. CK

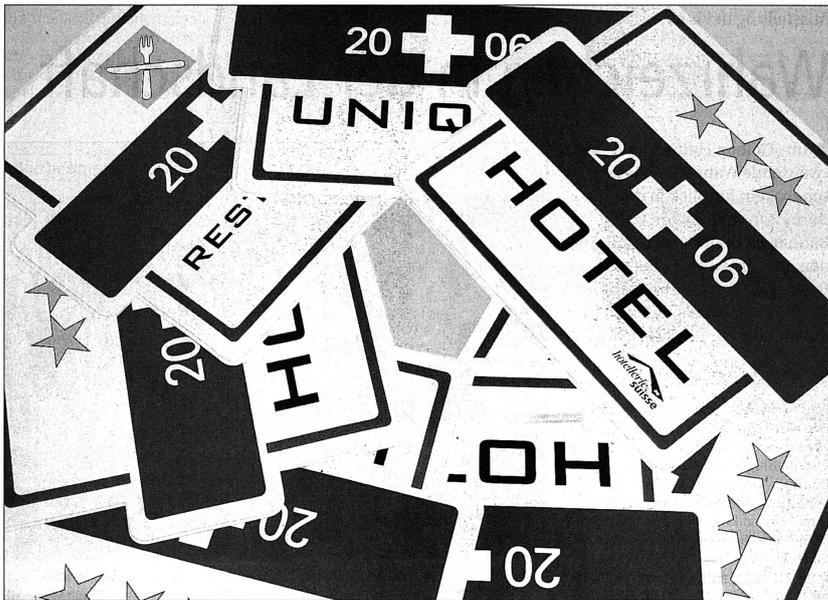
Test erfolgt

■ **Reka.** Am 4. Mai 2006 wird der E-Marktplatz für Schweizer Ferienwohnungen starten. Die grössten Reservationssysteme der Schweiz mit über 15 000 Ferienwohnungen werden auf MySwitzerland.com zusammengeführt. Am Dienstag hat die Reka über den E-Marktplatz erste Testbuchungen ausgeführt. Die technische Machbarkeit des Projektes sei damit belegt und bis Ende Februar würden nun die Schnittstellen mit dem weiteren Partnern realisiert. CK

Ein virtueller Begleiter

■ **Bellinzona.** Wie man historische Sehenswürdigkeiten mit moderner Technik verbinden kann, zeigt der «Bellinzona ArtKey». Der «Kunstschlüssel Bellinzona», ein Audio-Führer, wurde von Bellinzona Tourismus ins Leben gerufen. Gesprochene Texte, wahlweise in verschiedenen Sprachen verfügbar, erlauben eine informative Stadtwanderung und zugleich einen Ausflug in die mittelalterliche Vergangenheit. So erfährt man beispielsweise anhand der Sightseeing-Tour und

den ausführlichen Erklärungen über Kopfhörer von der Entwicklung der Bellener Burgen zum Unesco-Weltkulturerbe. Dank dem neuen Audio-Führer kann jetzt die Stadtwanderung in 22 Etappen erlebt werden, begleitet von der Stimme des virtuellen «Cicerone». Die Audio-Führer können von zwei Gästen gleichzeitig benutzt werden und können in den Burgen sowie im Informationszentrum von Bellinzona Turismo gegen eine Gebühr von 5 Fr. ausgeliehen werden. CK



■ **Hotelklassifikation:** Das allgemein bekannte und gut eingeführte Sterne-System von hotelleriesuisse bekommt Konkurrenz: Gastrosuisse kündigt an, im Sommer 2006 die eigene Klassifikation zu lancieren. Foto: Miroslaw Halaba

Hotelklassifikation

«Wir wollen vorwärts schauen»

■ Dass Gastrosuisse doch ein eigenes Klassifikationssystem lanciert, kommt für hotelleriesuisse nicht unerwartet. Die Gründe dafür indes sind für die Klassifikationsverantwortlichen nicht haltbar. Präsident Guglielmo L. Brentel vermutet verbandspolitische Ziele.

Christine Künzler

«Gastrosuisse nimmt zur Kenntnis, dass hotelleriesuisse auf den Vorschlag für eine unabhängige, paritätische Organisation im Rahmen einer gemeinsamen Schweizer Hotelklassifikation nicht eintritt.» Im Interesse der Gastrosuisse angeschlossenen Beherbergungsbetriebe werde nun die Realisation des eigenen Klassifikationssystems für Klein- und Mittelbetriebe vorangetrieben, schreibt der Verband in einer Pressemitteilung. Weitere Auskünfte erteilen will vom Verband jedoch niemand.

«Dass Gastrosuisse eine eigene Hotelklassifikation lanciert, überrascht mich nicht», sagt hotelleriesuisse-Präsident Guglielmo L. Brentel. Für ihn ein Hinweis, dass für Gastrosuisse verbandspolitische Ziele im Vordergrund stehen. «Die Klassifikations-Ziele, die Gastrosuisse anvisiert, hätte der Verband mit unserem Vorschlag erreichen können.» Zur Erinnerung: hotelleriesuisse hat Gastrosuisse angeboten, die Klassifikation neutral zu gestalten, indem sie auf ihr eigenes Logo verzichtet. Weiter war hotelleriesuisse bereit, drei

Gastrosuisse-Vertreter in die 10-köpfige Hotelklassifikations-Kommission aufzunehmen sowie die Bewertung kleiner, restaurantlastiger Hotels Gastrosuisse zu überlassen. Jetzt hat sich die Situation verändert: «Wir verfolgen die Kategorie Kleinbetriebe weiter und warten ab, wie der Markt reagiert», bestätigt Christian Hodler, stellvertretender Direktor und Klassifikationsverantwortlicher von hotelleriesuisse. Auch Nichtmitglieder können sich von hotelleriesuisse klassifizieren lassen.

hotelleriesuisse baut Klassifikation weiter aus

«Gastrosuisse verfolgt ein anderes Ziel als eine möglichst gute gemeinsame Hotelklassifikation. Schade, eine verpasste Chance», so Riet Frey, Präsident der Kommission Hotelklassifikation von hotelleriesuisse. «Wir werden weiterhin an der Qualität unserer Klassifikation arbeiten und abwarten, ob bei Gastrosuisse nicht doch die vernünftigen Stimmen obliegen.» Dass bei Gastrosuisse die geplante Hotelklassifikation nicht nur Zustimmung findet, bestätigt auch Brentel: «Ich habe ein gutes Einvernehmen mit vielen Exponenten von Gastrosuisse und bis anhin hat mir noch keiner Argumente für eine eigene Hotelklassifikation liefern können. Denn sie macht keinen Sinn, wird nicht begriffen und dient niemandem.»

Gastrosuisse wirft in der Pressemitteilung hotelleriesuisse vor, auf den Vorschlag einer unabhängigen, paritätischen Organisation im Rahmen einer gemeinsamen Schweizer Hotel-

klassifikation nicht eingetreten zu sein. Für Frey unakzeptabel: «Wir sind unabhängig, und die paritätische Organisation ist kein Thema. Wir haben Vertreter aller Kategorien in der Kommission und suchen nach der optimalen Lösung für den Gast.»

«Unsere Ziele sind, einerseits dem Gast Transparenz zu vermitteln, andererseits Richtlinien zu bieten, um in die Hotellerie investieren zu können», betont Brentel. hotelleriesuisse werde also die eigenen Klassifikationsweg weiter verfolgen, Schwächen eliminieren und neue Bedürfnisse von beispielsweise Design- und Kettenhotels berücksichtigen. «Wir werden auch Forschungsergebnisse in unsere Klassifikationsprojekte einfließen lassen», so Brentel.

«Unser Klassifikationssystem wird sich durchsetzen»

«Wir wollen vorwärts schauen, nicht rückwärts», stellt Brentel klar. Auf einen «Krieg der Sterne» lasse er sich nicht ein. Die bestehende Hotelklassifikation sei ein gutes Instrument. Kritik – von beispielsweise Hoteliers, deren Häuser in eine tiefere Kategorie umplatziert wurden – lasse sich jedoch nicht vermeiden. Doch der Handlungsbedarf in einigen Hotels lasse sich nicht einfach dadurch eliminieren, dass die Klassifikation vereinfacht werde, gibt Brentel zu bedenken. «Diese Probleme haben nichts mit Sternen oder der Grösse eines Hotels zu tun.» Vielmehr gehe es für kleine Betriebe darum, ihren Markt zu finden. «Unser Klassifikationssystem wird sich durchsetzen.»

Hotelierverein Tessin

Talsole durchschritten: Neuer Name, neuer Schwung

■ Der Hotelierverein Tessin hat sich neue Strukturen verpasst und heisst neu hotelleriesuisse Ticino. Die Hoteliers geben sich verhalten optimistisch.

Gerhard Lob

Monatlang hatte der Vorstand am Projekt gearbeitet. Schliesslich gingen die Statutenänderungen an einer ausserordentlichen Jahresversammlung des Tessiner Hoteliervereins in Bellinzona am Donnerstag vergangener Woche glatt über die Bühne. Wichtigster Punkt neben dem neuen Namen ist die Struktur von hotelleriesuisse Ticino. Waren bisher die jeweiligen Hotels zuerst Mitglieder einer Sektion (beispielsweise Lugano, Ascona oder Bellinzona), so ist die Mitgliedschaft neu an den kantonalen Verein gebunden, der auch die Mitgliederbeiträge einzieht. Erst danach erfolgt die Zugehörigkeit zu einer Sektion.

Die Mitgliederbeiträge werden nach der jeweiligen Kategorie des Hotels und der Anzahl der Zimmer bezahlt. Dies ermöglicht einheitliche Mitgliederbeiträge im ganzen Kanton. hotelleriesuisse Ticino gibt dann einen Teil der Gelder an die Sektionen zurück. Die neue Struktur, verbunden mit einer personellen Aufstockung des Sekretariats, soll eine professionellere Arbeit von hotelleriesuisse Ticino ermöglichen.

Stimmung ist positiver als auch schon

Diese Arbeit ist dringend nötig, wie auch der Direktor des Tessiner Verkehrsvereins, Tiziano Gagliardi, bei der Versammlung unterstrich. Denn nach wie vor ist im Tessin das politische Bewusstsein um die Bedeutung des Tourismus zu gering. Gagliardi lobbyiert gerade bei den politischen Parteien für einen neuen Vierjahres-Rahmenkredit in Höhe von 32 Millionen Franken für

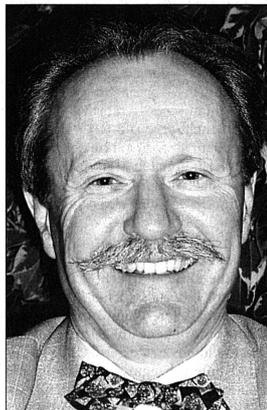
den Tourismus, der vom Grossen Rat verabschiedet werden muss.

Generell ist die Stimmung in der Tessiner Hotellerie jedoch positiver als auch schon, die Talsole scheint durchschritten. Im Vergleich zu 2003 (die Daten von 2004 fehlen) ist ein Plus an Logiernächten von 1,1 Prozent festzustellen. Gleichwohl macht die anhaltende Schliessung von Hotels Sorgen. Der Präsident von hotelleriesuisse Ticino, Fernando Brunner, erinnerte daran, dass es 1950 genau 607 Hotels im Kanton gab, deren Zahl bis 1970 auf 887 stieg. Seither zeigt die Entwicklung nach unten. Inzwischen werden weniger als 550 Hotels gezählt. Brunner sprach sich im Übrigen für eine verstärkte Zusammenarbeit mit Gastroticino aus, kritisierte aber das neue Klassifizierungssystem von Gastrosuisse scharf.

«Die Qualität und die Angebote in unserem Kanton sind günstiger als in fast allen unseren europäischen Konkurrenzländern», sagte Brunner. Doch der Präsident von hotelleriesuisse, Guglielmo L. Brentel, widersprach dieser These in seiner Rede. Die Schweiz sei insbesondere im Vergleich zu Österreich nach wie vor wesentlich teurer. Und dies, weil die Kosten in der Schweiz eben wesentlich höher seien.

Corrado Kneschaurek ist Ehrenpräsident

Für sein langjähriges Engagement im Interesse des Tourismus im Tessin und der Hotellerie ist Corrado Kneschaurek einstimmig zum Ehrenpräsidenten des Tessiner Hoteliervereins ernannt worden. Kneschaurek, Besitzer des Albergo Du Lac in Lugano-Paradiso, war von 1996 bis 2005 Präsident der Società Cantonale Ticinese degli Albergatori (SCTA). Von 1999 bis 2002 sass er als FDP-Mann auch im Grossen Rat. Brunner erinnerte in der Laudatio an dessen hervorragende Arbeit, die oft mit Witz und einer Prise Selbstronie gewürzt war.



■ Die beiden Präsidenten: Corrado Kneschaurek ist zum Ehrenpräsidenten gewählt worden und Fernando Brunner präsidiert hotelleriesuisse Ticino. Fotos: zvg

Finanzkommission befremdet

■ **Euro 08.** Die Finanzkommission des Nationalrats ist befremdet darüber, wie die budgetierten Bundeskosten für die Fussball-EM in der Schweiz dermassen in die Höhe schnellen konnten. Der Bundesrat beantragt für die Fussball-Europameisterschaft 2008 neuerdings Kredite von 72 Mio. Franken, während in der Botschaft von 2002 zur Kandidatur noch von 3,5 Mio. Franken die Rede war. Diese Steigerung innert so kurzer Zeit sei «schlicht unverständlich», hält die Finanzkommission im Mitbericht an die

Kommission für Wissenschaft, Bildung und Kultur fest. Die Finanzkommission ist der Ansicht, dass der Bund alle andern Beteiligten der Euro 08 mit Verträgen oder anderswie verbindlich in das Projekt einbinden müsse. Noch anstehende Verhandlungen seien «in aller Härte» zu führen, und alle Nutzniesser des Anlasses hätten ihren finanziellen Beitrag zu leisten. Insgesamt kostet die Euro 08 die öffentliche Hand rund 180 Mio. Franken. *DST/sda*

Definitiv 2007

■ **Neuer Lohnausweis.** Im Jahr 2007 soll der umstrittene neue Lohnausweis definitiv eingeführt werden. Bereits ab März dieses Jahres sollen erste Erfahrungen mit dem Ausweis in einem Pilotprojekt mit Mitarbeitenden des eidg. Finanzdepartementes gesammelt werden. Beim Pilotprojekt in der Bundesverwaltung wird ein Prototyp eines Lohnausweises eingesetzt. Dieser Prototyp soll es erlauben, den neuen mit dem bisherigen Lohnausweis zu vergleichen. *DST/sda*

Geschäftsreisende auch 2006 viel unterwegs

■ **CWT Business Travel Indikator.** 49 Prozent der Travel-Manager in Europa und 32 Prozent der Geschäftsreisenden gehen davon aus, dass es 2006 mehr Geschäftsreisen geben wird. Nur 15 Prozent der Geschäftsreisenden glauben, dass sie dieses Jahr weniger reisen werden. Dies geht aus den Ergebnissen der Geschäftsreise-Umfrage CWT Business Travel Indicator hervor, welche Carlson Wagonlit Travel in Auftrag gab. Pünktlichkeit beim Fliegen erhält wieder grössere Bedeutung: 27

Prozent der europäischen Geschäftsreisenden sagen, dass verspätete Flüge ihre Reise oft beeinträchtigen. An zweiter Stelle der negativen Einflüsse stehen die Sicherheitskontrollen, wie 21 Prozent der Befragten angaben. Europa muss einiges aufholen, um die Online-Buchungstrends in anderen Gebieten der Welt zu erreichen. Europa hat mit 32 Prozent der Geschäftsreisenden den höchsten Anteil weltweit an Befragten, die nie online buchen. Der von den Geschäftsreisenden

am häufigsten zitierte Grund hierfür ist mit 40 Prozent die Sekretärin bzw. Assistentin, welche die meisten Reisen bucht. 90 Prozent der Geschäftsreisenden und 87 Prozent der Travel-Manager erwarten jedoch, dass in fünf Jahren nahezu alle Buchungen online getätigt werden. 81 Prozent der Travel-Manager sagen, dass sie selten oder nie Low-Cost-Carrier buchen. Andererseits geben 38 Prozent der Geschäftsreisenden an, dass sie sie für mehr als 20 Prozent der Flüge nutzen. *DST*

Österreichische Hoteliereinigung

Österreich braucht einen «Tourismus-Masterplan»

■ Grundsatzthemen, die auch für den Schweizer Tourismus interessant erscheinen, dominierten die Jahrestagung der Österreichischen Hoteliereinigung (ÖHV), welche vom 16. bis 18. Januar 2006 in Saalfelden im Salzburger Land stattfand.

Heribert Purtscher

Basis dafür war die neue ÖHV-Destinationsstudie, welche Erfolgsfaktoren und Entwicklung von Österreichs Top-Tourismuszielen kritisch unter die Lupe nimmt. Dazu passend das Referat von Richard Kämpf, Leiter Tourismusstudien von BAK Basel Economics, der vor einem interessierten Publikum der Frage nachging, welche Destinationen im europäischen Alpenraum «die Nase vorne haben» und warum.

Vorschläge und Wünsche an die Politik

Österreich feiert in diesem Jahr nicht nur Mozarts 250. und Siegmund Freuds 150. Geburtstag, es hat im ersten Halbjahr auch die EU-Präsidentschaft inne. Und in der zweiten Jahreshälfte stehen wichtige Parlamentswahlen ins Haus. Die in ihren Funktionen für weitere drei Jahre bestätigte ÖHV-Spitze unter dem Präsidenten-Duo Peter Peer und Sepp Schellhorn nahm dies zum Anlass, zehn Vorschläge an die Politik zu formulieren und als «Wahlcheckliste 06» in Seefeld zu präsentieren. In dem Katalog finden sich einige tourismuspolitisch starke Aussagen, allen voran die These, Österreichs Werbemillionen «fliessen grösstenteils unkoordiniert in den deutschsprachigen Raum».

«Wenn wir an die europäische Entwicklung anschliessen wollen, müssen wir die starke Abhängigkeit vom deutschen Markt und Doppelgleisigkeiten im Marketing beseitigen», so Peter Peer. Derzeit fliessen laut ÖHV-Destinationsstudie rund 53,2 Mio. Euro in den deutschsprachigen Raum (A, D, CH), das sind 61 Prozent des gesamten di-

rekten Marketingaufwandes von ÖW und Landestourismusorganisationen. Dieser betrug 2004 57,8 Mio. Euro. Dazu kommen nach Schätzungen der ÖHV noch weitere 129 Mio. Euro von Leistungsträgern wie Hotels, Seilbahnen und Tourismusverbänden.

Marketing muss effizienter werden

Doppelgleisigkeiten ergeben sich, weil das Marketing für die österreichischen Destinationen einerseits durch die Tourismusorganisationen der neun Bundesländer und andererseits durch überlagerte (ÖW) und nachgelagerte Organisationen (z. B. Tourismusverbände) sowie durch die einzelnen Anbieter selbst betrieben wird. «Solche Überlagerungen können aus unserer Sicht nur durch eine klare Abgrenzung der Zuständigkeiten und durch einen bundesweiten Tourismus-Masterplan beseitigt werden.» In einen solchen Masterplan sollen, so Peer, die zahlreichen Strategiekonzepte der Bundesländer unter der Verantwortung des Wirtschaftsministeriums in Wien einfliessen. Die vom Ministerium vorgegebene «tourismusstrategische Ausrichtung 2015» muss alle Tourismusverantwortlichen und Opinion-Leaders einbinden und festlegen, wer mit welchem Ziel wie viel in welchen Markt investiert.

ÖW soll sich um «Sekundärmärkte» kümmern

Der Vorschlag der ÖHV für die Aufgabenteilung lautet: Die Landestourismusorganisationen sollen sich verstärkt auf die Bearbeitung des deutschsprachigen Raumes konzentrieren, während die ÖW dort tätig werden sollte, wo der Arm der Länder zu kurz ist. Mit anderen Worten: sie sollte ihre Arbeit auf «Sekundärmärkten» wie Italien, Spanien und Frankreich sowie in Ost- und Nordeuropa intensivieren. Mehr Werbemittel möchte die ÖHV vor allem in den «absoluten Hoffungsmarkt Asien» umlenken. Dorthin flossen 2004 nur 3,4 Prozent des gesamten direkten Marketingaufwandes von ÖW und Landestourismusorganisationen.

«Die starke Abhängigkeit von einem Quellmarkt – derzeit kommen knapp die Hälfte der Übernachtungsgäste aus Deutschland – ist gefährlich», ergänzt Sepp Schellhorn. Die ÖHV setzt sich deshalb für eine verstärkte Bearbeitung der internationalen Märkte ein, «auch mit zusätzlichen finanziellen Mitteln». Gefordert wird eine zweckgebundene Budget-Erhöhung der ÖW um 10 Millionen Euro jährlich.

Unverändert bleibt das Ziel der ÖHV, die jährlichen Nächtigungszahlen bis 2010 mit zusätzlicher Wertschöpfung und allen damit verbundenen positiven Effekten um 20 Prozent auf 140 Millionen zu steigern. Ohne nationale Kraftanstrengung, zu der auch die Politiker gefordert sind, dürfte dies allerdings schwierig werden. 2004 lag die Zahl der Gesamt Nächtigungen bei 117,2 Millionen.

Ausstellung in Flims

Wahrzeichen in der Landschaft

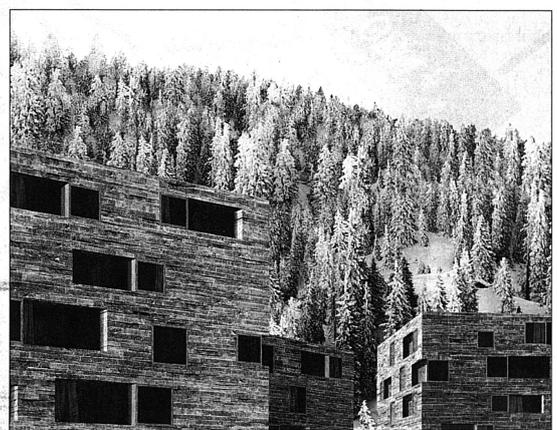
■ Im «Gelben Haus» Flims sind «werdende Wahrzeichen» zu sehen – ein Einblick in die Büros von Architekten und Bauherren im Kanton Graubünden. In werdende Badhäuser, Brunnen, Museen, Brücken, Naturparks, Hotels und also in die Architektur des Tourismus.

Köbi Gantenbein*

Die Arosabahn rüttelt über Brücken und durch Tunnels ins Schanfigg. Wie gewachsen aus der Landschaft wirkt die Eisenbahnstrecke. Wenig aber hat die Bündler Landschaft so verändert wie der Eisenbahnbau vor hundert Jahren. Doch Benedikt Hartmann, ein Wortführer des Bündler Heimatschutzes, lobte den Bahnbau: «Erkennbar ist hier trotz der enormen Schwierigkeiten das bewusste Bestreben, auf jede Weise das Landschaftsbild zu schonen, wenn möglich es zu beleben und zu steigern.»

Zwanzig architektonisch bemerkenswerte Projekte

Dieses Postulat hat die Ausstellung geboren, die zurzeit in Flims zu sehen ist. Sie fragt: «Was haben die Projekte der Architekten und Bauherren im Kanton Graubünden mit Landschaft zu tun? Was sind Ansprüche und wie sind Hoffungen?» Das Resultat trägt den zugänglichen Titel: «Werdende Wahrzeichen». Er ist auch kulturpolitisches Statement, denn just in der Woche, in der vier Architekturprofessoren der ETH Zürich der Schweiz ein «städtebauliches Porträt» schenken und den Kanton Graubünden als «Alpine Brache» mit ein paar niedergehenden, touristischen «Resorts» bezeichnen, entstand die Liste mit zwanzig architektonisch bemerkenswerten, öffentlichen



■ Laax. Auf dem Parkplatz neben der Bergbahnstation soll ein Hotel mit 1000 Betten entstehen, gebaut aus elf Quadrern mit Fassaden aus Valser Granit. Fotos: zvg

oder halböffentlichen Projekten: Badhäuser, Brunnen, Museen, Brücken, Naturparks, Hotels. Drei Erkenntnisse fassen die Ausstellung zusammen:

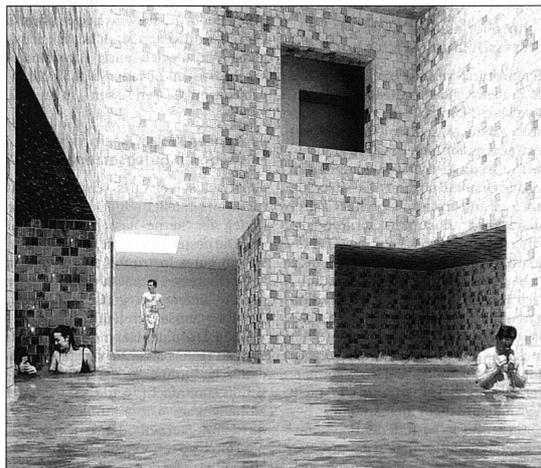
1. Bemerkenswert ist, dass es nebst den Tränen der Architektur und den Zweitwohnhaltungen im Tourismus Projekte gibt, die «das Landschaftsbild schonen, wenn möglich es beleben und steigern». Überraschend sind die Vielfalt und Spannweite – neben Kleinodern wie Piz Tschütta in Vnà, dem Hotel Celin in Tschlin oder dem Ausbau der Medelserhütte des SAC, stehen die grossen Vorhaben wie der Ausbau der Schatzalp oder der von Laax Mulania, wo ein Hotel mit 1000 Betten werden soll. Es gibt mehr Projekte als vor zehn Jahren, die Fremdenverkehr, Landschaft und bemerkenswerte Architektur verbinden. Gute Architektur verspricht gute Gäste.

2. Gute Architektur ist ein langer Weg. Sie braucht Institutionen und neben guten Architekten vor allem gute Bauherren. Schrittmacher in Graubünden waren in den letzten 20 Jahren der Kanton und etliche Gemeinden – auch für Bauten des Tourismus. Und eine gute Rolle als Förderer und Ermöglicher spielte der Heimatschutz. Hoteliers und Bergbahnen aber haben Nachholbedarf.

3. «Wahrzeichen» sind vieldeutig. Nebst lauten Landmarks wie dem Hotel-turm auf der Schatzalp oder dem Spektakel der Porta Alpina, sind Projekte wie der Ela Parc, die Hotels für Tschlin und Vnà oder die «Safier Ställe» werdende Wahrzeichen. Sie setzen auf kluge Ökonomie, auf soziale und kulturelle Ideen. Sie sind angepasst an landschaftliche und kulturelle Gegebenheiten. Sie sind leise, werden aber wirksam leuchten.

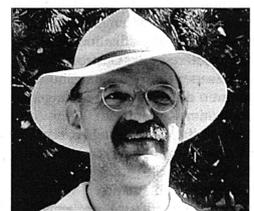
Beschränkung aufgeben

■ Anlässlich ihrer Generalversammlung in Saalfelden beschloss die Österreichische Hoteliereinigung (ÖHV), ihre Beschränkung auf 3- bis 5-Sterne-Häuser aufzugeben. Ordentliche Mitglieder können jetzt alle Betriebe sein, die «eine ausgeprägte Servicequalität, eine Spezialisierung und/oder nachhaltige Innovationskraft aufweisen». Die ÖHV vertritt die Interessen von rund 1040 Betrieben der Ferien-, Konzern- und Stadthotellerie (mit 30 000 Beschäftigten). Es ist dies, so ÖHV-Generalsekretär Thomas Reizenhahn, der höchste Mitgliederstand der Organisation seit ihrer Gründung vor 53 Jahren. *HP*



■ Samedan. Neben der Kirche soll im Oberengadiner Hauptort ein Wohlfühlgehäuse entstehen. Ein Bad der neuen Art in einem weissen Haus.

Der Autor



■ *Köbi Gantenbein ist Chefredaktor von «Hochparterre», der Zeitschrift für Architektur und Design. Zusammen mit Ariana Pradal hat er die Ausstellung «Werdende Wahrzeichen – Architektur- und Landschaftsprojekte für Graubünden» realisiert. Diese ist noch bis zum 23. April im «Gelben Haus» in Flims zu sehen. Der Katalog kann für 10 Franken bei verlag@hochparterre.ch bezogen werden 01 / 444 28 88. *htr*

Biersteuer-Senkung

«Das Bier wird diskriminiert»

■ Letzte Woche hat die ständerätliche Kommission für Wirtschaft und Abgaben die Vorlage des Bundesrates über die Biersteuer angenommen. Sehr knapp, mit 7 zu 6 Stimmen, hat sie sich für eine Senkung der Steuersätze ausgesprochen. Die Hauptkategorie, Normal- und Spezialbier, soll nicht mehr mit 25.32 Franken sondern nur noch mit 20 Franken pro Hektoliter besteuert werden. Damit könnte sich die Schweiz den Steuersätzen für Bier der Nachbarländer annähern – Frankreich hat ähnliche Sätze, in Deutschland bezahlt man rund 15 Franken pro Hektoliter. Der Entwurf wird voraussichtlich in der Frühlingssession vom National- und Ständerat diskutiert.

Eine Senkung der Biersteuer sei «die schlechteste aller Lösungen», schreibt die Schweizerische Fachstelle für Alkohol- und andere Drogenproble-

me (SFA), weil billiges Bier gerade für Jugendliche und Minderjährige attraktiv sei. Die SFA kämpft für eine Bierpreiserhöhung, damit Bier nicht gleich teuer oder billiger sei als alkoholfreie Getränke.

«Die Vorlage wird angenommen», ist sich Konrad Studerus, Geschäftsführer des Brauerei-Verbandes, sicher. Der Vorschlag zur Steuersenkung sei ein absolutes Minimum, aber ein Schritt in die richtige Richtung. «Bier wird diskriminiert. Es ist das einzige alkoholische Gärprodukt, das mit einer Steuer belegt ist. Sie ist willkürlich und sollte langfristig abgeschafft werden.» Mit der vorgeschlagenen Senkung könnte wahrscheinlich im nächsten Jahr eine Bierpreiserhöhung verhindert werden, die sonst aufgrund der gestiegenen Kosten hätte vorgenommen werden müssen, vermutet Studerus. RD

Gastro(s)pass

Churer Wirte sind mehr als zufrieden

■ Die sechsmontatige Aktion «Gastro(s)pass Chur» ist ein Erfolg: Die quantitativen Ziele wurden bereits nach zwei Monaten übertroffen.

Gudrun Schlenzcek

Der Anfang November letzten Jahres lancierte «Gastro(s)pass» – Gutschein für dreimal Abendessen inklusive Getränke für 99 Franken – ist ein Erfolg für die beteiligten neun Churer Gastronomen und Hoteliers. Bereits in den ersten zwei Monaten wurde das Gesamtziel von 500 Pässen, das bis zum Ende der Laufzeit im April anvisiert gewesen war, um 40 Prozent übertroffen: 700 Gastropässe (entspricht 2100 Essen), einlösbar Sonntag- bis Donnerstag-

Abend, wurden bis Ende Dezember verkauft. 45 Prozent kauften für den Eigengebrauch, 55 Prozent als Geschenk. «Wir sind gespannt, wie viele der Gutscheine auch eingelöst werden», so Michael Meier, Geschäftsführer der Initiantin Freizeit Graubünden AG. November und Dezember wurden 454 Menus via dem Gastropass verkauft. Falls weniger eingelöst werden als verkauft, belastet das die Rechnung der Wirte kaum. Denn, so Alex Dürig vom Restaurant zum Kornplatz: «Die Menus inklusive Getränke sind in allen Betrieben nur knapp kostendeckend.» Das stört Horst Salutt, Präsident von Gastro Chur, jedoch nicht: «Das ist eine gute Werbung im Vergleich zu dem, was wir sonst für Inserate an Geld rauschmeissen.» Der Wirt vom Restaurant Rätushof hofft, seinen Tagesbetrieb mit

der Aktion auch für den Abend zu positionieren. Salutt konnte den Umsatz im Dezember 2005 im Vergleich zum Vorjahr um 6,8 Prozent steigern und schätzt beim Deckungsbeitrag 2,5 bis 3 Prozent zuzulegen. «Ich konnte schöne Gruppengeschäfte als Folge des Gastropasses abschliessen», freut sich der Wirt. Salutt weiter: «Via Gastropass kommen vor allem Neukunden.» Oder solche, die sich sonst ein gutes Essen nicht leisten, zum Beispiel im Gourmetlokal Va Bene im Benerpark. Mit 191 verkauften Gastropass-Menus wies der Betrieb die höchste Verkaufszahl auf. Matchentscheidend soll die Menukreation gewesen sein. Jeder Betrieb bietet während der ganzen Aktionszeit ein bestimmtes Menu an: Der Gast wählt das Menu, weniger den Betrieb. Im Sommer soll die Aktion wiederholt werden.

Beherbergungsstatistik

Sehr gutes Ergebnis im November 2005

■ Im November 2005 stieg die Anzahl der Logiernächte in den Schweizer Hotels und Kurhäusern um 6,1 Prozent. Damit hat sich der positive Trend im Jahr 2005 im Monat November noch verstärkt. Für den Anstieg waren allein ausländische Gäste verantwortlich.

Daniel Stampfli

Insgesamt wurden im November 2005 1,5 Millionen Logiernächte generiert, wie die neusten vom Bundesamt für Statistik (BFS) ermittelten Resultate zeigen. Im Vergleich zum November 2003 entspricht dies einer Zunahme von 89 000 Logiernächten bzw. 6,1 Prozent. Von Januar bis November 2005 kumuliert sich die Zahl der Logiernächte auf 30,7 Millionen (+2,5%). Der November war trotz der nachfrageseitigen Zuwächse laut BFS saisonbedingt der weitaus schwächste Monat, gefolgt von den Monaten April und Mai mit je etwas mehr als 2 Millionen Logiernächten. Die frequenzstärksten Monate (August und Juli) kamen auf nahezu je 4 Millionen Logiernächte.

Wichtige Herkunftsländer im Plus – nur Schweiz im Minus

48 Prozent der Logiernächte im November gingen auf das Konto von Schweizern und Schweizerinnen. Das zweitwichtigste Gästeherkunftsland war Deutschland mit 202 000 Logiernächten (13%). An dritter bzw. vierter Stelle stehen das Vereinigte Königreich und die USA mit je rund 75 000 Übernachtungen. Weitere wichtige Herkunftsländer waren mit zumindest fast 50 000 Logiernächten Frankreich und Italien. Die Entwicklung der Aufenthalte dieser Gästeherkunftsländer verlief mit Ausnahme der Schweiz durchweg positiv – mit Zuwächsen um bis zu 26 Prozent (Vereinigtes Königreich). Bei den Besuchern aus der Schweiz gab es ein Minus von 0,5 Prozent.

Auf kantonaler Ebene war im November Zürich mit 292 000 Logiernächten der Spitzenreiter. Zwischen fast 100 000 und 200 000 Übernachtungen wiesen die Kantone Genf, Bern, Waadt und Wallis auf. In diesen fünf Kantonen wurden 58 Prozent aller Logiernächte verbracht und waren 42 Prozent aller Hotels – insgesamt 2400 mit 69 100 Zimmern und 128 100 Betten – situiert. Auf jeweils über 50 000 Logiernächte kamen die Kantone Luzern, Tessin, Basel Stadt, Graubünden, St. Gallen und Aargau.

Anzeige

Tschüss, bis später in Ihrem CC Markt
– Ihr Käse –

FRISCHE MIT SYSTEM

prodega GROWA

Biel/Bienne · Chur/Coire · Conthey · Crissier · Dietikon · Dübendorf · Glis/iez · Helmberg · Kriens · Moosseedorf · Neuendorf · Pratteln · Reinach · Rotkreuz · Rapperswil · Rüslikon · St-Blaise · Balach · Emmenmat · Langenthal · Wilderswil

Postauto

■ **Sondermünzen.** Die Eidgenössische Münzstätte widmet zwei ihrer Sondermünzen 2006 Schweizer Institutionen, welche dieses Jahr ein grosses Jubiläum feiern: Zum 500-Jahr-Jubiläum der Päpstlichen Schweizergarde erscheint eine Goldmünze, das 100-jährige Bestehen der Postautos ehrt der Bund mit einer Silberprägung. Beide Sondermünzen erscheinen zusammen mit der Bimetall-Münze «Piz Bernina», welche die Serie «Schweizer Berge» abschliesst. GSG

Dritter Dessert-Wettbewerb

■ **Hug AG.** Zum dritten Mal führt der Backwaren-Hersteller aus Maltern den Kreativ-Wettbewerb «Dessert Fantasien» durch. Gemeinsam mit der Schweizer Gilde etablierter Köche und mit Unterstützung von Cash & Carry Angehört lädt die Hug AG Köche, Pâtisiers, Bäcker, Confiseurs und Konditoren ein, mitzumachen. Für die Kategorien «Lehrlinge» und «Ausgebildete» werden nun je fünf Finalisten gesucht, die in der Fachschule Richemont Hug-Tartelletes mit kreativen Füllungen

gestalten. Das Jury-Präsidium hält «Chrüter-Oski» Oskar Marti inne. Weitere Jury-Mitglieder sind: Gilde-Obmann René F. Maeder, Alain Müller (Küchenchef Institut hôtelier César Ritz), René Schmidt (Konditorenmeister Richemont), Karl Knipp (Meistervereinigung Gastronom Baden-Württemberg) und René Keller (Restaurantfachmann Hug AG). Einsendeschluss der Rezepte ist am 30. März 2006. Infos unter www.hug-luzern.ch. Zu gewinnen: Attraktive Week-ends. GSG

Jubiläum

■ **Luzern.** Das «Palace Luzern» feiert dieses Jahr seinen 100. Geburtstag. Anlässlich dieses Jubiläums offeriert die Direktion ehemaligen Mitarbeitern ein spezielles Package. Auf Vorlegen eines Arbeitsnachweises oder Zeugnisses erhalten sie eine Übernachtung in einem Deluxe Doppelzimmer mit Blick auf den See zum Preis von Fr. 100.–/Euro 65.– (exkl. Frühstück) pro Person und Nacht. Das Angebot ist das ganze Jahr 2006 gültig, auf Anfrage und nach Verfügbarkeit. CK

Zu viel Kokain

■ **St. Moritz.** Über Weihnachten wird in St. Moritz so viel gekokst wie kaum woanders. Eine Untersuchung Ende Dezember bei der Kläranlage Celerina ergab, dass in dem Nobelkurort in dieser Zeit fast jeder zwanzigste Konsument pro Tag eine Linie reinzieht. Über Weihnachten käme eine ganz spezifische Schicht, so Kurdirektor Hanspeter Danuser im «Tages-Anzeiger». Ein hausgemachtes Drogenproblem gebe es aber nicht – ausserhalb der Hochsaison herrsche Idylle. GSG

ZITAT DER WOCHE

«Ich kann ruhig ins Bett gehen und weiss, dass am anderen Morgen ein schöner Tag beginnt.»

Fussballtrainer
Ottmar Hitzfeld
im Interview
auf Seite 2

BUSINESS-PEOPLE



■ Der neue Küchenchef im Albergo Giardino ist **Johan Breedijk** aus Holland. Der erfahrene Profi und leidenschaftliche Cuisinier – mehrjähriger Sous-Chef im «Ristorante Santabondio» in Lugano, langjähriger Küchenchef im «Ristorante da Enzo» in Ponte Brolla und Aufsteiger des Jahres 2004 (GaultMillau) – wird ab Mitte März 2006 die Führung übernehmen. Er löst **Ulf Braunert** ab, der sich neu orientieren wird. MD



■ Der diplomierte Hoteller **Markus Conzelmann** (41) wird per Anfang Februar 2006 zum General Manager des neuen Radisson SAS Hotel in Luzern ernannt. Conzelmann besuchte in Zürich die Handelsschule und das Zürcher Handelsinstitut. Seine Laufbahn in der Hotellerie begann Conzelmann als Sales Manager im Swissôtel Zürich. 1993 wechselte er zu den «Christian Kramer Restaurationsbetrieben», wo er als Geschäftsführer für die Sushi-Linie tätig war. 1995 wurde er zum General Manager des Viersterne-Seminarhotels Kapplerhof in Ebnat-Kappel berufen. GSG

■ Der langjährige Tourismusdirektor von Thunersee Tourismus und ehemalige Projektleiter Marketing und Verkauf beim Kongresszentrum Basel, **Christian Vultier** (49), ist seit Anfang Januar 2006 neuer Geschäftsführer bei der Basler Personenschiffahrts-Gesellschaft (BPG). Der Hotel- und Tourismusfachmann Vultier tritt die Nachfolge von **Gitta Keller** an, die im Oktober 2004 die BPG verlassen hat. Interimistisch war seither BPG-Verwaltungsrat **Robert Straubhaar** für die Geschäftsführung verantwortlich. Christian Vultier soll nun die vorgesehene Neuausrichtung und Modernisierung umsetzen. Das neue Business-Modell sieht eine Ablösung der bisherigen Defizitgarantie des Kantons durch eine Leistungsvereinbarung vor. GSG

■ **Christoph K. Franzen** wird neu ab Februar im Grand Hyatt Dubai (Vereinigte Arabische Emirate) als Director of Rooms tätig sein. Franzen war während mehrerer Jahre in der Schweiz berufstätig, bevor er verschiedene leitende Stellen in Deutschland, den USA, Australien, Oman und Russland bekleidete. DST



■ **Gekürte Réceptionisten.** Mark-Frank Winkelmann, Hotel Victoria-Jungfrau Interlaken; Verena Fox, Hotel George V, Paris; Julia Rothe, Hotel Sacher, Wien; Pavlina Hejdova, Four Seasons Hotel, Prag, Siegerin im 2005 in Basel (v.l.n.r.). Foto: Ziegler

Réceptionisten-Wettbewerb

Schweizer international Zweiter

■ **Mark-Frank Winkelmann** aus Interlaken, bester Schweizer Nachwuchs-Réceptionist 2005, schaffte es am internationalen Wettbewerb auf Platz 2.

Gudrun Schlenczek

Am 14. Januar 2006 wurde in London zum elften Mal die internationale Auszeichnung zum besten Nachwuchs-Réceptionisten verliehen. Im Wettbewerb mit elf weiteren Nationen belegte Mark-Frank Winkelmann, vom Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa in Interlaken und Vertreter der Vereinigung «Chefs de Réception und Vizedirektoren» führender Schweizer Hotels (A.I.C.R. Schweiz), den zweiten Platz.

Berner Ferienmesse

Mehr Besucher als im Vorjahr

■ Die Schweizer ziehts in die Ferne oder zumindest in die Ferien: Die vom 19. bis 22. Januar auf dem Berner Ausstellungsgelände stattgefundene Ferien- und Gesundheitsmesse konnte die Besucherzahl im Vergleich zum Vorjahr um 1,7 Prozent auf 43 952 Besucher steigern. Über 450 Aussteller zeigten ihr Angebot: Von Campingferien, Erlebnisreisen, Clubferien bis zu Familienangeboten und Individualreisen. Die Gesundheitsmesse alleine zählte 83 Aussteller. Die nächste «FerienBern» findet vom 11. bis 14. Januar 2007 statt. GSG

www.ferienmesse.ch

Die begehrte «David Campbell Trophy» konnte die strahlende Gewinnerin, Verena Fox vom legendären Four-Seasons-Hotel «George V» in Paris entgegennehmen. Platz 3 belegte die österreichische Vertreterin, Julia Roth, vom Sacher Hotel in Wien. Alle drei Erstplatzierten stammen ursprünglich aus Deutschland, betont man bei A.I.C.R.

Finalisten aus 12 Nationen traten an

Die 12 Finalisten mussten sich in London während 40 Minuten von der sechsköpfigen Jury auf Herz und Nieren prüfen lassen. Nach der persönlichen Vorstellung hatten sie fünf theoretische und praktische Fachfragen zu kommentieren: Hier wird die Spontaneität

und Schlagfertigkeit der jungen Réceptionisten bei einem Rollenspiel auf die Probe gestellt. «Bei diesem Wettbewerb legen wir grossen Wert auf Freundlichkeit und Ausstrahlung der Kandidaten», meint Markus Müller, Präsident der A.I.C.R. Schweiz, Rooms-Division Manager und Vizedirektor der Grand Hotels Bad Ragaz.

Rund zwei Monate vor dem Finale in London durfte sich der 25-jährige Mark-Frank Winkelmann bereits bester Schweizer Nachwuchs-Réceptionist nennen. Die von der A.I.C.R. Schweiz zum elften Mal organisierte «Bucherer-Trophy» war zugleich der Ausscheidungswettbewerb für die Teilnahme am internationalen Event in London.

www.aicr.ch



■ **Alpenregion.** Schweizer und österreichische Anbieter informierten an der 21. Ferienmesse in Bern die zahlreichen Besucher. Foto: Marietta Dedual

GLOSSE

Ententanz

Hanspeter Gsell*

■ *Manche Leser mögen in letzter Zeit der irrigen Meinung verfallen sein, mir würden langsam aber sicher die Themen ausgehen. Nun, ich kann Sie beruhigen, dies wird vorläufig nicht der Fall sein. Schicken Sie mir deshalb bitte keine Briefe mehr mit Anregungen wie «Rettet Ogi den Mystery Park?». Eine solche Glosse wäre sowohl politisch wie auch grammatisch nicht korrekt. Wortspielereien wie «Schwerter zu Pflugscharen – Kampfhande zu Hot Dogs» kommentiere ich aus ethischen Gründen nicht. Und auch die Schlagzeile «Hugelshofen kürt Mister Schwartennagen» ist überflüssig und ehrenrührig – für den Schwartennagen.*



Ich werde sicher auch kein Wort über den Feinstaub verlieren. Diese Diskussion ist so unnützlich wie Rucola und wird so schnell wie Ozonwerte und saurer Regen wieder aus den täglichen Nachrichten verschwinden. Es interessiert auch niemanden, dass in Basel Regierungsratswahlen sind. Auch dann nicht, wenn der Ehemann der Kandidatin für das Sicherheitsdepartement als Verwaltungsrat für einige Rotlichtbetriebe verantwortlich zeichnet. – Gut, in den Betrieben wurden kürzlich illegal anwesende Prostituierte verhaftet. Aber solche Räuber-geschichten interessieren den aufgeklärten Leser nun wirklich nicht. Auch über neue und alte «Schweizer des Jahres» werde ich nichts verlauten lassen. Ich habe nämlich bis heute nicht verstanden, warum man ausgezeichnet wird, wenn man sein Unternehmen ins Ausland verkauft.

Vielleicht aber erwarten Sie einen gastronomisch inspirierten Bericht über die Entenwaldjagd in der Thematik. Wie bereitet man eigentlich Entenwald richtig zu? Was trinkt man dazu, und wie stehts mit der Vogelgrippe? Da sich Entenwald entgegen einer weit verbreiteten Meinung nicht von Enten ernähren, können sie problemlos verspeist werden. Am besten schmeckt der Entenwald übrigens frisch grilliert. Servieren Sie ihn auf einem umgestochenen Gemüsebeet und garnieren Sie ihn mit einem Achiol Tomate und einer frittierten Peterlistau. Achtung: Grillunterbau vorher verstärken und sich dem Fisch nur in SUVA-Schuhen nähern.

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



HOTELLERIE 9
Carlo Rampazzi | Der Tessiner Innenarchitekt ist für seine bunten, nicht alltäglichen Kombinationen bekannt.



GASTRONOMIE 10
Einkauf | Aldi will auch Wirte als Kunden zählen. Der Schweizer Abhol-grosshandel fürchtet die Konkurrenz jedoch nicht.



TOURISMUS 11
Langlauf | Die Sportart erlebt ein Comeback. Der Verband Loipen Schweiz stellt eine grosse Nachfrage nach Langlaufpässen fest.



Davos

«Superior» für das «Waldhuus»

■ Das 4-Sterne-Arabella-Sheraton-Hotel Waldhuus in Davos ist umgebaut worden und hat dafür den Zusatz «Superior» bekommen.

Christine Künzler

Das Davoser «Waldhuus» hat zwar 11 Zimmer verloren, dafür aber ab dem Jahr 2007 die Auszeichnung 4-Sterne Superior gewonnen: Aus 105 mach 94, hiess es. 22 Classic-Zimmer wurden zu 11 Junior-Suiten umgebaut. Der zusätzlich geschaffene Platz werde vor allem von Familien und anspruchsvollen Gästen geschätzt, heisst es in einer Pressemitteilung. Auch das Interieur des Hauses hat einen Neuanstrich erhalten. Zum Chalet-Stil des Hotels passende, helle Möbel und neue Luxusbetten runden die Sanierung ab. Investiert worden sind in den Umbau und in die Renovationsarbeiten 2,1 Mio. Franken. Insgesamt hat ArabellaSheraton seit der Übernahme der drei Davoser Häuser Waldhuus, Seehof und Derby im September 1999 rund 40 Mio. Franken an Investitionen getätigt.

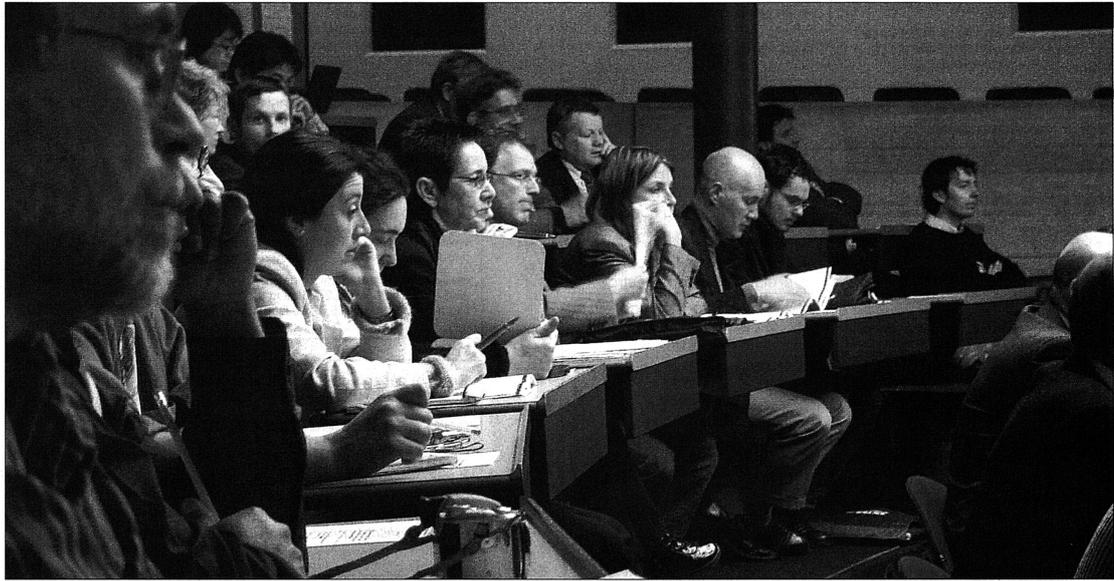
Neues ArabellaSheraton-Hotel in Zürich geplant

Das ArabellaSheraton-Hotel Waldhuus ist eines von derzeit sechs Hotels der ArabellaSheraton-Gruppe in der Schweiz. Zur Marke ArabellaSheraton Hotels & Resorts gehören neben den Davoser Hotels auch das «Neue Schloss» in Zürich und der «Vitznauerhof» am Vierwaldstättersee. Als Franchisebetriebe führt die ArabellaSheraton Hotelmanagement GmbH in Genf das Hotel «Präsident Wilson» (Marke: «The Luxury Collection») und als siebtes Hotel in der Schweiz ab Frühjahr 07 das «Four Points Silhcity» von Arabella-Sheraton» in Zürich. **CK**

KURZ UND BÜNDIG

Neues Hotel

■ In Köln hat Marriott ein Hotel mit 282 Zimmern und Suiten, zwölf Konferenz- und Veranstaltungsräumen verschiedener Grösse, einer «verrückten» Brasserie und der «Plüsch – Bar & Lounge» eröffnet. Es ist das erste neue Haus der internationalen Hotelkette, das nach einem neuen Zimmerkonzept von Interior-Designer Keith Wright eingerichtet wurde. **CK**



■ Aufmerksames Fachpublikum. Rund 250 Teilnehmende reisten zum Kongress nach Lausanne.

Foto: EHL/zvg

Enter 06, Lausanne

Kongress erfüllte die Erwartungen

■ Der erstmals in der Schweiz durchgeführte Enter-Kongress* hat die Erwartungen vor allem der Organisatoren, der EHL und der Hochschule Wallis, erfüllt. Bilanz mit den Professoren Thomas Steiner und Roland Schegg, zwei der wichtigsten treibenden Kräfte der Enter 06.

Laurent Missbauer

Nach Helsinki 2003, Kairo 2004 und Innsbruck im letzten Jahr fand der internationale Enter-Kongress, der die Herausforderungen und Chancen des

htr medienpatronat

E-Tourismus thematisiert, dieses Jahr vom 18. bis 20. Januar an der Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) statt. Aus der Sicht der Initianten, aber auch der Teilnehmer, hat er die Erwartungen erfüllt. «Beim Workshop der Doktoranden wurden sie sogar weit übertroffen: rund 20 Teilnehmer waren da, gegen-

über jeweils etwa einem Dutzend in den früheren Jahren», stellt Thomas Steiner, Professor an der Hochschule Wallis (HEVs) in Sierre, fest. Gleiches gilt für den «Swiss Day», den letzten Abschnitt dieses Kongresses, an dem neben Forschern auch Hoteliers und Angestellte von Tourismusbüros des Gastgeberlandes teilnehmen konnten.

Mehr Teilnehmende als erwartet

«Für den nationalen Tag, der letztes Jahr in Innsbruck zum ersten Mal organisiert wurde, hatten wir auf 40 Teilnehmer gehofft, doch es kamen rund 50. Der «Swiss Day» war ein Erfolg und die Organisation eines weiteren nationalen Tags am nächsten Kongress in Slowenien in 2007 ist schon geplant», kommentiert Roland Schegg, ebenfalls Professor an der HEVs und Verantwortlicher für den «Swiss Day» im Organisationssteam dieser 13. Ausgabe des Enter-Kongresses. Insgesamt 250 Teilnehmer aus allen Kontinenten sind für mindestens einen Kongresstag angereist. «Das sind gleich viele wie in den Vorjahren», erklärt Roland Schegg. Eine der Stärken des Kongresses war aus seiner Sicht die Anzahl der Aussteller,

die höher war als in Innsbruck – vierzehn, darunter Lenovo, IBM, SPSS und Tiscover.com.

Für Thomas Steiner war ein weiterer Pluspunkt die Einbeziehung der Regierung in den Kongress mit der Teilnahme von Peter Keller, Chef Tourismus im Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco), und von Jürg Schmid, Direktor Schweiz Tourismus, der das neue E-Marketing-Instrument vorstellte, das «CRM» für «Electronic Customer Relationship Management» oder «Verwaltung von Kundenbeziehungen auf dem Internet» (vgl. hotel+tourismus revue vom 12. Januar). «Jürg Schmid konnte bei dieser Gelegenheit einen praktischen Beitrag bieten, den die hauptsächlich aus Forschern und Akademikern zusammengesetzte Zuhörerschaft besonders schätzte», ist Steiner überzeugt.

Die Zusammenarbeit zwischen EHL und HEVs funktioniert

Und was hat an diesem Kongress weniger gut funktioniert? Vielleicht der Ausfall des einen oder anderen der ursprünglich angekündigten Referenten? «Nein, Ausfälle sind bei solchen Kongressen, an denen mehrere Dutzend Referenten auftreten, an der Tagesord-

nung», meint Roland Schegg. «Was wir vielleicht verbessern müssen, wenn wir wieder als Gastgeber für eine so bedeutende internationale Veranstaltung in der Schweiz auftreten wollen, ist eher die Sponsorensuche. Die Österreicher konnten zum Beispiel im vergangenen Jahr mit Swarovski-Kristall einen bedeutenden Sponsor gewinnen. Wir haben aber immerhin von Lausanne Tourismus, vom Olympischen Museum, vom Institut des Hautes études commerciales der Universität von Lausanne und selbstverständlich von der Ecole hôtelière de Lausanne und der Hochschule Wallis viel Unterstützung erhalten», sagt Roland Schegg anerkennend.

«Die Zusammenarbeit zwischen der Ecole hôtelière de Lausanne und der Hochschule Wallis hat bei der Enter 06 sehr gut funktioniert. Dies ist teilweise auch dadurch zu erklären, dass Roland Schegg und ich, die wir gegenwärtig an der Hochschule Wallis unterrichten, früher beide an der EHL gearbeitet haben», schliesst Thomas Steiner.

Übersetzung aus dem Französischen: Christina Müller

* Enter ist der Jahreskongress der International Federation for IT and Travel & Tourism (IFITT). www.ifitt.org

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

hoteljob

Ihr Ansprechpartner für Stellen in der Hotellerie und Gastronomie

hoellerie suisse

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

Gsell & Partner
 KMU-Beratung für Tourismus, Handel und Gewerbe

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

BRITA Professional

ALT gegen NEU

Der sieht ja richtig frisch aus!

N°1

berndorf LUZERN

HESSER
UNTERNEHMENSBERATUNG
FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

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

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

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

Per 1. Januar 2006 oder nach Vereinbarung vermieten wir an zentraler Lage in der neu renovierten Liegenschaft

Restaurant Löwen, Laupen

- Restaurant mit Säli ca. 60 Sitzplätze
- Terrasse an historischer Schlossmauer, ca. 30 Sitzplätze
- Vinothek oder Ladenfläche 75 m²
- 3 1/2-Zimmer-Wohnung mit schöner Terrasse.

Sind Sie interessiert? Rufen Sie uns an, wir geben Ihnen gerne nähere Auskunft.

Telefon 079 222 55 54

Zu vermieten

per sofort oder nach Vereinbarung im Zentrum von Niederenz, mitten im Kt. Aargau

Gasthof/Hotel Sonne

Restaurant 40 Plätze, Speisesaal 25 Plätze, Saal 90 Plätze, 1 Kegenbahn 15 Plätze, Gartenterrasse 60 Plätze, 7 Gästezimmer, bei Bedarf 4- bis 5-Zimmer-Wirtwohnung, grosser Parkplatz, gute Zufahrt.

169396/432172

JÜRIG MÜLLER
IMMOBILIEN

Tel. 063 892 80 36
www.mueller-im.ch
5600 Lenzburg

Sie suchen eine **eigene Existenz** wir bieten für top qualifizierte, Gastrofachleute nicht nur eine Herausforderung sondern **die Chance!**

Info: www.brogli-immo.ch
eigene existenz/gastro

Zu verkaufen in Bodenseegemeinde

Hotelliegenschaft

Bj. 1993, 3626 m²
2 Maisonette-Wohnungen,
12 Studiozimmer,
Gaststube mit kl. Gastküche,
Tiefgarage
VP CHF 1,6 Mio.

hotelverkauf@vtxfree.ch

169399/431919

THUNERSEE
Zu verkaufen

Hotel-Restaurant
3-Sterne mit 110 Betten

- > Restaurant Méditerrané mit 60 Plätzen
- > Restaurant Français mit 30 Plätzen
- > Bar mit 20 Plätzen
- > Moderner Saal mit 80 Plätzen
- > Moderner Saal mit 40 Plätzen
- > Terrasse mit 100 Plätzen
- > Grosser eigener Parkplatz

Verhandlungspreis CHF 5,5 Mio.
Auskunft erhalten Sie gerne unter Chiffre 168937, hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

168937/364428

CTCI
Conseils en Transactions Commerciales et Immobilières S.A.

Zu Verkaufen / A Vendre

Nord-Wadtland/Nord Vaudois
Hôtel / Restaurant**

14 Zimmer/14 chambres
Schönes gebäude
Bel établissement

Fr. 1'6'000'000.-

Tel : 021 613 52 54 / 079 756 16 58
Av. Edouard-Daples 23 - 1006 Lausanne

Düdingen

In Düdingen, im Wirtschaftszentrum des freiburgischen Senslandes, wird der traditionsreiche und weitherum bekannte Gastbetrieb

Hotel-Restaurant Bahnhof

per August 2007 zur Verpachtung ausgeschrieben.

Das im Jahre 2003 renovierte Hotel-Restaurant Bahnhof in Düdingen präsentiert sich an bester Lage an der SBB-Strecke Zürich-Genève und an der Autobahn A12 zwischen Freiburg und Bern. Der Betrieb umfasst eine Gaststube mit rund 100 Plätzen, ideale Versammlungs- und Speisesäle für 20 bis 500 Personen, moderne Kücheninfrastrukturen, 12 Gästezimmer, eine Pächterwohnung, mehrere Personalzimmer und einen entsprechenden Parkplatz. Der unterteilbare Saal mit Bühne eignet sich auch für grosse Veranstaltungen und Bankette. Mit dem rund 150 Meter entfernten Kultur- und Konferenzsaal PODIUM bieten sich weitere interessante Synergiegenutzungen.

Wenn Sie über eine gute Fachausbildung verfügen, innovativ und zielstrebig sind, bietet Ihnen dieser Betrieb sehr interessante Perspektiven.

Für nähere Auskünfte steht Ihnen Gemeindegemeinschafter Mario Vonlanthen (Tel. 026 492 74 20 - vonlanthem@duedingen.ch) gerne zur Verfügung. Detailinformationen sind auch unter www.duedingen.ch (Rubrik Tourismus / Hotel Bahnhof) zu finden. Wir freuen uns, Sie kennen lernen zu dürfen.

Bewerbungen mit Ausbildungs- und Referenzunterlagen sind bis zum 20. März 2006 zu richten an den Gemeinderat Düdingen, Postfach 75, 3186 Düdingen.

169401/413357

Gesucht per sofort oder nach Vereinbarung:

Bar- und Restaurationsbetriebe

Gute Lage in der Stadt, auch in Einkaufszentren, Autobahnaststätten oder sonstigen guten Lagen.

Gerne nehmen wir Angebote unter Chiffre 169402, hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern entgegen.

169402/410618

Wir orientieren uns neu uns suchen eine/n Nachfolger/in für unser kleines, gemütliches und beliebtes

Café/Restaurant

in der Churer Altstadt.

Wir freuen uns zusammen mit unseren vielen Stammgästen, wenn Sie unser erfolgreiches Konzept übernehmen. Stilvolles Mobiliar und Kleininventar kann übernommen werden. Geschäftsübernahme per 01.06.06 oder nach Vereinbarung.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf unter Telefon Nr. 079 784 33 32.

169424/432235

HESSER
UNTERNEHMENSBERATUNG
FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

Wir haben interessante Betriebe - z.B. ...

Restaurationsbetrieb
mit Fr. 2,5 Mio Umsatz im CH-Mittelland zu verkaufen, Eigenkapital Fr. 0,5 Mio.

Hotel-Restaurant
Region Winterthur mit 40 Betten und 2 Restaurants zu verkaufen od. Miet-Kauf, Eigenkapital Fr. 0,3 Mio.

Restaurationsbetrieb
mit 2 Restaurants, 80 Pl. zu vermieten an Hauptstrasse im Kt. Aargau

Erstklasshotel im Engadin
mit 60 Betten und Restauration, Grosse Parkanlage und Reserveland VP Fr. 4,8 Mio

3-Sterne-Hotel Ferienhotel im Heildland mit 60 Betten und Restauration zu verkaufen - ev. Miet-Kauf. Eigenkapital ca. Fr. 0,3 - 0,5 Mio.

3-Sterne-Seminarhotel
mit öffentlicher Restauration an guter Geschäftslage im Kt. St. Gallen zu verkaufen, Eigenkapital nur Fr. 0,2 Mio.

3-Sterne-Hotel
in bekanntem Ferienort Graubünden zu verkaufen, 90 Betten, Restauration 120 Plätze, kleine Wellness-Anlage, grosser P. 1'400 m² Bauland, Eigenkapital Fr. 0,8 Mio

3-Sterne-Hotel-Garni
mit 53 Zimmer im Berner Oberland zu verkaufen. Eigenkapital Fr. 1,2 Mio.

2 Restaurationsbetriebe
mit zusammen Fr. 2,8 Mio. Umsatz im Zentrum von Bern neu zu vermieten. Eigenkapital für Einbauten u. Kleininventar ca. Fr. 0,5 - 0,7 Mio.

Restaurant-Bar
im Zentrum von Basel mit Fr. 3,8 Mio. Umsatz zu vermieten. Eigenkapital für Einbauten und Kleininventar ca. Fr. 0,5 - 0,7 Mio.

Ist Ihr Wunschbetrieb nicht dabei, rufen Sie uns an.

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

htr AUS- UND WEITERBILDUNG / ANZEIGEN

DER RECEPTIONS KURS

ERSTE BAUSTEINE FÜR DEN START AM "FRONT-OFFICE"

DAS INTENSIV-SEMINAR VON GASTROSUISSE

DATEN
Montag, 8. bis Freitag, 19. Mai 2006
Montag, 9. bis Freitag, 20. Oktober 2006

PREIS
Fr. 2'650.-
Darin inbegriffen sind folgende Leistungen:
10 Tage Seminar, sämtliche Seminarunterlagen, Mittagessen und Pausenverpflegung.

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

GASTROSUISSE

Tel.: 044 215 70 10

Sprachreisen ist
Sprechreisen weltweit

ist internationale Sprach- und Studienreisen
Kuttelgasse 1 - 8001 Zürich

www.ist-sprachreisen.ch

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

You can never change a first impression!

Agentur für professionelle Hotelfotografie

Belane SA
Brandschenkestrasse 150, 8002 Zürich
T 043 817 63 30, info@belane.com
www.belane.com

Tourismus

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

MINERVA
Ein Institut der Kaledon Bildungsgruppe Schweiz

www.institutminerva.ch

Gastroconsult
TREUHAND FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

Worblaufen

Landgasthof Tiefenau

Im Auftrag unseres Kunden vermieten wir ab 1. Mai 2006 oder nach Vereinbarung den Landgasthof Tiefenau. Zur Zeit wird der Betrieb umgebaut und renoviert.

Der Betrieb befindet sich an zentraler Lage, inmitten von Dienstleistungszentren und der Bahnstation RBS und verfügt über eine grosse Anzahl Parkmöglichkeiten rund um das Haus.

Folgende Räumlichkeiten stehen zur Verfügung:

- > Restaurant 40 Plätze
- > Swisscomstübli 24 Plätze
- > Saal 72 Plätze
- > Gartenterrasse 130 Plätze
- > Bar 50 Plätze
- > Gästezimmer 24 Betten

haben Ihr Interesse geweckt? Gerne erwarten wir Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an folgende Adresse:

Gastroconsult AG
Unternehmensberatung
Tina Müller
Standstrasse 8, Postfach, 3000 Bern 22
Telefon 031 340 66 29
tinamueller@gastroconsult.ch

169446/428427

Wo gibt es eine

Kongress- und Messe-Annullierungs-Versicherung?

Dies erfahren Sie über Kurt Hänggi Project Coaching
Maingasse 18, CH-4123 Allschwil
Telefon +41 61 483 19 21
oder über die E-Mail-Adresse:
k.haenggigmbh@bluewin.ch

169398/432210

MEDECINS SANS FRONTIERES

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

Jede Geste zählt !

Postfach, 8030 Zürich
PK 12-100-2

Uerner Regierung macht Dampf

■ **Grossprojekt.** Die Pläne des ägyptischen Unternehmers Samih Sawiris für Andermatt machen der Uerner Regierung Beine. Sie hat eigens für dieses Tourismusprojekt eine Projektorganisation unter Federführung von Justizdirektorin Heidi Z'graggen eingesetzt. Sie begrüsst und unterstützt die Idee Samih Sawiris', schreibt die Regierung in einer Medienmitteilung. Der Ägypter hatte im Dezember 2005 das Projekt für eine grosse Ferienanlage in Andermatt vorgestellt. Sie soll unter

anderem über 800 Hotelbetten, einen Golfplatz sowie über ein Hallenbad mit Wellness-Angeboten verfügen. Die jetzt eingesetzte Projektorganisation hat den Auftrag, sämtliche im Zusammenhang mit dem Vorhaben nötigen Verfahren auf kantonaler Ebene vorzubereiten und durchzuführen. Zudem soll sie die Bauherrschaft und die Gemeinde Andermatt fachlich unterstützen. Samih Sawiris selbst strebt einen Baubeginn innerhalb von 18 Monaten an. *TL/Isa*

Q III erhalten

■ **Basel.** Das Hotel Basel ist von hotellerieusuisse mit dem Qualitäts Gütesiegel «Q III» bewertet worden. Das entspricht einer ISO-Zertifizierung. Raeto Steiger, Inhaber des Basler 4-Sterne-Hotels, betreute den Prozess bis zur Zertifizierung persönlich. «Die Arbeit daran hielt unser Team neun Monate auf Trab – von der Küchenhilfe bis zum Direktor», beschreibt Steiger. Er ist überzeugt, dass sich Betriebe mit Qualitätslabel künftig erfolgreich von der Masse abheben können. *TL*

Kreditkarten-Gebühren: Hotellerie wehrt sich

■ **Rechtsstreit.** Der Hotelverband Deutschland hat gemeinsam mit dem Hauptverband des Deutschen Einzelhandels eine Beschwerde gegen die Interchange-Gebühren der Kreditkartenorganisationen Visa und Mastercard beim Bundeskartellamt eingereicht. Für jeden Zahlungsvorgang mit einer der beiden Karten muss ein Hotel eine Umsatzprovision zahlen, deren wesentlicher Bestandteil die «Interchange Fee» ist. «Sie beträgt bei uns rund 1,5 Prozent des Umsatzes, ist aber

zwischen Hotel und Banken nicht verhandelbar», kritisiert Fritz G. Dreesen, Vorsitzender des Hotelverbands. «Wir haben deshalb das Bundeskartellamt gebeten, die Intransparenz des Mastercard- und Visa-Reglements als Verstoß gegen das Kartellverbot zu beanstanden und der heutigen Praxis ein Ende zu setzen.» Das Ziel des Hotelverbands Deutschland ist eine deutliche Senkung der Interchange-Gebühren. Mit diesem Wunsch befindet sich die deutsche Hotellerie

in guter Gesellschaft, betonte Dreesen mit Blick auf Europa. In Spanien liegt zwar kein Entscheid des Kartellamts vor. Gemäss Dreesen haben sich die dortigen Kartenorganisationen aber selber auf eine stufenweise Absenkung der Interchange-Gebühren bis 2008 geeinigt. Das Niveau soll – je nach Kartenumsatz – zwischen 0,5 und 1 Prozent liegen. Zudem haben die spanischen Kreditkarten-Unternehmen eine unabhängige Überprüfung der Systemkosten zugestimmt. *TL*

Carlo Rampazzi

«Mir fliesst die Farbe im Blut»

■ Er pendelt zwischen Ascona und Paris, gilt als Paradiesvogel, möchte 200 Jahre alt werden und ist international tätig: Carlo Rampazzi, Innenarchitekt. Im «Tschuggen»* in Arosa hat er die Zimmer neu gestaltet. Sechs von neun Etagen sind «gemacht». Bisherige Kosten: 9,6 Millionen.

Marietta Dedual

► **Herr Rampazzi, die Zimmer im Hotel Tschuggen erinnern sehr an die Zimmer im «Eden Roc» in Ascona.** Das gefällt mir. Ich wollte das «Eden Roc» in die Berge bringen. Die Hotels der Tschuggen-Gruppe sollen immer ein bisschen anders sein, aber trotzdem die gleiche Sprache sprechen. Das ist meine Philosophie.

► **Die Gästestruktur des «Tschuggen» gilt als eher konservativ. Wie reagieren die Gäste auf den neuen Stil?** Sie sind ganz happy. Sie finden die renovierten Zimmer schön, weil diese

diskret sind und einen sehr starken Charakter haben.

► **Worin zeigt sich dieser Charakter?** Ich habe viel Handarbeit in das Hotel hineingebracht – patiniertes Leder, Stoffe und Holz. Auf vier Etagen habe ich mit Leder gearbeitet. Es wurde nach einem schottischen Muster bearbeitet und dann patiniert. Die Patinierung – ist eine Handarbeit, die ich in Paris bei Olga Berluti gelernt habe. Berluti ist ein berühmtes Haute-Couture-Schuhgeschäft für Männer. Wir haben die Sessel in Leder patiniert, und dann habe ich für die Möbel auch Eiche verwendet. Irgendwann stellte sich die Frage: machen wir sechs Etagen gleich? Da habe ich gesagt: «Nein, die zwei Etagen, die etwas mehr in den Bäumen stehen, machen wir in Patchwork» (siehe Bild). Alle Leute haben ein bisschen Angst vor mir, weil ich Farben liebe. Ich kann nicht ohne Farbe leben.

► **Warum ist Ihnen die Farbe so wichtig?** Die Farbe dringt in meinen Körper und fliesst dann in meinem Blut.

► **Welche ist Ihre liebste Farbe?** Momentan Orange. Aber diese Welle dauert bereits zwei/drei Jahre und jetzt kommt eine andere. Ich spürs schon.

► **Was für eine Welle?** Das ist ein Geheimnis. Ich sage nicht die genaue Farbe, aber die Tendenz geht Richtung Grün.

► **Hotels in südlichem Ambiente, jetzt ein Hotel in den Bergen – wo sind Gemeinsamkeiten, wo Unterschiede?** Die Farbe und die Stoffe müssen anders sein, in den Bergen etwas wärmer. Wenn man im Süden ist, lebt man draussen und man kommt nach drinnen. In den Bergen bleibt man drinnen und guckt nach draussen. Da muss das Zimmer etwas kuscheliger sein.

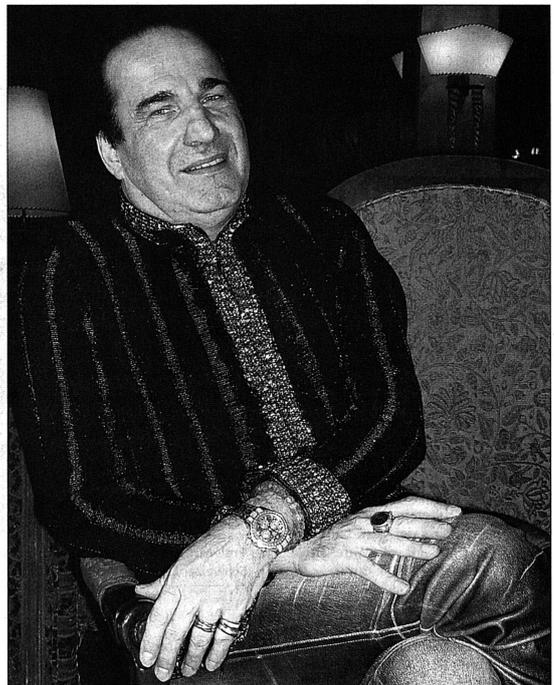
«MEIN STIL IST EINE REVOLUTION DER VERGANGENHEIT.»

► **Wie bezeichnen Sie Ihren Stil?** Ich wollte nie Mode machen. Mein Stil ist eine Studie, eine Revolution der Vergangenheit. Ich denke beispielsweise: Vor 200 Jahren waren die Möbel so und so, aber die hatten damals noch nicht dieses Material entdeckt. Wenn ich jetzt dieses Material mit dieser Form kombiniere, entsteht etwas Neues.

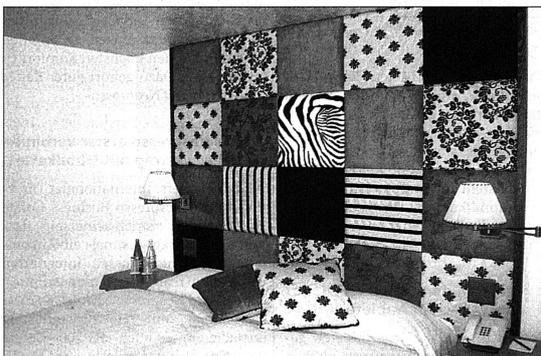
► **Sie gelten als «Palazzo-Typ»** Das kann wahr sein, denn ich liebe grosszügige Sachen. Für mich zählt nicht der Luxus, aber die Grosszügigkeit. Wenn jemand eine kleine Vase hinstellt, sage ich: gross wäre besser.

► **Was kostet ein Rampazzi-Zimmer?** (Carlo Rampazzi zuckt die Schultern)

► **Werden Sie nie gebremst?** Gebremst wird man schon, aber man – der Bauherr wie der Architekt – versucht, das Maximum zu geben. Im



■ Paradiesvogel mit bunter Handschrift: Der Tessiner Interior-Designer Carlo Rampazzi. Fotos: Marietta Dedual



■ Orange Welle: Blick in ein Patchworkzimmer wo die intensive, leuchtende Farbe Orange dominiert.

Tschuggen konnte man die Zimmer nicht vergrössern. Die Idee war, so zu planen, dass die Leute keinen Vergleich mit ihrem Zuhause haben. Wenn die Leute ein ähnliches Zimmer wie zuhause haben, fangen sie an zu messen und sagen: drei Quadratmeter mehr ...

► **Was finden Sie gut an der Schweizer Hotellerie, was langweilt Sie?**

Mich fasziniert, dass jetzt so viele Hotels renoviert werden. Manchmal habe ich aber den Eindruck, dass alle – ob in Interlaken, Zürich oder Basel – fast das Gleiche machen. Es fehlt an Mut. Mut gibt den Menschen mehr Power.

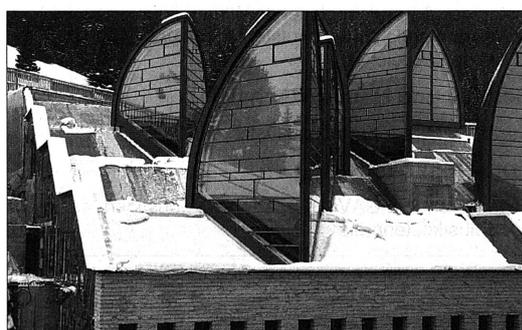
► **Wenn Sie sich noch ein Projekt in der Schweiz wünschen dürften ...?** Ich würde gerne ein Stadthotel realisieren.

Ziel ist, dass der Bau der «Berg-Oase» Ende Oktober beendet ist, damit im November trainiert werden kann.

■ **Urs Bircher, der Direktor des Hotels Tschuggen in Arosa, ist zufrieden:** Der 35-Mio.-Bau ist «sehr gut im Fahrplan.» Die futuristisch anmutende «Berg-Oase» des Tessiner Architekten Mario Botta ist 3500 Quadratmeter gross; die Eröffnung ist für Dezember 2006 geplant. Im November ist das Training der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter angesagt. Für den neuen Wellnessbereich werden zusätzlich 30 Mitarbeitende angestellt. Seit rund einem Monat können interessierte Hotelgäste und Journalisten die Baustelle besichtigen. Die neun Segel sorgen innerhalb der Oase für raffinierte Lichteffekte und sind auch in der Nacht von weitem sichtbar. Das Echo auf Bottas Spiel mit Licht und Formen sei durchaus positiv, betont Bircher. *MD*



■ «Auf Kurs»: Urs Bircher, Direktor des Hotels Tschuggen.



■ Bis zu 13 Meter hoch sind die alpinen Lichtsegel, die im Volksmund auch als Bäume, Blätter oder gar Haifischzähne bezeichnet werden.

► **Welche Stadt denn?** Zürich, Genf – einfach eine Grossstadt. Das Hotel wäre so eine Mischung zwischen einem Business- und Relax-Hotel. Auch die Leute, die nur eine Nacht bleiben, sollen mit einer Erinnerung an die Stadt weggehen.

► **Neben dem Carlton in St. Moritz, das ab April in ein Suitenhotel umgebaut wird: welche sind Ihre Projekte?** Ich richte ein Flussschiff in Amsterdam ein – eine Herausforderung, da auf einem Schiff jeder Quadratzentimeter zählt. Dann ein Märchenschiff in St. Petersburg. Das ist ein altes Schiff, das renoviert wird und dann als Kreuzfahrtschiff von St. Petersburg nach Moskau laufen soll.

* Zur Tschuggen-Gruppe gehören das Hotel Tschuggen und das Hotel Valsana in Arosa, das Hotel Eden Roc in Ascona und das Hotel Carlton in St. Moritz. Besitzer ist der Milliardär Karl-Heinz Kipp.

Fokus auf Grosstädte

■ **Kochlöffel.** Der Gesamtumsatz des deutschen Schnellgastronomie-Unternehmens aus Lingen lag 2005 bei rund 44 Millionen Euro (2004: 45 Mio. Euro). Den Rückgang erklärt Unternehmenssprecher Wolfgang Kaiser mit der Schliessung von drei Standorten in Kleinstädten. Kochlöffel treibt seine Expansion nun verstärkt in Grosstädten voran. Anfang Dezember 2005 eröffnete ein neuer Standort in Nürnberg, eine weitere Neueröffnung ist für Anfang März in Giessen terminiert, ein

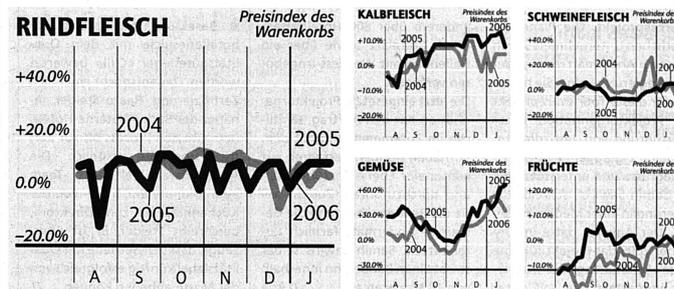
Standort in Berlin befindet sich in der Planungsphase. Für 2006 rechnet Kochlöffel mit einem Umsatzplus bis 1,5 Prozent. Hierzu beitragen sollen weitere Massnahmen zur Verkaufsförderung wie Produkt- oder Coupon-Aktionen. Auch soll der Produktbereich Hähnchen und Geflügel aufgrund des guten Preis-Leistungs-Verhältnisses stärker profiliert werden. Zurzeit ist die Gastro-Kette in Deutschland an 95 Standorten aktiv, 45 davon werden von Franchise-Partnern geführt. GSG

Dynamisch

■ **Hügli wächst.** Der Umsatz von Hügli stieg 2005 um 16,5 Prozent auf 271,1 Mio. Franken. Dabei entfielen 8,3 Prozent auf organisches und 8,2 Prozent auf akquisitionsbedingtes Wachstum. Am meisten konnte der Nahrungsmittelkonzern in Osteuropa zulegen (+38,2% auf 31,5 Mio. Franken Umsatz). Am meisten Umsatz erzielte Hügli in Deutschland (162 Mio. Franken), in der Schweiz 77,4 Mio. Franken. Das Gesundheits- und Öko-Segment wuchs mit 24,8% am stärksten. GSG

PRODINDEX 23. 1. BIS 28. 1. 2005

Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega



Einkauf

Keine Angst vor Aldi-Preisen

■ **Aldi zählt auch Wirte zu seinen Kunden.** Doch Schweizer Abholmärkte fürchten den Discounter nicht. Dem Preiskampf fühlt man sich gewachsen.

Guidrun Schlenzcek

Für den Pressesprecher von Aldi Suisse, Sven Bradke, ist sonnenklar: Gastronomen zählen genauso zu den Kunden des deutschen Discounters. Und zwar nicht zu wenige. «In den Tagen nach der Eröffnung des ersten Schweizer Standorts in St. Gallen ist uns gleich der Amaretto ausgegangen», erzählt Bradke: «Wir waren richtig überrascht.» Vor allem Betreiber italienischer Restaurants hätten das Regal leergehäutet, schätzt der Mediensprecher. «Ich weiss auch aus direkten persönlichen Gesprächen, dass Wirte zu uns kommen.» Zwar müssen sich Gastronomen grundsätzlich genauso wie Endkonsumenten im Laden bedienen, doch gewisse Spezialarrangements für Wirte möchte Bradke nicht von vornherein ausschliessen. Zum Beispiel, dass der Wirt, beim palettenweisen Einkauf, die Ware direkt aus dem Lager beziehen könnte.

Interessant für den Wirt schätzt Bradke den Einkauf bei Aldi vor allem dort, wo kein Cash&Carry-Markt vorhanden ist. Denn das Gros der Kunden eines Abholmarktes kommt aus weniger als 20 Kilometer Entfernung. «Entscheidend ist die räumliche Nähe. Der Preis kommt erst an dritter Stelle», zitiert Bradke Retail-Studien. Beim Preis will Aldi in der Schweiz noch besser werden: «Je mehr Läden Aldi Schweiz hat, umso preiswerter werden die Produkte.» Mit einer Tiefpreislinie hat



■ **Preisvergleich.** Eine eigene Stichprobe zeigt: Der Preisunterschied bewegt sich für Schweizer Produkte – im Vergleich zum Schweizer Lebensmittel-Einzelhandel – nur im Rappenbereich. Ein paar «Hammer-Preise» gibts für Importiertes. Foto: zvg

die Cash & Carry-Tochter Top CC der Schweizer Spar-Gruppe bereits vor einem Jahr den Preiskampf aufgenommen. «Unsere Linie ›Stopp Tiefpreis‹ ist preislich ungefähr auf Aldi-Niveau», so Spar-Marktingleiter Marc Schäfer.

Grund für die neue Linie war die steigende Preissensibilität der Kunden. «Unsere Kunden haben zunehmend Aktionen gekauft», veranschaulicht

Schäfer. Auch wenn Top CC, so wie die anderen Schweizer Cash & Carry-Anbieter, Aldi nicht als Konkurrenten sehen wollen. Für Professor Thomas Rudolph von der Uni St. Gallen ist der Discounter klar ein Mitbewerber: «In Deutschland ist Aldi für den Gastro-Handel auf jeden Fall ein Konkurrent und wird genau beobachtet.» Das bestätigt auch Wolfram Schmuck, Presse-

sprecher der deutschen Rewe-Handelsgruppe: «Aldi, Lidl und Co. sind möglicherweise gerade für kleine Gastronomen eine Alternative.» Es sei nicht auszuschliessen, dass einzelne Produkte bei Aldi gekauft werden. «Jeder Artikel steht im Wettbewerb mit dem Gesamtmarkt.» In Deutschland bestreiten die Discounter 40 Prozent des Lebensmittelhandels.

Kritik an den neuen ausländischen Anbietern

Schweizer Cash & Carry-Anbieter geben sich jedoch selbstbewusst ob dem neuen Discount-Player. «Übers ganze Jahr gesehen ist der Warenkorb bei uns 10 bis 20 Prozent preiswerter», ist Patrizia von Gunten, Leiterin Unternehmenskommunikation Prodega CC, überzeugt. Ganz zu schweigen von der Angebotsvielfalt: Während Prodega um die 30 000 Artikel führt, sind es bei Aldi gerade mal 700.

Martin Angehrn von der Familienunternehmung Cash+Carry Anghern warnt, dass ein alleiniger Fokus auf den Preis zu einem allgemeinen Qualitätsabbau führen kann: «Bei aller Leistungsfähigkeit: Wir dürfen im Profitegment nicht den Weg nach unten beschreiten.» Angehrn weiter: «Die Präsenz ausländischer Anbieter beeinflusst den ganzen Schweizer Lebensmittelhandel punkto Preis und Qualität – teilweise in sehr fragwürdiger Art und Weise.»

Veranstaltungstipp: Am 23. Mai findet an der Uni St. Gallen eine Handelstagung zum Thema «Mehrwertkonzepte im Discountzeitalter» statt, thematisiert wird auch der Cash & Carry-Bereich. Infos: www.stgallerhandelstag.ch

Radisson SAS

Mit Nespresso-Kaffee will man sich profilieren

■ **In 3000 Hotelzimmern der Radisson SAS-Hotels installiert man Nespresso-Maschinen.** Das ist die Antwort der Hotelgruppe auf den harten Wettbewerb.

Katja Hassenkamp

Die Nestlé-Tochter Nespresso SA und die zur Rezidor-SAS-Hospitality-Gruppe gehörenden Radisson-SAS-Hotels haben anlässlich der Nespresso-Jahrestagung vergangene Woche in Paris einen Partnerschaftsvertrag unterschrieben. Danach sollen ab kommenden Februar in den 170 Radisson-SAS-Hotels in Europa, Afrika und im Mittleren Osten in 3000 Hotelzimmern Nespresso-Maschinen installiert werden. Parallel dazu werden die öffentlichen Räumlichkeiten der Hotels – Business-Corner, Tagungs- und Seminaretagen, Spas, Lobbys – mit Maschinen ausgerüstet.

Wie David Descher, Vizepräsident der Purchasing Services von Rezidor SAS Hospitality anlässlich der Unterzeichnung betonte, «hat sich der Wettbewerb im oberen Hotelsegment in den letzten Jahren zugespitzt und daher ist es wichtig, den Serviceleistungen besondere Aufmerksamkeit zu widmen und den Kunden höchsten Komfort zu garantieren. Dazu gehört guter Kaffee und den bietet Nespresso».

Für Nespresso erster verbindlicher Vertrag mit Hotelkette

Mark Leenders, internationaler Direktor für die Nespresso Business Coffee Solutions, unterstrich seinerseits, dass mit dem Vertrag «erstmal ein Abkommen mit einer grossen integrierten Hotelkette realisiert werden konnte». Dabei wird Nespresso sowohl «C-290»-Maschinen mit Heisswasserlösung installieren, als auch «ES-100»-Geräte der Out-of-home-Palette. Im Hotelsegment hat Nespresso bisher mit den Kempinski-Hotels und den Relais & Châteaux eine Partnerschaft, allerdings auf freiwilliger Basis der einzelnen Hoteliers. Ausserdem ist Nespresso in einzelnen Tophäusern präsent, wie den Hyatt-Hotels in Berlin, Hamburg und Zürich, oder dem Hilton in Basel und dem Ritz in Paris.

An dem Pariser Anlass wurden weiterhin derzeit in Produktion gehenden neuen Maschinen vorgestellt. Gastronomen können ab April 2006 die neuen «Gemini CS 200» mit Doppelauslauf oder die «Gemini CS 220» – zusätzlich mit einer Capuccino- und Caffè-Latte-Funktion – ordern. Im Inhouse-Segment wird die bewährte «Essenza» ab Frühjahr in bunten Farben auf den Markt kommen. Im Sommer soll die Produktpalette dann mit «Le Cube» angereichert werden, ein gestylter Kubus mit abgerundeten Ecken. 2005 hat Nespresso den Umsatz um rund ein Drittel steigern können, 2006 will man über 1 Mrd. Franken erzielen und in vier Jahren 2 Mrd. Franken.

Anzeige

Gutschein für kostenlose Weiterbildung im Gastgewerbe

PROGRESSO - die kostenlose & berufsbegleitende Weiterbildung im Gastgewerbe für Mitarbeitende ohne Berufslehraabschluss in den Bereichen

Küche, Service und Hauswirtschaft

Laufende Ausschreibung der Kurse und Daten auf

www.progresso-lehrgang.ch

Für Betriebe und Mitarbeitende ohne L-GAV: Lehrgang zum günstigen Selbstkostenpreis

Hotel & Gastro formation by Hotel & Gastro Union Gastro Suisse hotelleriesuisse

Hotel & Gastro formation, 6353 Weggis
Tel. 041 / 392 77 33
Fax 041 / 392 77 70
progresso@hotelgastro.ch

Neuer Termin

■ **Besucher-Fokussierung.** Die Schweizer Tourismusfachmesse Travel Trade Workshop (TTW) in Montreux wird um einen Tag verschoben. Die Messtage sind neu am Donnerstag und Freitag der letzten Oktoberwoche – statt wie bisher Mittwoch und Donnerstag. Eine Bedürfnisabklärung bei den Vertriebs- und Filialleitern der Schweizer Reisebüros habe ergeben, dass der Freitag für eine Absenz im Reisebüro geeigneter sei als andere Wochentage, teilte die TTW Management AG mit. **TL**

Letzte Tage

■ **«Schweiz Pur 2006».** Die Anmeldefrist für die Einreichung von Kandidaturen für das Label «Schweiz Pur 2006» (naturnahe, landschaftsorientierte Tourismusangebote) endet am 27. Januar 2006. Die Jury hat seit 2004 26 touristische Angebote mit dem Label «Schweiz Pur» ausgezeichnet. Alle prämierten Angebote profitieren von der internationalen Promotion, die sie auf www.MySwitzerland.com erhalten. **DST**
Bewerbungsformular auf www.stnet.ch

Gewinn trotz Hochwasser

■ **Engelberg.** Die Bergbahnen Titlis Rotair sind im Geschäftsjahr 2004/05 trotz der Hochwasserkatastrophe und Zahlungen zur Sanierung der Pensionskasse in den schwarzen Zahlen geblieben. Der Gewinn sank aber von 2,8 Mio. auf 1,7 Mio. Franken. Glücklicherweise sei der 17-tägige Betriebsausfall nach dem Unwetter im August 2005, als Engelberg komplett von der Aussenwelt abgeschnitten war, versichert gewesen, schreiben die Bergbahnen in einem Communi-

qué. Die Gesamtschädigung betrug 1,6 Mio. Franken. Der Umsatz sank in dem per 31. Oktober 2005 beendeten Geschäftsjahr um 4,6 Prozent auf 35,7 Mio. Franken. Während die Ergebnisse der Bahnen zufriedenstellend und bei den Restaurationsbetrieben erfreulich ausfielen, litt das Hotel unter Annullierungen nach dem Unwetter. Zwei Mio. Franken setzte das Unternehmen zur Ausfinanzierung der Deckungslücke für die Pensionskasse ein. **TL/lda**

Gratistag

■ **Adelboden.** Im Rahmen einer Aktion der Bergbahnen Adelboden AG können über 1000 Schülerinnen und Schüler aus den Kantonen Bern, Solothurn, Basel Land, Basel Stadt, Aargau und Freiburg mit ihren Begleitern in diesem Winter gratis einen Schneessporttag in der Skiregion Adelboden-Lenk verbringen. Finanziert wird die Aktion aus einem Fonds, welcher aufgrund von zwei Aktionstagen im Sommer 2005 mit 25000 Franken gespeisen werden konnte. **DST**

Erweiterung

■ **Flumserberg.** Das Skigebiet Flumserberg im Kanton St. Gallen will weiter wachsen. Geplant sind im Gebiet Panüöl drei weitere Zubringerbahnen und zwei Schlepplifte, wie das «St. Galler Tagblatt» schreibt. Die Bergbahnen Flumserberg haben inzwischen eine Machbarkeitsstudie in Auftrag gegeben. Die Studie soll klären, ob das Gebiet touristisch genutzt werden kann oder ob es zwingend Schutzgebiet bleiben muss. Definitiv entscheiden wird dann die St. Galler Regierung. **DST**

Börsenbarometer

Start ins neue Jahr glückt

■ Der erste Börsenmonat des Jahres 2006 setzte nahtlos an den letzten Börsensitzungen 2005 an: steigende Kurse kündigten einen guten Jahrgang an.

Werner Leibacher

Wenn die alte Börsenerfahrung zutrifft, dass der erste Monat des neuen Jahres die Börsentendenz für den Rest des Jahres bestimmt, dann kann man für 2006 zuversichtlich sein. Die Randbedingungen sind in vielen Ländern weiterhin positiv. Vor allem sind ernste Teuerungssignale kaum in einem Land zu erkennen. Auch die allseits erwartete Konjunkturbelebung wird kaum zu einem grösseren Lohndruck führen; zu gross ist weiterhin die Arbeitslosigkeit. Speziell positiv sind auch die Voraussetzungen für den Tourismus; der Nachholbedarf nach den Ausfällen wegen des Tsunami und der Unwetter in der Karibik ist unübersehbar.

Als möglicher Schatten ist lediglich der Ölpreis zu sehen, der sich in kurzer Zeit wieder von 56 Dollar je Barrel auf 67 Dollar erhöht hat und im Luftverkehr schon bald wieder neue Tarif-Zuschläge nötig machen könnte. In Europa hat besonders die Lufthansa von sich reden gemacht, die sich für 2006 recht optimistisch gibt und 2400 Personal-Einstellungen angekündigt hat. Dazu sollen vor allem die Flüge nach dem boomenden China deutlich erhöht werden. Allerdings sind auch hier die Gefahren eines weiter steigenden Ölpreises nicht zu verkennen; auch die boomenden asiatischen Airlines bangen deshalb um die erhoffte Verkehrsbelebung.

Hilton unter einem Dach – Stoff für Spekulationen

Bei den Hotelaktien machte die Wiedereingliederung des britischen Hotelbetriebes Hilton Group in die amerikanische Dachgesellschaft Hilton Hotels Co. zu reden. Damit wurde die 1964 vollzogene Trennung von Hilton in eine amerikanische und eine weltweite Einheit wieder rückgängig gemacht. Sofort entzündeten sich an dieser Massnahme Spekulationen über mögliche weitere Konsolidierungsschritte in der Luxusgüter-Klasse.

In der Schweiz konzentriert sich das Interesse auf Mövenpick, nachdem bekannt wurde, dass die Familie von Finck nur 90% der Stimmrechte und 88% des Kapitals ihr eigen nennt. Das provoziert die Frage, ob so eine Kotierung der Mövenpick-Aktie überhaupt sinnvoll ist. Von den tourismusnahen Gesellschaften ist McDonald's stehen geblieben. Dagegen sind Starbucks nach ihrem Aktiensplit weiter vorgerückt und gehen zu Rekordkursen um. Der Umstand, dass Starbucks derzeit weltweit pro Tag vier neue Filialen eröffnet, trägt wesentlich zum steigenden Umsatz bei. Unter den Reiseveranstaltern hat sich Kuoni weiter erholt und geht auf dem höchsten Jahresniveau um.

Langlauf

Es gibt neuen Schub auf der Loipe

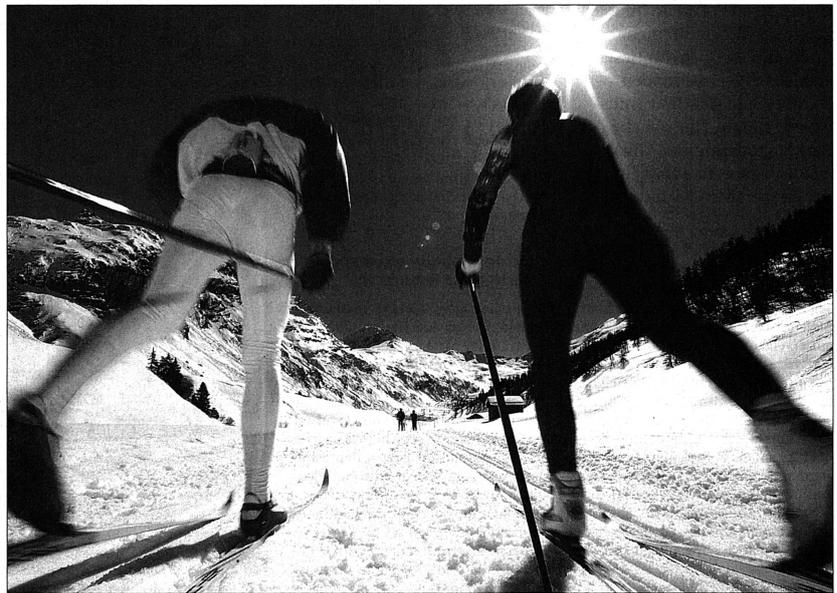
■ Der Boom des Nordic Walking hat ein Comeback des Winter-Langlaufs begünstigt. Zu den Leistungssportlern gesellen sich immer mehr Freizeit- und Wellness-Läufer. Dies zur Freude des Verbandes Loipen Schweiz, der einen Ansturm auf Langlaufpässe erlebt.

Robert Wildi

Die prächtigen Schnee- und Wetterverhältnisse haben über die Festtage viele Langläufer ins bündnerische Surses gelockt. Vendelin Coray, Tourismusdirektor in Savognin und selbst begeisterter Skater, hat selten so viel Verkehr auf den heimischen Loipen gesehen. Auch Doris Wandelfluh von Kandersteg Tourismus stellt mit Freude fest, dass vor allem die moderne Skating-Technik ein absoluter Renner ist: «Man sieht eher weniger klassische Langläufer, dafür umso mehr Skater.» Insgesamt ein klares Gästeplus auf den Loipen. Die Abend-Langlaufkurse sind in Kandersteg regelmässig ausgebucht, zwischen 18 und 21 Uhr tummeln sich in der Hochsaison unzählige Sportler auf der beleuchteten Nachloipe. In diesem Winter begann Kandersteg sogar mit der Produktion von Kunstschnee, als Brücke von November bis März.

«Wir haben uns zum Langlauf-Mekka entwickelt», schwärmt Vera Niggemann von Loipe Goms, Regionalsektion des Verbands Loipe Schweiz. Die Logiernächte-Zahlen der letzten Jahre untermauern dies. Laut Daniel Garbely, Direktor Loipe Schweiz, hat sich der Langlauf in breiteren Kreisen etabliert. «Früher waren die Leistungssportler auf den Loipen fast unter sich, heute mischen sich mehr Freizeitläufer darunter, die zum Beispiel ihren Wellness-Aufenthalt aufwerten.»

Die Langlauf-Organisationen präparieren schweizweit jedes Jahr rund 5000 Loipenkilometer. Das kostet



■ **Skilanglauf ist ein Trend.** Langläufer auf dem Weg von Sils-Maria ins Fexstal, mit dem gesunden Genuss eines Höhentrainings auf über 1800 m. ü. M. im Oberengadin: Der landschaftsnahe Sport erreicht immer breitere Schichten. Fotos: Swiss-Image

allein die 100 Kilometer im Goms jährlich eine Million Franken. Es braucht den finanziellen Zustupf seitens der Langläufer. Loipe Schweiz (LS) führte vor neun Jahren den Langlaufpass ein. Er kostet für die ganze Schweiz und Saison 90 Franken. Es gibt auch regionale Pässe, die entsprechend günstiger sind. Tageskarten gibt es ab 6 Franken.

Im letzten Jahr verkaufte LS 27'000 Langlaufpässe, 2000 mehr als 2004. Dieses Jahr soll noch besser werden. «Im Januar sind viele Nachbestellungen eingegangen», sagt Daniel Garbely, der auch Geschäftsführer von Loipe Goms

ist, wo die hohen Infrastrukturkosten dank der riesigen Nachfrage für Langlaufpässe vollständig refinanziert werden konnten. Auch in den Langlauf-Destinationen Kandersteg, Gstaad, Einsiedeln, Oberengadin, Toggenburg oder Jura funktioniert der Verkauf von Pässen und damit zumindest die Teil-Amortisation der Infrastruktur.

Das ist vor allem auf die solidarische Haltung der Langlaufsportler zurückzuführen, die fast ausnahmslos den Loipenpass kaufen. Die Dunkelziffer liegt gemäss Daniel Garbely nur bei 2 bis 3 Prozent, obwohl die Läufer von Geset-

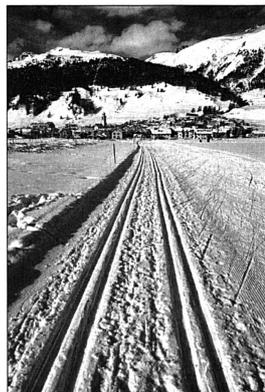
zes wegen gar nicht zum Kauf des Passes gezwungen werden könnten.

Die Destinationen stellen sporadisch Kontrollpersonen an die Loipe, um fehlbare Läufer vom Sinn des Unkostenbeitrages zu überzeugen, was zumeist gelingt. Ein Preisvergleich mit den teuren Skitageskarten der Bergbahnen bringt gemäss Doris Wandelfluh die wenigen Langläufer ohne Pass meistens zur Raison. Die gute Zahlungsmoral verwundert nicht, sind doch die meisten Langläufer davon überzeugt, für sehr wenig Geld sehr viel Gutes für ihre Gesundheit zu tun.

Problematik: Langläufer treffen auf Winterwanderer

■ Wo viele Langläufer stöckeln und stürzen, kann es eng werden. Wenn auch noch Winterwanderer die Spur besetzen, sind Kollisionen unvermeidbar. In Kandersteg ist diese Problematik akut: «Viele Fussgänger spazieren teils in Gruppen mit Schlitten und Hunden auf den Loipen», sagt Doris Wandelfluh. Damit behindern und verärgern sie Langläufer, die im Gegensatz zu ihnen für die Loipenbenützung bezahlen. Entsprechende Informationszettel wurden bislang ignoriert, so dass auf Kandersteger Loipen inzwischen Verbotstafeln für Fussgänger angebracht werden mussten. Ähnliche Verhältnisse herrschen im Berner Oberländer Suldtal, wo es gemäss einem Bericht in der «Berliner Zeitung» auch schon zu Zusammenstössen zwischen Wanderern und Langläu-

fern mit Verletzungen gekommen ist. Auch in Goms kennt man das Problem. «Die Winterwanderwege sind häufig schlechter präpariert als die Loipen, weshalb immer wieder Fussgänger einfach die Spur wechseln und den Langläufern in die Quere kommen», berichtet Daniel Garbely. Da die Zahl der Wanderer ebenfalls zunehme, gebe es mehr Kollisionen und teils auch unschöne Streitereien zwischen den Parteien. Auf gewissen Teilstrecken führt der markierte Wanderweg tatsächlich der Loipe entlang. Gefragt ist gegenseitiger Respekt und Toleranz. In Orten mit verhältnismässig geringem Loipenverkehr klappt dies vorzüglich. Etwa in Savognin, wo Tourismusdirektor Vendelin Coray noch nie nennenswerte Zwischenfälle erlebt hat. **ROW**



■ **Celerina.** Oberengadiner Ort im Schnittpunkt von Langlauf-Spuren.



■ **Brigels-Waltensburg-Andiast.** Loipennetz auf 1300 Metern Höhe.

Hilferuf: «Alpen in Not»

■ **National Geographic.** Die deutsche Ausgabe des Magazins «National Geographic» widmet in ihrer Februar-Nummer 30 Seiten dem Alpenraum. «Berge in Not – was wird aus den Alpen» lautet der Beitrag. Dabei geht es vor allem um die negativen Einflüsse des laufend zunehmenden Individualverkehrs auf das Klima im Alpenraum. Forscher würden voraussagen, dass von den rund 300 Wintersportzentren in der mehr als 1000 Kilometer langen Bergkette der Alpen die Hälfte bis

zum Jahr 2050 schliessen müsse, falls die Temperaturen weiter ansteigen, so National Geographic. Der berühmte Südtiroler Bergsteiger Reinhold Messner plädiert in einem mehrere Seiten langen Artikel für den Schutz der Alpen. «Ja, wir brauchen den Tourismus», sagt Messner. Die entscheidende Frage sei, wie er nachhaltig gestaltet werden kann. Mit «fit for fun» seien die Alpen nicht zu retten. *DST*

www.nationalgeographic.de

Unterstützung Neue Kooperation SBB und Deutsche Bahn

■ **Gletschergarten Luzern.** Der Kanton Luzern dürfe den Gletschergarten in seiner Hauptstadt nicht als Aschenbrödel behandeln. Dies hat der Grosse Rat der Regierung klar gemacht. Er hat aber auch Verständnis für die knappen finanziellen Mittel des Kantons. Das Parlament behandelte zwei Vorstösse zum Gletschergarten, der mit 130'000 Eintritten jährlich zu den erfolgreichsten Museen Luzerns gehört. Konkret geht es um das Hauptgebäude, das restauriert werden muss. *DST/lda*

■ **Marketing.** Die Schweizerischen Bundesbahnen SBB und die Deutsche Bahn DB bündeln ihre Marketing-Aktivitäten. Die neue Kooperation trägt den Namen Rheinalp. Damit soll der grenzüberschreitende Verkehr zwischen beiden Ländern gestärkt werden. Für die SBB ist Deutschland der wichtigste Auslandsmarkt. Zwar arbeiteten DB und SBB bereits seit langen Jahren intensiv zusammen, doch hatte – so SBB-Chef Benedikt Weibel – «diese traditionelle Form der Zusam-

menarbeit unter den Bahnen einen entscheidenden Mangel: Die Verantwortung war immer geteilt». Daher sei es «an der Zeit, dass wir auch im Verkehr mit Deutschland ein effizientes Geschäftsmodell einführen», sagte Weibel anlässlich der Vertragsunterzeichnung. Mit über 3 Millionen internationalen Fahrgästen ist Basel sowohl für die DB als auch für die SBB der Grenzbahnhof mit dem höchsten Passagieraufkommen im grenzüberschreitenden Verkehr. Im

neuen Rheinalp-Büro in Freiburg im Breisgau arbeiten drei Mitarbeiter von DB und SBB. Rheinalp wird im Auftrag der beiden Partner die Entwicklung marktfähiger Angebote forcieren und die Buchbarkeit der Angebote verbessern. Ausserdem sind gemeinsame Aktivitäten mit weiteren Partnern wie der Deutschen Zentrale für Tourismus, Schweiz Tourismus und mit Reiseveranstaltern geplant. Mit Rheinalp sollen vor allem Geschäftsreisende und Urlauber angesprochen werden. *DST*

Mystery Park

Nur Abwechslung bringt mehr Besucher

■ Der Mystery Park in Interlaken muss in Zukunft mehr Erlebnis bieten, um für Besucher attraktiver zu werden. Darüber sind sich Tourismus-Experten einig. Nur so habe der Park längerfristig eine Überlebenschance, unabhängig von der finanziellen Gesundheit.

Daniel Stampfli

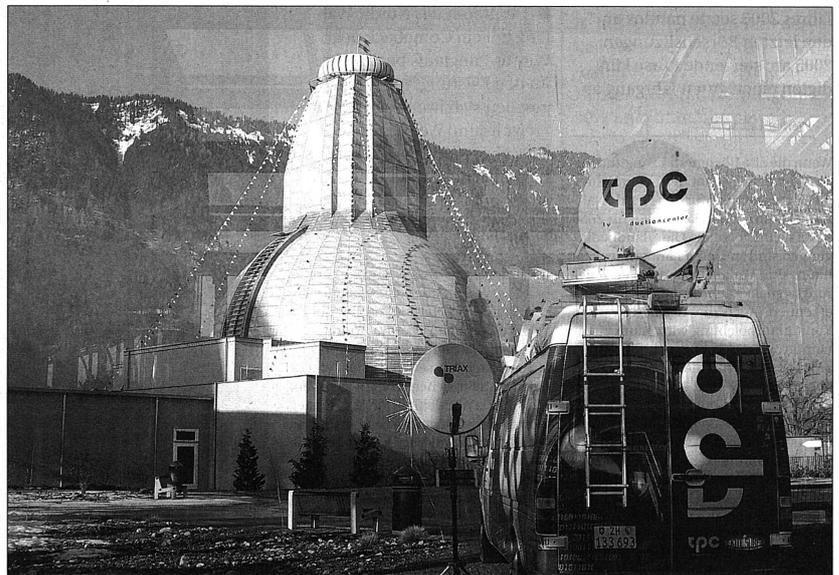
«Der Mystery Park hat eine Überlebenschance, wenn es ihm gelingt, sein Angebot laufend zu erneuern oder Angebotselemente hinzuzufügen, die einen eigentlichen Erlebnischarakter bieten», ist Thomas Bieger, Leiter des Instituts für Öffentliche Dienstleistungen und Tourismus an der Universität St. Gallen, überzeugt. Denn der Park müsse für Wiederholungsbesucher, sogenannte Repeater, attraktiver werden. «Mit dem aktuell im Mystery Park vorhandenen Angebot wird es schwierig», so Bieger. Viele Themenparks hätten Anfangsschwierigkeiten. Nötig sei jedoch ein genügend grosser

finanzieller Spielraum, um Erlebnisangebote und laufende Erneuerungen zu kreieren. Im Vergleich etwa mit dem Europapark in Rust sei der Mystery Park von der Grösse her subkritisch. Und da die Angebotsstärke sehr stark auch die geografische Marktreichweite definiere, empfiehlt Thomas Bieger dem Mystery Park, verstärkt mit anderen Angeboten und Attraktionen in der Region zwecks Besucherakquisition zusammenzuarbeiten.

Echte Erlebniswelten und nicht bloss Retouchen

«In der heutigen Zeit und im heutigen Umfeld eine gewisse Berechtigung» attestiert dem Mystery Park Hansruedi Müller, Leiter des Forschungsinstituts für Freizeit und Tourismus (FIF) an der Uni Bern. Der Standort sei gut und das Thema einzigartig. «Was nicht stimmt, ist die Umsetzung des Themas und die Produktgestaltung bzw. Erlebnisinszenierung», so Müller. Dies habe von Beginn weg nicht gestimmt. Dessen seien sich die Verantwortlichen heute bewusst und würden entsprechend an Verbesserungen arbeiten. Die für Hansruedi Müller entscheidende Frage ist, «ob genügend Geld locker gemacht werden kann, um die einzelnen Pavillons in echte Erlebniswelten umzugestalten». Das Vornehmen von Retouchen und kleineren Arrondierungen würde nicht genügen.

Die mit der notwendigen Sanierung angestrebten neuen Mittel in der Höhe von 27 Mio. Franken würden laut Müller genügen, «wenn das Geld nicht nur in Marketingmassnahmen, sondern auch in echte Produktverbesserungen gesteckt wird». Für die ägyptische Pyramide beispielsweise sei bereits ein konkretes Konzept vorhanden. «Ein guter Erlebnisinszenierer», welchen Müller nicht namentlich nennen will, sei an der Arbeit. «Wenn die Umgestaltung in



■ **Stiess auf reges Interesse.** Zwar keine Ausserirdischen, jedoch etliche Medienvertreter – wie zum Beispiel auch vom Schweizer Fernsehen – verfolgten das Geschehen rund um die a.o. Generalversammlung des Mystery Parks. Fotos: Daniel Stampfli

diese Richtung geht, habe ich grosse Zuversicht, dass das angestrebte Ziel erreicht wird», so Müller. Der Mystery-Park-Verwaltungsrat tritt in Zukunft von jährlich 250'000 Eintritten aus.

Ein sich für den Mystery Park interessierender Investor möchte laut «Berliner Zeitung» auf dem Gelände ein künstliches Tropenparadies erstellen, um zusätzliche Besucher anzulocken. Hansruedi Müller dazu: «Bevor man sich an wilde Pläne wagt, würde ich bei der bestehenden Park-Idee bleiben

und daran arbeiten.» Wenn einmal der Turnaround geschafft sei, könne man dann allenfalls an eine Erweiterung denken. Den Park über andere Aktivitäten quersubventionieren zu wollen, sei ein ganz riskoreiches Unterfangen.

In einer Konsultativabstimmung an der ausserordentlichen Generalversammlung vom vergangenen Freitag hatten sich die Aktionäre zu 75 Prozent für die vom Verwaltungsrat favorisierte Sanierungsvariante ausgesprochen.

Diese sieht einen Kapitalschnitt von 10 Franken auf 10 Rappen pro Aktie sowie eine Refinanzierung mit 27 Mio. Franken Neugeld vor. Dabei haben die bisherigen Aktionäre ein Bezugsrecht. Sollten diese ihre Bezugsrechte nicht voll ausnützen, können Dritte (Beteiligungsgesellschaften oder Umwandlung der Wandelanleihe in Aktienkapital) die restlichen Bezugsrechte ausüben. Über die endgültige Sanierung werden die Aktionäre am 2. März an der ordentlichen GV befinden.



■ Die Aktionäre mussten ihre Meinung mittels Stimmzettel kundtun.

Obertoggenburg

Bergbahnen wollen fusionieren

■ Die Bergbahnen Unterwasser-Itios-Chäserrugg, die Sportbahnen Alt St. Johann-Selamatt und die Sesselbahn und Skilift AG (SWOG) im Obertoggenburg planen eine Fusion. Laut dem «St. Galler Tagblatt» haben die Verwaltungsräte an einer gemeinsamen Arbeitssitzung die Aufnahme von Fusionsverhandlungen beschlossen. Die geplante Fusion soll erhebliche Synergien bringen. Zusammen mit der Organisation Toggenburg Tourismus, die sich ebenfalls in einem Restrukturierungsprozess befindet, strebten die Bergbahnen eine Optimierung auf der Ebene gemeinsamer Marketing- und Verkaufstätigkeiten für das Toggenburg bis Ende Jahr an. *DST*

Vierwaldstättersee

Reduzierte Fahrten wecken Befürchtungen

■ Der Einsatz der fünf Dampfschiffe auf dem Vierwaldstättersee wird eingeschränkt. Kritiker sprechen von einer Ausdünnung des Fahrplans.

Seit dem 1. September 2005 ist Stefan Schulthess Direktor der Schifffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees (SGV) und schon hängt der Hausgegenstand. Sein Fahrplan bzw. die Reduktion der Dampfschiffahrten brachte den Verein der Dampferfreunde auf den Plan. Auf ihn ist die SGV aber angewiesen. Denn dass die fünf Dampfer noch in Betrieb sind, ist den Dampferfreunden zu verdanken. Sie standen in den Siebziger-Jahren gegen die drohende

Verschrottung auf. Seither sammeln sie erfolgreich Geld, um die Flotte zu erhalten und zu restaurieren.

Da die SGV 2005 rote Zahlen schrieb (laut der «Neuen Zürcher Zeitung NZZ»), setzte der neue Direktor bei den Dampfern an und reduzierte u. a. deren Fahrten durch einen späteren Beginn des Frühjahrs- und des Sommerfahrplans. So wurde die Zeit, in der alle fünf Dampfer im Einsatz stehen, um drei auf sechs Wochen gekürzt.

«Spirale nach unten» befürchtet

Damit stellte Schulthess die Dampferfreunde vor vollendete Tatsachen. Der Bericht in der «NZZ» schreckte die An-

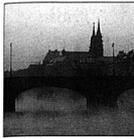
hänger der Dampfer offenbar auf. Jedenfalls machte sich Unmut breit. Kritiker sprechen von einer Ausdünnung des Fahrplans und befürchten eine «Spirale nach unten». Als Beispiel nennt die «NZZ» die Schifffahrt auf den Jurastidffuss-Seen; Stefan Schulthess war von 1997 bis 2003 Geschäftsleiter der Bielersee-Schifffahrtsgesellschaft. Ein weiteres Beispiel ist der Luganersee. Auch dort wurde der Fahrplan ausgedünnt, die Schifffahrt stürzte in die Krise.

Solche Entwicklungen will man in Luzern verhindern. Hinter den Kulissen wird derzeit heftig verhandelt – jedoch unter Ausschluss der Öffentlichkeit. Informiert werden soll in den nächsten Tagen. *DST/lda*

Fussball-WM

Tourismus-Boom erwartet

■ Die Fussball-Weltmeisterschaft wird in Deutschland für einen zusätzlichen Besucheransturm und hohe Einnahmen sorgen. Dies ergab eine Studie der Dresdner Bank. Die Tourismus-Einnahmen würden durch die WM um 7 Prozent auf 25 Mia. Euro steigen. Das Land liege hinter den USA, Spanien, Frankreich und Italien auf dem fünften Platz der weltweit beliebtesten Reiselande. Gleichzeitig werden deutsche Touristen gut 59 Mrd. Euro im Ausland ausgeben (plus 2 Prozent), so die Studie weiter. Sie würden damit ihren Titel als Reiseweltmeister vor den Amerikanern verteidigen. Die Schweizer gaben im Jahr 2005 in Deutschland 2,6 Mrd. Euro aus. *DST/lda*



FOKUS

Basel Tourismus | Die Organisation ist auf der Suche nach Gönnern, die mithelfen, ein Loch in der Kasse zu stopfen.

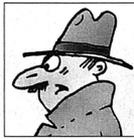
16



FOKUS

Tee im Trend | Seit 300 Jahren verkauft «Twinings» Tee. Stephen Twinings, Abkömmling in 10. Generation, ortet Tee-Trends.

17



PLATTFORM

Ratgeber | Der diplomierte Steuerexperte erläutert, wie unecht befreite Umsätze die Steuerrechnung beeinflussen.

18



13. St. Moritz Gourmet Festival

«Das Geschäft ist die Nachhaltigkeit»

■ «Das diesjährige Festival ist ein Bekenntnis zur Schweizer Qualität», sagt Reto Mathis, Präsident des «St. Moritz Gourmet Festivals». Zum ersten Mal in der Geschichte des Festivals sind ausschliesslich Spitzenköche aus den vier Landesteilen der Schweiz am Werk.

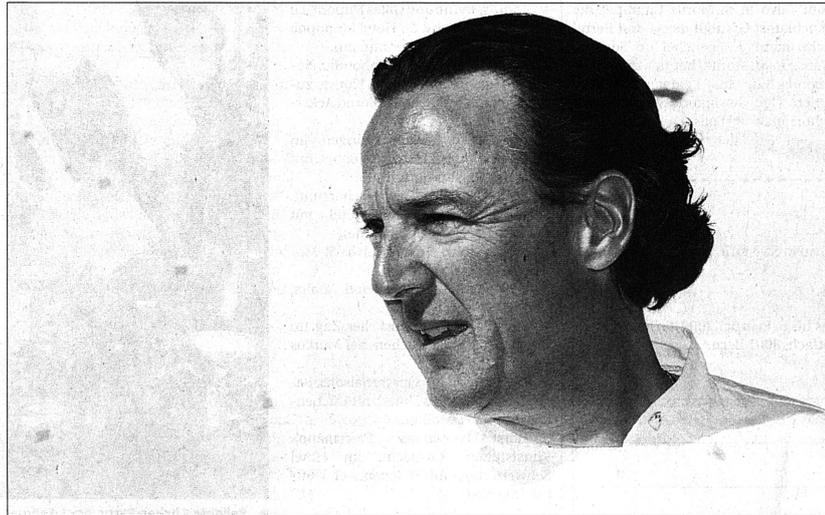
Marietta Dedual

Bis anhin wurden die Festival-Köche jeweils aus allen Kontinenten eingeflogen, für den diesjährigen Anlass ist ausschliesslich einheimisches Schaffen angesagt. Auf die Frage, was ihn zu diesem Konzept inspiriert habe, meint der 48-jährige Festival-Chef Reto Mathis, das Konzept sei eine Hommage an die Schweizer Haute Cuisine und ihre gelebte Gastfreundschaft. «Die Miesmacherei – der Schweizer Tourismus sei schlecht, wir seien unfreundlich, die Österreicher seien viel besser –, die in der Presse verbreitet wird, entspricht einfach nicht der Wirklichkeit.»

Swissness mit Trüffel und Kaviar?

Dieser Polemik wolle das Festival entgegenhalten und beweisen, «wie gut wir sind, dass wir uns vor niemandem verstecken müssen, keinen Vergleich zu scheuen haben». Wenn er ans Ausland denke – vor allem an den asiatischen und an den nordamerikanischen Raum – seien dort in der Top-Gastronomie und in der Top-Hotellerie die Kaderstellen oder die höchsten Positionen sehr oft von Schweizern besetzt.

Dass am diesjährigen Festival keine Frauen vertreten sind – im 2005 führten sie das Zepher –, sei Zufall. Mathis: «Wir haben eine Kooperation mit den Grandes Tables, denen André Jaeger als Präsident vorsteht. Es sind auch alle teilnehmenden Betriebe Mitglieder von den Grandes Tables. Die am Festival vertretenen Köche sind alle hochdekoriert, mit mindestens 17 Gault-Millau-Punkten.» Es gehe hier nicht um



■ **Isst lieber nichts, als schnell etwas Minderwertiges.** Für Reto Mathis, Präsident St. Moritz Gourmet Festival (30. Januar bis 4. Februar), steht «die Qualität des Produktes im Vordergrund, egal ob es günstig oder teuer ist».

Foto: zvg

Frauen oder Männer, sondern um die fachliche Kompetenz, die Qualität.

Reto Mathis und sein Team wollen sich also beim Gourmet-Festival auf einheimisches Schaffen konzentrieren. Swissness zieht. Das zeigt sich auch in der Tatsache, dass rund 80 Medienschaffende an der Pressereise nach St. Moritz, die vom 3. bis 6. Februar stattfindet, teilnehmen. Das Motto, so Alexandra Knetsch, Leiterin Public Relations beim Kur- und Verkehrsverein St. Moritz, lautet: «Swissness at its best».

Doch wie viel Swissness ist dabei, wenn Trüffel und Kaviar auf die Teller kommen? Mathis erklärt: «Von der Küche her muss man die Symbiose finden. Wir haben einheimische Produkte, die wir mit anderen Komponenten ergänzen oder kombinieren. Dies macht eigentlich auch das Besondere aus.» Wenn man die Schweizer Küche an-

schaue, so habe jede Region ihre eigene Spezialität, jeder Landesteil seine Eigenart. «Die Alpensüdseite ist nach Italien ausgerichtet, da macht sich auch der Einfluss auf die Küche bemerkbar. Im Norden geht es eher Richtung Elsass, Frankreich und Deutschland.»

Trüffel und Kaviar? Ganz klar: «Wir haben in St. Moritz ein Publikum, das sehr anspruchsvoll, sehr weit gereist ist. Da sind auch das Bedürfnis und die Kaufkraft vorhanden, solche Produkte zu bestellen und zu geniessen – das Luxusprodukt Kaviar beispielsweise, das laut Mathis dieses Jahr wieder um ein Drittel teurer geworden ist: 1 Kilogramm iranischer Osietra-Kaviar kostet im Einkauf zwischen 4500 und 5000 Franken. Mathis: «Da können Sie sich ausrechnen, was eine Portion kostet. Unter 300 Franken ist es nicht mehr machbar...»

Kaviar sei sowieso problematisch, werde immer rarer. Dies sei einerseits auf die Gewässerverschmutzung zurückzuführen, andererseits auf die Raubfischerei. Mathis: «Kaviar ist zwar nach wie vor erhältlich, jedoch nicht mehr in grossen Mengen wie vor 10, 15 Jahren», sagt Reto Mathis. Man wolle darum den Import besser kontrollieren, eine gesetzliche Handhabe gegenüber den Schmugglern haben. «Sonst ist es mit dem Kaviar in vier bis fünf Jahren aus.»

Trotz der ansprechenden Preise am Gourmet-Festival sind – bis aufs Finale – sämtliche Anlässe ausgebucht. Mathis: «Wir wollen das Beste, wir wollen das Beste zeigen, wir haben die besten Chefs eingeladen.» Wie die Kochmannschaften für ihren Einsatz in St. Moritz entschädigt werden, ist Sache des OK. Man hat Stillschweigen vereinbart.

Und wie sieht der Festival-Präsident das Gourmet-Festival des anderen Schweizer Nobelkurorts, Gstaad, das teilweise die gleichen Gäste beherbergt? «Die «Saveurs» sind eigentlich eine Kopie des St. Moritz Gourmet Festivals. Es ist auf Grund des Konzeptes von St. Moritz entstanden.» «Saveurs» mache nur Bankette am Abend, es sei nicht ein Festival, an welchem man einen Koch, eine Mannschaft oder ein Team eine ganze Woche lang vor Ort habe. «Es ist eine klare Event-Veranstaltung. An jedem Abend ist ein anderer Koch in einem anderen Hotel, und dieser kocht ein Menu, das ist alles. Es ist keine direkte Konkurrenz.»

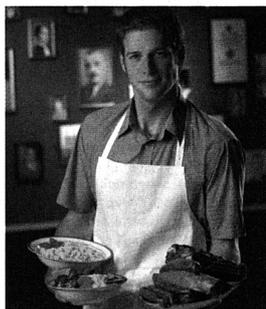
Das Budget: Rund eine halbe Million Franken

«Das Budget für das Gourmet Festival St. Moritz beträgt rund eine halbe Million Franken, wovon etwa 50 Prozent von Sponsoren abgedeckt werden», sagt Mathis. Die andere Hälfte setzt sich zusammen aus Mitgliederbeiträgen der teilnehmenden Hotels, der Kommission (10%) auf allen Rahmenprogrammen, Direkteinnahmen der Events. Finanziell sei das Festival kein Geschäft. «Es ist quasi ein Werbebeitrag der einzelnen Betriebe für den Ort, für sich selbst», sagt Mathis. Das Geschäft sei die Nachhaltigkeit, die der Anlass generiere – die nationale und internationale Werbung. «Das finanzielle Ziel ist eine schwarze Null.»

Mathis, der die EHL in Lausanne besucht hat und nach seiner Lehr- und Wanderzeit das «Mathis Food Affairs» auf dem Berg Corviglia übernahm, hat auch fürs Geschäft oft ein gutes Händchen. Auf der Corviglia beispielsweise macht er einen Jahresumsatz von 4 bis 4,5 Mio. Franken, 95 Prozent davon im Winter. Und da das Gourmet-Festival auch international auf Interesse stiess, hat er vor zehn Jahren den World Gourmet Club gegründet. Jetzt gibt es Events in Singapur, in Melbourne, in Las Vegas und neuerdings auch in Dubai. Da werden Know-how ausgetauscht, Beziehungen geknüpft und das Netzwerk verstärkt. *Siehe Seite 14*

Anzeige

SCANA ALLES FÜR JEDE GASTRONOMIE.



Unschlagbar in den Sortimenten.
So vielseitig wie unsere Kunden.



Unschlagbar in Beratung und Support.
Scana bietet 24/7 Online-Shopping, Beratung vor Ort und massgeschneiderte fachspezifische EDV-Lösungen.



Unschlagbar in der Logistik.
Scana liefert zuverlässig. In der gewünschten Qualität – wie viel und wohin Sie wollen.



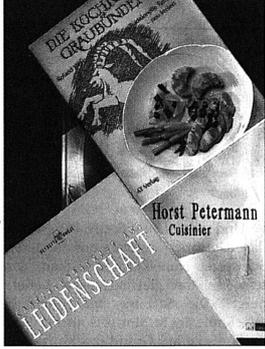
DAS SCHWEIZER GASTRONOMIE KOMPETENZ-CENTER, DAS SIE BRAUCHEN.

SCANA Lebensmittel AG 8105 Regensdorf, Tel. 044 870 83 00, Fax 044 870 83 01, E-Mail: info@scana.ch, www.scana.ch, www.scanashop.ch

SCANA Alimentation SA 1032 Romanel s/Lausanne, Tel. 021 867 15 00, Fax 021 867 15 01, e-mail: info@scana.ch, www.scana.ch, www.scanashop.ch

Wettbewerb

Mitmachen und ein Kochbuch einer Spitzenkraft gewinnen



■ Wollen Sie die Menüs von Horst Petermann, Roland Jöhri oder Bernd Ackermann nachkochen? Oder sich auch nur an einem der schönen Werke erfreuen? Dann füllen Sie untenstehenden Talon aus, senden Sie ihn ein, und vielleicht sind Sie schon bald im Besitz eines der links abgebildeten Bücher. Horst Petermann, Kunststuben, Küsnacht, hat für den Wettbewerb der hotel+tourismus revue den «Cuisinier» zur Verfügung gestellt, Roland Jöhri vom Talvo in St. Moritz-Champèr die «Kochkunst Graubündens» und Bernd Ackermann, Küchenchef im Suvretta House in St. Moritz, hat uns die «Gastfreundschaft aus Leidenschaft» besichert. Den Gewinnern wünschen wir schon jetzt: viel Spass. MD

Programm des 13. St. Moritz Gourmet Festivals

Wo kulinarisch die Post abgeht

■ 11 Köche, 10 Michelin-Sterne und 161 Gault-Millau-Punkte: In St. Moritz wird vom 30. Januar bis zum 4. Februar hohe Kochkunst zelebriert.

Welcher Schweizer Spitzenkoch wo anzutreffen ist:

Adolf Blokberger, Auberge du Raisin, Cully, im Badrutt's Palace Hotel, mit Küchenchef Frédéric Breuil.

Tommy Byrne und Gilles Dupont, Le Lion d'Or, Coligny, im Hotel Monopol, mit Küchenchef Juns Nardmann.

Martin Dalsass, Santabondio, Sorrengho-Lugano, im Suvretta House, zusammen mit Küchenchef Bernd Ackermann.

Nik Gygax, Löwen, Thörigen, im Kempinski Grand Hôtel des Bains, mit Küchenchef Ivan Gottfredsen.

André Jaeger, Die Fischerzunft, Schaffhausen, im Kulm Hotel, mit Küchenchef Hans Nussbaumer.

Roland Jöhri, Jöhri's Talvo, St. Moritz-Champfer.

Reto Mathis, Mathis Food Affairs, Corviglia, St. Moritz.

Stefan Meier, Rathauskeller, Zug, im Crystal Hotel, mit Küchenchef Markus Rose.

Peter Moser, Les Quatre Saisons, Basel, im The Carlton Hotel, mit Küchenchef Lothar R. Molitor.

Horst Petermann, Petermann's Kunststuben, Küsnacht, im Hotel Schweizerhof, mit Küchenchef Gottfried Seifried. MD



■ Beliebte Kitchen Party. Am 1. Februar kochen die Spitzenkräfte im «Badrutt's Palace» (im Bild Küchenchef Frédéric Breuil). Die Gäste dürfen ihnen über die Schulter schauen und die Köstlichkeiten direkt aus der Pfanne probieren. Foto: MD

Weitere Informationen zum Gourmet Festival: www.stmoritz.ch/gourmetfestival

Wettbewerb

Zum wievielten Mal wird das Gourmetfestival in St. Moritz ausgetragen?

Einfach den Talon ausfüllen und spätestens bis 6. Februar 2006 einsenden an: hotel+tourismus revue, Redaktion, Postfach, 3001 Bern.

Name/Vorname: _____

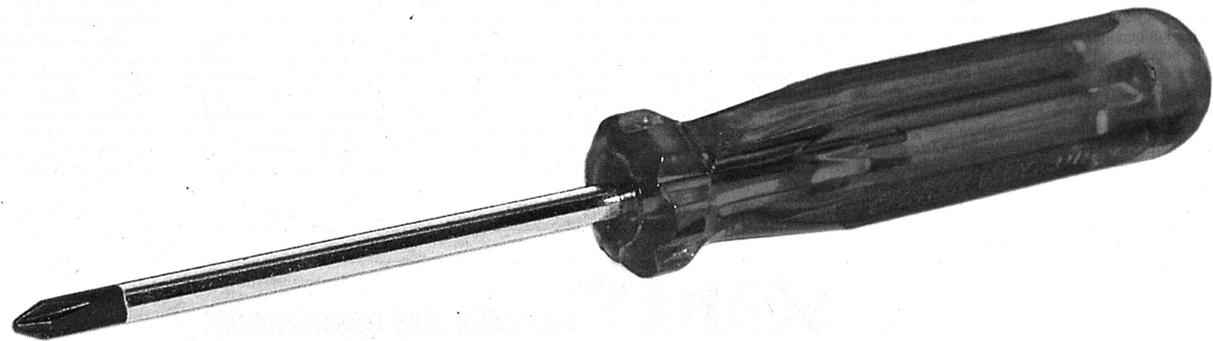
Strasse: _____

PLZ/Ort: _____

Telefon: _____

Technik 2006

Fokusthemen in der hotel+tourismus revue.



02.02.06 Innenausbau
06.04.06 Heiztechnik
24.05.06 Fenster und Wintergärten
05.10.06 Lichttechnik und Elektroinstallationen

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

htr

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



Sensorik

«Das Zentrale ist der Geschmack»

■ Sensorik ist für Siegfried Rossal kein abstrakter Begriff, sondern gehört als zentrale Sache in den Küchenalltag. Das Sensorik-Training beginne mit so banalen, aber elementaren Dingen wie dem Probieren von Speisen. Doch das würden viele Köche nicht mehr tun.

Fransziska Richard

«Bei den Spitzenköchen stimmt alles.» Mit «alles» meint Siegfried Rossal, der heute im Restaurant Leuehof in Schneisingen (AG) kocht und neben seiner Kochschule und dem Bankett- und Restaurantbetrieb auch Küchenberatung betreibt und Bücher schreibt, alle Elemente der Sensorik: Das Zusammenspiel von Aromen, Texturen und Temperaturen, Düften, Geräuschen, Farben und die Präsentation. Die Elite der Köche sei geradezu darauf erpicht, mit diesen Elementen zu spielen, um beim Gast ein Erlebnis zu vermitteln. Das Zentrale sei allerdings der Geschmack im engeren Sinne, also Aromen und ihre Kombinationen.

Schulen sollten Freude am Geschmack vermitteln

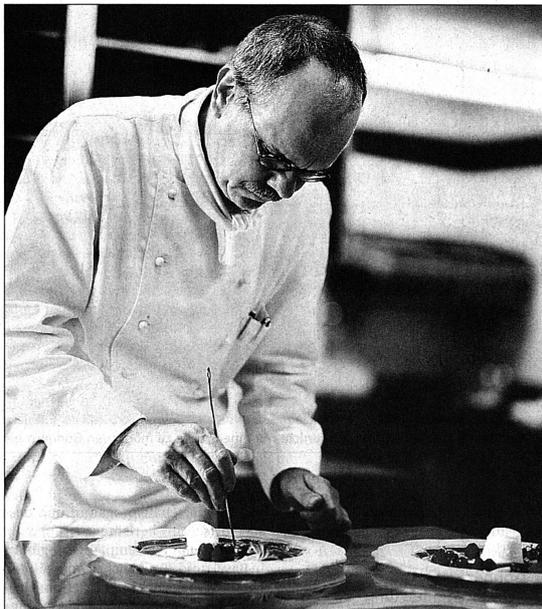
Etwas anders sieht es gemäss Rossal bei der Mittelklasse aus. Er stellt fest, dass dem Geschmack – auf Kosten von anderen Effekten – vielerorts zu wenig Beachtung und Sorgfalt geschenkt wird. «Man betrachtet dies als etwas Abstraktes, beinahe Akademisches, dabei ist es

das Zentralste in der Küche. Die Geschmacksschule beginnt damit», meint Rossal, «dass die Köche Gerichte wieder probieren, immer wieder, selbst das Spaghetti-Wasser sollte man kosten.» Doch viele Köche würden dies heute unterlassen. Siegfried Rossal erstaunt es, dass auch die Berufsschule dem wichtigen und sinnlichen Thema der Geschmacksbildung keinen grösseren Stellenwert beimisst. Als er vor 40 Jahren die Berufsschule besuchte, hätte es immer wieder geheissen: «Ihr müsst euren Geschmack trainieren – auch den ästhetischen.»

Es sei elementar, so Rossal, den Jungköchen in den Betrieben die Freude am Geschmackserlebnis zu vermitteln, beispielsweise mit Blinddegustationen, mit frischen Kräutern, die man ihnen zeigt, und Produkten, die vom standardisierten Geschmack abweichen, wie den «ProSpecieRare»-Gemüsen, die in seinem Garten wachsen. Die Vereinigung «ProSpecieRare» ist bemüht, vom Aussterben bedrohte Tiere und Pflanzen als genetisches und kulturelles Erbe zu erhalten.

Erst sattelfest im Geschmack, dann kreativ

Was sind Harmonien, was sind Disharmonien? Dies sind für Rossal wichtige Fragen, deren Antworten man nicht von Anfang an finde, sie aber von Anfang an stellen müsse. Viele Köche stünden unter einem relativ grossen Originalitätsdruck und würden sich zu Kombinationen hinreissen lassen, die zwar schrill, für den Gaumen aber wenig harmonisch seien. Man müsse sat-



■ Siegfried Rossal. Der Gourmet-Koch warnt vor Teller-Kombinationen, die zwar schrill, für den Gaumen aber wenig harmonisch sind. Fotos: zvg

teltest sein, bevor man mit anderen Effekten experimentiere.

Rossal gehört nicht zu den Köchen, die vom Währschaften schwärmen.

«Das Feine und Zurückhaltende hat mich immer sehr viel mehr interessiert», sagt er. Es sei oft vielschichtiger und nuancenreicher, aber auch weni-

ger leicht zugänglich, zumal bei vielen Leuten die Geschmackswahrnehmung aufgrund einer sehr standardisierten und überwürzten Essensweise unterentwickelt sei. Gastronomkritiker Jürgen Dollase (siehe Artikel unten) spricht zwar von einer quantitativen Verbesserung, räumt aber ein: «Viele Leute kennen viele Gerichte aus aller Welt und nehmen sie auch in groben Strukturen wahr. Sie haben aber keinerlei vertiefte Kenntnis selbst simpelster kulinarischer Grundlagen mehr. Sie können einen Tiefkühlisch nicht mehr von einem frischen unterscheiden.»

Nur rund ein Viertel nimmt mehr Nuancen wahr

Die Geschmackswahrnehmung ist denn auch sehr individuell. Gemäss dem Autor gibt es unterschiedliche Sensibilitätstypen: Ein grosser Teil – etwa 65 Prozent der Menschen – hat eine normale Sensibilität. Rund ein Viertel ist hypersensibel, nimmt mehr Feinheiten wahr, und etwa 15 Prozent sind hyposensibel, also vergleichsweise unempfindlich. Gift für die Geschmackswahrnehmung ist der Konsum von Tabak und Kaffee. Ebenso scharfe Speisen stumpfen die Sensorik ab. Auch bei den Köchen bestünden grosse Unterschiede. «Die sensorisch unsensiblen Köche flüchten sich ins Technische und Handwerkliche, da der Geschmack bei ihnen völlig im Hintergrund bleibt», weiss Rossal. Doch Sensorik ist durchaus lernbar. Laufendes Training im Alltag ist das A und O: Die beste «Geschmacksschule» finde für einen Koch noch immer in der Küche statt.

Jürgen Dollase

Er geht dem Geschmack auf den Grund

■ Der Autor der «Geschmacksschule» versucht, System in die Sensorik zu bringen. Er befasst sich, neben Aromen, auch mit Texturen und Temperaturen.

Fransziska Richard

► Herr Dollase, als Gastronomkritiker sind Sie auf eine gute Sensorik angewiesen. Wie steht es um Ihren Geschmackssinn?

Durch meine Arbeit bin ich gut im Training. Ich war allerdings etwa bis zu meinem 35. Lebensjahr ein Fast-Fooder, der höchstens einmal Gehacktes oder Wiener Schnitzel angerührt hat.

► Sie sind auch Musiker. Gibt es bezüglich der «Komposition eines Essens» Parallelen zur Musik?

Ja, sogar ganz deutliche. Ein exzellentes Stereo-Klangbild kann man sehr gut mit einer exzellenten kulinarischen Kreation vergleichen. In beiden Fällen gibt es etwa Mischklänge, die sich überlagern.

► Was sind Mischklänge beim Essen?

Es sind die «klassisch-engen» Akorde, die sich so stark überlagern und verknüpfen, dass sie wie ein neues Element wirken, beispielsweise Saucen, aber auch Verbindungen wie weiche Karotten und Erbsen zu einem durchgeschmorten Bœuf bourguignon. Die Elemente verschmelzen wegen einer gleichen Temperatur und einer ähnlichen Textur im Mund quasi sofort.

► Können Sie ein Beispiel einer überzeugenden Kreation bringen?

Die leichte Karamellschicht auf der Foie gras mit Räucheraal bei Martin Berasategui (3 Michelin Sterne, Spanien). Sie gibt eine feine, krosse Ergänzung, ohne die Foie gras zu beeinträchtigen. Der Räucheraal dagegen soll sich mit dem Aroma der Foie gras mischen und ist deshalb – neben einer ähnlichen Textur – nur dezent geräuchert. Unglücklich wäre hier zum Beispiel eine dickere, krosse Toastplatte, weil ein intensiver Kross-Effekt zunächst im Mund alles andere blockiert.

► In Ihrem Buch verwenden Sie statt Noten Kurven für die verschiedenen Elemente eines Gerichtes. Was muss man diese Kurven interpretieren?

Wenn man eine ausgefeilte sensorische Struktur wünscht, die nicht nur Aromen, sondern auch Texturen und Temperaturen berücksichtigt, gibt es natürlich attraktivere und weniger attraktive Kurven. Sensorisch attraktiv sind solche Kurven, die deutliche Ereignisse im Mund protokollieren, also vielleicht von einem spektakulären Beginn über eine klare Entwicklung des Geschmacks bis zu einem schönen Schluss, inklusive kleiner Ereignisse unterwegs.

► Die Grafik alleine erscheint etwas abstrakt.

Ich glaube eher das Gegenteil. Durch die Kurven wird das abstrakte Geschmackserlebnis deutlich konkreter, man kann es als Analyseinstrument und in der Lehre benutzen. Man kann sehr gut erklären, welche Fehler man vermeiden sollte. Die Kurven sind eigentlich wie eine weitere Sprache.

► Sie messen – neben den Aromen – der Textur der Gerichte einen grossen Stellenwert bei. Weshalb?



■ Jürgen Dollase. Bis zum 35. Lebensjahr war er ein Fast-Food-Esser.

Ich benutze regelmässig den Ausdruck «Die Textur inszeniert die Aromen». Ohne eine gewisse «Ordnung» beim Essen bekommen wir nur einen kleinen Teil dessen mit, was eine gute kulinarische Kreation für uns bereit hält. Um so ein Gericht aufzuschlüsseln, braucht man zudem keine grossartige kulinarische Bildung.

«SPITZENKÖCHE GEHEN TEILWEISE NOCH ETWAS NAIV VOR.»

► Stimmt somit die Gleichung: Moderne Küche gleich bewusste Sensorik? Insgesamt gesehen ja. Die Industrie arbeitet geradezu mit sensorischen Tricks – Stichwort «Mouthfeeling». Zum anderen ist die moderne Spitzenküche dort am weitesten. Die Spitzenköche gehen allerdings teilweise noch etwas naiv vor, zum Beispiel mit dem Motto, dass «etwas Krosses» einfach auf einen Teller gehört. Mit sensorisch entwickelter Küche hat das aber wenig zu tun.

► Welche Noten geben Sie diesbezüglich traditionellen Gerichten?

Auch sie können ganz hervorragend sein. Technisch gesehen mag es zwar so sein, dass wir «nur» einen sehr engen Akkord vorfinden, der nur sehr wenig sensorische Elemente enthält, zum Beispiel nur weich und schmelzend. Dafür kann die Feinabstimmung der Aromen besonders gut sein. Der klassisch-enge Akkord ist in meinen Augen eine sensorische Sonderform. Die moderne Gesellschaft mit ihrem vielfältigen Speisenangebot relativiert traditionellere Gerichte – ob man das gut findet oder nicht.

Die grosse Geschmacksschule von Jürgen Dollase



■ In welcher Reihenfolge bieten die Elemente eines Essens den maximalen Genuss? Gehört das Chutney zum Fleisch auf die Gabel? Was passiert im Mund, wenn wir heiss und kalt zusammen essen? Der Restaurantkritiker Jürgen Dollase gibt die Antworten. In «Geschmacksschule» übt Dollase mit

dem Leser anhand zuvor zubereiteter Häppchen die geschmackliche Wahrnehmung, die er jeweils in einer grafischen Darstellung mit Kurven festhält. Geschmack definiert der Autor nicht lediglich über Aromen. Dollase verfolgt einen modernen Ansatz und misst auch der Wirkung von Texturen und Temperaturen einen grossen Stellenwert bei. Im Weiteren vermittelt er in seinem farbig illustrierten Buch generelles Wissen über den Geschmack, klassische Grundwahrnehmungen, Sensibilitätstypen und die aktuelle Tendenzen in der Haute Cuisine. FR

«Geschmacksschule», Jürgen, Dollase. Tre Torri Verlag Wiesbaden, September 2005. 192 Seiten. ISBN: 3-937963-20-0. Fr. 85.50.

Basel Tourismus

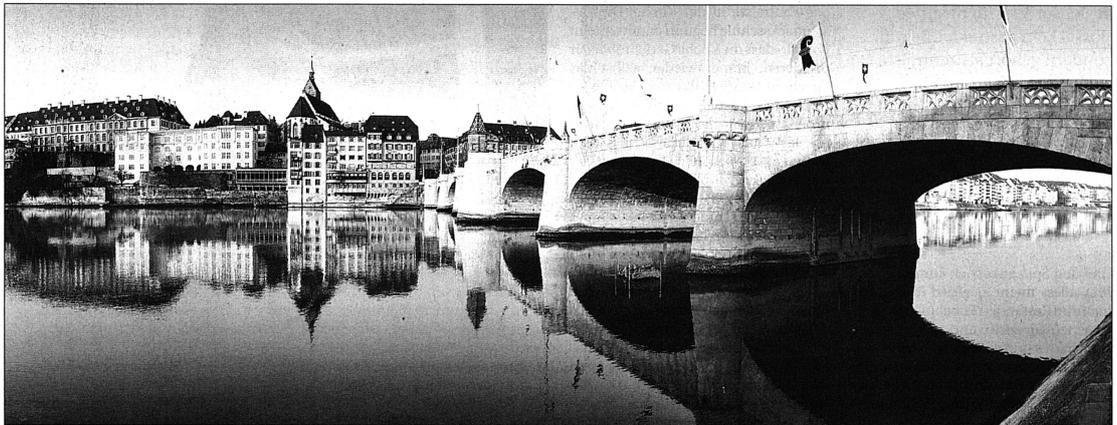
Gönner für Mitfinanzierung gesucht

■ Man kennt es von humanitären Institutionen – dass dieses Mittel der Finanzbeschaffung von Tourismusorganisationen angewendet wird, ist neu: Basel Tourismus sucht Gönner. Mittels Fundraising will Direktor Daniel Egloff heuer 25 000 Franken holen.

Christine Künzler

Ende letzte Woche gingen 3200 Briefe an alle CEOs von nichttouristischen Unternehmen, die in Basel Stadt ansässig sind. «Vom Einzelunternehmer bis zur Novartis», erklärt der Basler Tourismusdirektor Daniel Egloff. In der Betreffzeile des Briefes steht: «115 Jahre Basel Tourismus! In Zusammenarbeit mit der Stadt und mit der Unterstützung durch Mitglieder und Partnerbetriebe engagieren wir uns in In- und Ausland für Basel – die Kultur-, Messe- und Ausflugsstadt.»

Eingeleitet wird das Schreiben mit dem Hinweis, dass der Kanton den Beitrag an Basel Tourismus um 7 Prozent gekürzt hat. «Das entspricht einem Betrag von 150 000 Franken», hält Egloff fest. Weiter heisst es: «Nach diesem politischen Entscheid entstehen für Basel Tourismus finanzielle Engpässe, das führt in den kommenden Jahren zu einem Leistungsabbau. Davon ist auch das Gewerbe in Basel betroffen.» Mit einem Gönnerbeitrag lasse sich die Finanzierung von Basel Tourismus für die nächsten Jahre sichern. «Gemeinsam leisten wir einen wichtigen Beitrag für das Image unserer Stadt und Region und helfen so der Wirtschaft und dem Gewerbe.» Als Verstärkung des Gesagten ist am unteren Rand des Briefbogens ein Bild des Geschäftsführers eines Basler Unternehmens abgedruckt. Nebenan erklärt er, weshalb er den Tourismus unterstützt. Dazu, Egloff: «Wir sagen den Gewerbetreibern, dass sie



■ Das Symbol. Basel Tourismus hat nicht nur eine Brücke zu möglichen Gönnern gebaut – das Bild ist auch Symbol für Basel Tourismus.

Foto: Swiss Image

dank eines guten Images der Stadt Basel auch gute Arbeitskräfte finden.»

Gönner erwarten keine Gegenleistung

Dem Brief beigelegt ist eine Broschüre mit dem Titel «Traditionen bewahren.» Darin steht unter anderem, wie sich Basel Tourismus engagiert. Zum Abtrennen eine Postkarte, adressiert an Basel Tourismus: dort kann der Empfänger ankreuzen ob er Gönner werden will oder nicht. Wenn ja, stehen ihm die Kategorien Gold (ab 1000 Franken), Silber (ab 470 Franken) oder Bronze (ab 280 Franken) zur Auswahl. Beigelegt ist dem Aussand nebst dem Wichtigsten – dem Einzahlungsschein – auch noch ein «Goody»: vier attraktive Postkarten von Basel. Zudem sind alle Gönner im Frühsommer zum Brunch auf einem Altstadt-Platz eingeladen. Bei dieser Gelegenheit wird Basel Tourismus über

das Gönnerschaftsprogramm und dessen Fortschritt berichtet.

Nebst den Briefempfängern gibt es in Basel rund 30 mögliche Grossgönner. Diese werden nicht per Brief um Geld gefragt, sondern zum Mittagessen eingeladen und im persönlichen Gespräch auf das Gönnerprogramm aufmerksam gemacht. Und zwar von jener Person, die bereits Beziehungen mit dem möglichen Geldgeber pflegt. Das seien oft auch Vorstandsmitglieder von Basel Tourismus. Egloff: «Ein solches gemeinsames Mittagessen ist sehr effizient. Ich habe das bereits mit CEOs von Banken gemacht.»

Fundraising, also Mittelbeschaffung mittels Gönnern, unterscheidet sich vom Sponsoring oder einer Mitgliedschaft in der Hinsicht, dass der Gönner keine Gegenleistung erwartet. Ein Sponsor will beispielsweise sein Logo auf Plakaten oder Broschüren abgedruckt sehen. Egloff sieht denn die Geldbe-

schaffung über das Gönnerprogramm auch als Alternative zu jener über die Basel-Tourismus-Mitgliedschaften. Ein Mittel also, um den Rückgang von Mitgliedern, beziehungsweise deren Beiträge an die Tourismusorganisation, wettzumachen.

Gönnerschaftsprogramme nachhaltig angelegt

Fundraising ist relativ kostengünstig. «Diese Aktion hat uns etwa 20 000 Franken gekostet», sagt Egloff. Beratungskosten und Adressenkauf inklusive. Ein Gönnerschaftsprogramm ist nachhaltig angelegt. Normalerweise erfolge das Payback nach 18 bis 24 Monaten, und nach fünf Jahren werde das Gönnerprogramm rentabel, so Egloff. Er rechnet damit, dass in Basel die Investitionen bereits im ersten Jahr amortisiert sind. «Während in Feriendestinationen zur Mitfinanzierung der Tourismusor-

ganisation Tourismusabgaben verwendet werden können, sieht es in Städten oft anders aus», hält Egloff fest. Zürich Tourismus beispielsweise hat im 2004 ein Partner-Marketing aufgebaut und den «Zürich Spirit Promoters Club» lanciert. Dieser spricht vor allem indirekte Nutznießer des Tourismus an, mit dem Ziel, das Tourismus-Verständnis zu steigern und die finanzielle Beteiligung an den Herausforderungen der Destination Zürich zu fördern. «Das Zürcher Modell eignet sich für Basel nicht», sagt Egloff. Zudem sei das Risiko beim klassischen Fundraising überblickbarer.

Beraten lassen hat sich Basel Tourismus übrigens nicht nur von Fundraising-Spezialisten Marc Hubacher (vgl. untenstehenden Artikel), sondern auch vom Basler Pfarrer André Feuz. Pfarrer sind seit jeher Fundraising-Spezialisten – auch sie sind auf Spenden angewiesen.

Workshop: Fundraising

Wer Erfolg will, achte auf Kleinigkeiten

■ Wie lässt sich Fundraising für eine Tourismusorganisation aufbauen? Wie kommt man zu Gönnern? Solche und andere Fragen waren Themen im Workshop «Wissensmanagement in Fundraising», das Marc Hubacher für Touristiker in Olten durchgeführt hat.

Christine Künzler

«Eine sorgfältige Situationsanalyse ist die Voraussetzung für den späteren Erfolg der Fundraising-Konzeption», so Marc Hubacher, ehemaliger Tourismusdirektor und heutiger Inhaber der Dialog Consulting in Thun (vgl. Box). Er rät den Touristikern, Gönner für bestimmte Projekte – und nicht etwa für die laufende Betriebsrechnung – zu suchen. Der genaue Projektbeschrieb muss stehen, bevor mögliche Gönner anvisiert werden. Grundsätzlich bedeutet Gönnerschaft nicht nur Unterstützung mit Geld – es kann auch eine No-Cash-Hilfe sein: mit Arbeitsstunden beispielsweise.

Hubacher verschweigt nicht, dass die Suche nach Gönnern Knochenarbeit ist. «Suche ich nach zehn Gönnern, schreibe ich 100 an.» Für Fundraising brauche es Begeisterung. «Halbherzigkeit funktioniert nicht. Der Gönner muss als Freund angesehen werden.»

Hubacher rät den Touristikern im Workshop zu Kreativität: «Es sind nicht immer die offensichtlichsten Partner, die als Gönner gewonnen werden können.» Adressen nichttouristischer Partner finden sich im Internet. Beschaffen kann man sich auch Jahresberichte von Firmen. Dort liessen sich Hinweise finden, die im telefonischen Gespräch als Anknüpfungspunkte dienen, so dass man nicht gerade mit der Tür ins Haus falle, beziehungsweise seine Frage nach einer Gönnerschaft etwas «verpacken» könne. Gute Dienste leisten

kann auch das «Schweizerische Stiftungsverzeichnis». Allerdings braucht es Geduld, bis man im dicken Werk auf einen möglichen Geldgeber stösst.

Der Brief an mögliche Gönner – Adressen von potenziellen Ansprechpartnern man auch kaufen – muss sorgfältig abgefasst werden. Kleinigkeiten können ausschlaggebend sein. Wichtig ist, dass der Empfänger immer persönlich, das heisst mit seinem Namen, angesprochen wird. Aussergewöhnliche Briefmarken oder Poststempel können ebenfalls bewirken, dass der Empfän-

ger das Schreiben aufmerksamer liest. Die Darstellung muss klar und sauber sein, mögliche Beilagen wie Prospekte dürfen nicht in Glanzpapier sein. Wie sagt doch Hubacher den Touristikern im Workshop: «Fundraising begins at home.»

Fundraising erfordert PR nach innen: Die Mitglieder, aber auch die Mitarbeitenden in der Tourismusorganisation müssen über das Gönnerschaftsprogramm informiert sein, um Anfragen zum Mailing beantworten zu können. Reagiert der Empfänger auf das

Mailing nicht, «kann man telefonisch nachfassen», so Hubacher. Für persönliche Gespräche mit potenziellen Gönnern können «Türöffner» hilfreich sein: beispielsweise ein Vorstandsmitglied der Tourismusorganisation.

Bei jeder Absage gelte es, nach den Gründen zu suchen. Das ist wichtig, wenn die Gönnerreaktion später einmal wiederholt wird. Sagt ein Gönner zu, sei es wichtig, ihn bei späteren Aktionen «in Ruhe zu lassen», das heisst, ihn nicht wieder um Mithilfe bei Inseraten oder Broschüren zu bitten.



■ Fundraising-Workshop. Marc Hubacher (Mitte) setzt sich mit den Projekten der Touristiker auseinander und gibt Tipps zur Geldbeschaffung. Foto: Christine Künzler

Die Grundsätze für ein erfolgreiches Fundraising

■ Beim Fundraising geht es nicht vorrangig um die Beschaffung von Geld. Es geht um die Erfüllung von Bedürfnissen und das Bewirken von Veränderungen.

- Menschen spenden (leisten etwas) an und für Menschen, nicht für Organisationen. Persönliche Bitten sind am erfolgreichsten.
- Die Entwicklung von freundschaftlichen Beziehungen kommt vor dem operativen Fundraising.
- Kommunizieren Sie Bedarf, damit das Problem beim Gönner ankommt.
- Setzen Sie klare Ziele und informieren Sie Ihre Gönner (und Mitglieder!) darüber. Berichten Sie über Aktionen und Erfolge, um zum Mitmachen zu ermutigen.

- Finden Sie heraus, um welchen Betrag Sie jeden einzelnen potenziellen Förderer bitten können; und zu welchem Zeitpunkt.
- Das wichtigste Wort ist «Danke». Bedanken Sie sich für jeden Beitrag. Behandeln Sie Grossgönner auf besondere Weise.
- Ermutigen Sie Mitglieder und Gönner zur Identifikation mit Ihrer Organisation, so dass sie sich als Beteiligte fühlen.
- Seien Sie Förderern gegenüber immer ehrlich, offen und wahrhaftig. Lassen Sie diese an Ihren Problemen und Erfolgen teilhaben.

Quelle: Handbuch Fundraising, Marita Haibach

Tee

Der Konsum entwickelt sich

Die Schweiz entwickelt sich zur Teeneration: Kräuter-, Früchte- und aromatisierte Schwarztees legen zu, bloss der Grüntee ist rückläufig. Die britische Tee-Firma «Twinings» feiert ihr 300-Jahre-Jubiläum und lud deshalb zur Tee-Degustation und Tee-Diskussion nach Zürich.

Renate Dubach

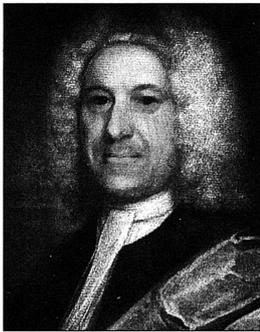
Erst nachdem die Medienleute im Zürcher «Baur au Lac» brav zehn verschiedene Tassen «Twinings»-Tee degustiert haben, lässt Stephen Twining die klassischen britischen «Afternoon-Tea»-Häppchen servieren: Zwischen Sandwiches, Scones und exquisiter Patisserie erzählt der Tee-Experte auf Wunsch ausführlicher, was er zuvor in seinem Vortrag im Schnellgang durch die Jahrhunderte streifte.

Nach drei Jahrhunderten im Tee-geschäft, ist «Twinings of London» heute in 119 Ländern mit insgesamt rund 200 verschiedenen Teesorten präsent. 1964 verkaufte die Familie Twining ihre Firma an Associated British Foods (ABF). In der Schweiz wird «Twinings» seit dem Frühjahr 2004 von der – ebenfalls zu ABF gehörenden – Wander AG in Neuenegg vertrieben und vermarktet.

Die Wander AG gibt keine Zahlen zu «Twinings» heraus, stellt aber fest, dass die Firma in der Schweiz sowohl im Detailhandel als auch in der Gastronomie Marktleader im hochwertigen Schwarztee-Segment sei. 2005 betrug der Teeumsatz im Detailhandel knapp 80 Millionen Franken, der Umsatz in der Gastronomie wird auf 9 Millionen geschätzt. Von Neuenegg aus wurde der Vertrieb der britischen Teemarke an die Gastronomie lanciert. Wander unterstützt interessierte Gastro-Betriebe mit individuell gedruckten und auf den Bedarf der einzelnen Restaurants ausgerichteten Teekarten. Die Firma bietet auch Schulungen für die Restaurant-Angestellten an, damit diese mit Teebeuteln und offenem Tee richtig umgehen lernen.

Teebeutel oder offener Tee – die Qualität ist die gleiche

Um gleich ein Vorurteil aus dem Weg zu räumen: «Wir veranstalten immer wieder Teetests und stellen fest, dass selbst Tee-Experten nicht herausfinden, ob sie Beutel- oder Offentee trinken», erklärt Stephen Twining. In den Beuteln sei nicht schlechterer Tee, es seien kleinere Blätter drin, damit der Tee schneller gebraut werden könne. «Viele nehmen den Beutel schon nach einer halben Minute aus der Tasse, weil das Wasser die Farbe der Teeblätter bereits angenommen hat. Dann finden sie den Tee fade. Wenn man den Teebeutel zwei bis drei Minuten ziehen lässt, kommt



Thomas Twining gründete 1706 das Traditionshaus «Twinings».

man zum gewünschten Resultat», sagt Twining dazu. Ein Teebeutel sei kein «Instant», sondern ein «Convenience-Produkt, bringt es der Marketing-Direktor auf den Punkt.

Geschichte Unternehmer mit unsicherer Zukunft

Ob Thomas Twining, der Gründer des Traditionshauses, Teebeutel begrüsst hätte? «Selbstverständlich hätte er das, der Mann wusste, dass eine Firma nur überlebt, wenn sie mit der Zeit geht», ist Stephen Twining überzeugt. Allerdings muss man zugeben, dass sich Thomas Twining clever auf dem Markt positionierte. Er kaufte 1706 im Zentrum von London ein Kaffeehaus und begann, Tee zu verkaufen – weil es bereits 2000 Kaffeehäuser in der Stadt gab. Und weil es zu dieser Zeit für eine Dame unmöglich war, ein Kaffeehaus zu betreten, eröffnete er einen Laden, verkaufte offenen Tee und trug so wesentlich zur Verbreitung des Heissgetränkes bei.

Auch Thomas' Abkömmlinge waren geschickte Händler. Richard Twining etwa brachte Ende des 18. Jahrhunderts den Prime-Minister dazu, die Teesteuer massiv zu senken – auch diese Massnahme führte dazu, dass der Teeverbrauch enorm anstieg. Heute nimmt der Teekonsum insgesamt wieder zu, weltweit gibt es Verschiebungen vom «gewöhnlichen» Schwarztee hin zum aromatisierten, vom Grüntee zu Kräuter- und Früchtetees. In der Schweiz beträgt der Anteil beim Grüntee 5 Prozent, bei Kräuter- und Früchtetees 70 Prozent, der Rest liegt beim Schwarztee.

Eine Entwicklung, die Stephen Twining natürlich freut. «Twinings» hat eine 300-jährige Geschichte hinter sich – und vor sich? «Ich habe einen Sohn und eine Tochter, aber vielleicht bin ich trotzdem der letzte Twining im Geschäft. Ich werde meinen Kindern keinesfalls vorschlagen, ins Unternehmen einzusteigen. Das würde sie garantiert davon abhalten, es zu tun.»

Stephen Twining

«Der Teemarkt wächst, und das freut uns»

Stephen Twining – Abkömmling der Teedynastie in 10. Generation und Director of Corporate Relations bei «Twinings» – über Tee-Trends im Gastro-Bereich.

Renate Dubach

Für die Gastronomie ist interessant, dass sich Geschäftsleute in Grossbritannien zunehmend zum Nachmittagstee treffen. Ein neuer Trend?

Ein nicht so ganz neuer Trend. Aber wir haben ihn entstehen und sich entwickeln sehen. Geschäftsleute treffen sich zum Nachmittagstee, weil sie vielleicht für ein ganzes Mittagessen keine Zeit haben, und sie nicht jeden Abend für ihre Firma unterwegs sein wollen. Eine Tasse Tee am Nachmittag ist perfekt, man kann die Zeit flexibel wählen und einen Snack dazu anbieten.

Ein Trend in Ihrem Interesse. Wie fördern Sie ihn?

Wir arbeiten mit Restaurants und Hotels zusammen. Wir schicken unsere Leute hin, um die Angestellten über die verschiedenen Tees und ihre korrekte Zubereitung zu informieren. Manchmal schlagen wir auch vor, den Stil der Teezubereitung zu ändern, damit das Teeangebot besser zum Haus passt. Wir machen Vorschläge zu den Menüs, und erklären, welche Speisen zu Tee passen.

Gibt es noch andere Gruppen, die Sie zum Nachmittagstee bekehren?

In eine Grossstadt wie London gehen viele Leute zum Einkaufen. Nach einem



Stephen Twining setzt die Familientradition fort. Foto: Renate Dubach

anstrengenden Einkaufstag kommt eine erfrischende Tasse Tee mit einem Häppchen gerade richtig. Die Restaurants und Hotels in grossen Städten in Grossbritannien haben zudem das Kino- und Theaterpublikum entdeckt, das vor der Vorstellung nicht genug Zeit zum Essen hat, und nach 22 Uhr nicht mehr essen gehen will. Sie bieten einen Vor-Theater-Tee an, der zur Mahlzeit ausgebaut ist. Die Betriebe, die diese Tees anbieten, profitieren von einer zusätzlichen Einnahmequelle. Denn der späte Nachmittag, oder der frühe Abend, ist eine sonst eher ruhige Zeit.

Könnte so etwas auch in der Schweiz funktionieren? Wir sind keine

Teetrinker-Nation. Es gibt viele, die trinken nur Tee, wenn sie krank sind. Die Ironie der Sache ist, dass man Tee trinkt, um nicht krank zu werden. Es ist vielmehr ein Getränk, das die Gesundheit fördert, als eines, das Krankheiten bekämpft. Aber es gibt neues, internationales Interesse am Teetrinken. In Seattle – immerhin Heimatort einer Kaffeehaus-Kette – öffnen Teehäuser, die keinen Kaffee anbieten. In London gibt es Dutzende von Teehäusern, die Kaffee nur so nebenbei führen.

Also wird der Tee den Kaffee auch in der Schweiz ablösen?

Warum nicht? Vor zwanzig Jahren gab es nur eine Sorte Kaffee im Restaurant. Heute weiss jeder, dass Kaffee aus Brasilien anders ist als solcher aus Costa Rica oder aus Kenia. Das Interesse an der Herkunft eines Produktes schwappet auch auf den Tee über. Der Teemarkt wächst, und das freut uns.

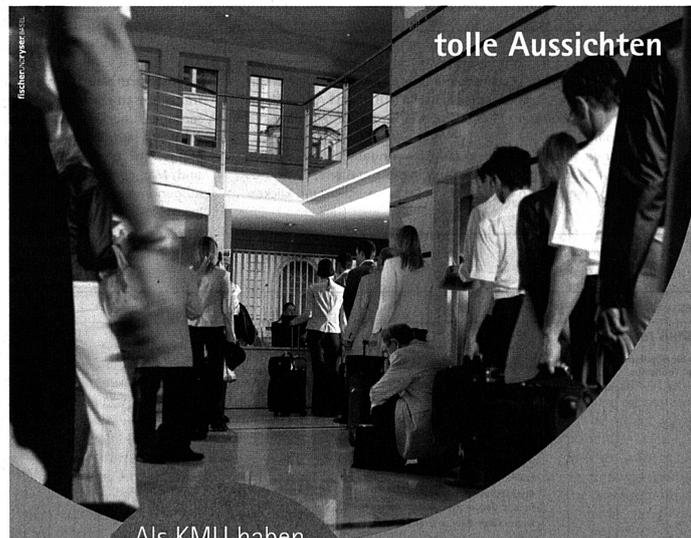
Können Sie Zahlen nennen? Unser Schwarztee-Umsatz hat 2005 in der Schweiz 16 Prozent zugenommen.

Der Grüntee-Umsatz ist gesunken? In der Schweiz um 15 Prozent, aber auch in den traditionellen Grüntee-Ländern. Dort wechselt man zu Kräuter- und Schwarztee. Insgesamt fangen wir den Rückgang beim Grüntee mit anderen Tees mehr als auf.

Warum haben Sie noch keinen weissen Tee im Sortiment?

Weisser Tee ist eine Modeerscheinung. Er wird sich nicht lange halten.

Anzeige



Als KMU haben Sie mit WIR mehr Gäste mehr Umsatz mehr Gewinn Rufen Sie uns an: 0848 133 000

WIR Bank seit 1934

www.wirbank.ch Basel • Bern • Luzern • St. Gallen • Zürich • Lausanne • Lugano



Tee-Degustation bei «Twinings». Jede der 200 weltweit vertriebenen Teesorten muss immer gleich schmecken.

Fotos: zvg

Leserbrief

Der Hund gehört nicht auf einen Stuhl oder ins Bett

► «Was darf «Batu» und was darf er nicht?», Ratgeber-Beitrag zum Thema Hund und Restaurant, htr vom 12. Januar 2006.

Ich war ungläubig und geschockt über Ihre Schilderung und Ihr Unverständnis. Ich finde es schade, dass Sie Ihren Hund nicht artgerecht halten, aber das ist Ihre Sache. Dennoch appelliere ich an Sie: In Gastronomie- und Hotelbetrieben hat der Hund nichts auf dem Mobiliar zu suchen! Besonders seit dem tragischen Vorfall in Glatt leiden alle Hundebesitzer, die ihrer Verantwortung dem Hund und den Mitmenschen gegenüber Rechnung tragen. Von neuen Gesetzen und Restriktionen ist die Rede, einige Hunde wurden bereits durch Selbstjustiz vergiftet, etc. Mit Ihrer Einstellung schüren Sie das Feuer gegen unsere treuen Gefährten nur noch mehr. In Vergessenheit geraten die Blinden-, Behindertenbegleit- und Therapiehunde. Die ausgebildeten Lawinensuchhunde, die alle verantwortungslosen Schneesportler suchen, nachdem sie sich und andere Menschen in tödliche Gefahr begeben haben, als sie abseits der Pisten fahren um «den Kick» zu verspüren. Die Gebirgsflächensuchhunde, die die Gäste finden, wenn sie nicht von der Wanderung ins Hotel zurückkehren. Die Redog-Hunde, die durch Trümmer laufen um Menschen zu retten. Und was ist mit den Polizei-, Zoll- und Militärhunden? Sie haben eines gemeinsam: Sie setzen auf nur ein Kommando ihr Leben für Menschen aufs Spiel. Auch der «normale» Familienhund, gehört nicht auf einen Stuhl oder ins Bett. Damit der Wirt und der Hotelier allen Gästen einen tierisch schönen Aufenthalt ermöglichen können, sollten Sie sich Folgendes zu Herzen nehmen:

- Im Freien lässt es sich besser herumtollen als im Gebäude, daher führen Sie Ihren Bello drinnen immer an der Leine.
- Das Hotelporzellan ist für Menschenfutter reserviert. Einige Hotels und Restaurants stellen Ihrem Hund Napfe zur Verfügung. Falls das nicht so ist, nehmen Sie bitte Ihren eigenen Napf mit.
- Auch Hundedecken werden von einigen Betrieben ausgeliehen; falls nicht, denken Sie bitte auch hier an Ihre eigene, denn die Hotelbetten sind nur für Zweibeiner da.
- Besonders die Schweiz verfügt über ein ausgedehntes «Hunde-WC-Netz». Überdies erhalten Sie in einigen Hotels kostenlose Robidog-Säckli. Es sollte für je den Hundehalter selbstverständlich sein, immer und überall das grösste Hundeeergnis zu beseitigen, umso mehr gilt dies für die gesamte Hotelanlage.
- Wenn Ihr Hund seine Wachaufgabe auch im Hotel erfüllt, sprechen Sie bitte die Reinigungszeiten für Ihr Zimmer mit dem Hotel ab.
- Falls doch einmal ein nicht vorhersehbares «Unglück» passiert, informieren Sie bitte unverzüglich Ihren Haftpflichtversicherer.

«Hunde haben alle guten Eigenschaften des Menschen, ohne gleichzeitig ihre Fehler zu besitzen.» (Friedrich der Grosse)

Birgit H. Hilsbos
bones-inclusive
Oeshgen
www.hundefreundliche-hotels.info

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

htr INTERNET-AGENDA

Möchten Sie wissen, was in Hotellerie, Gastronomie und Tourismus los ist? Wann findet die nächste Internationale Tourismusbörse in Berlin (ITB) statt? An welchem Ort wird der Ferientag 2006 veranstaltet? Oder suchen Sie die Details über die Internorga 2006 in Hamburg?

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



Ratgeber

Was sind unecht befreite Umsätze?

► Frage: Ein Mitglied unserer Erfahrung hatte kürzlich Besuch von Mehrwertsteuer-Revisionen. Er hat sein Hotel im 2004 komplett renoviert. Jetzt wollen sie ihm die Vorsteuerabzüge teilweise wieder aufrechnen. Dies mit dem Hinweis, dass er in seinem Hotel auch unecht befreite Umsätze realisiert. Können Sie mir das bitte erklären? D. P. aus W.

■ Markus Riesen
dipl. Steuerexperte
dipl. Wirtschaftsprüfer
Bommer + Partner
Treuhandgesellschaft



► Antwort: Als so genannt unecht befreite Umsätze bezeichnet man die Lieferungen und Leistungen, welche ohne Anspruch auf Vorsteuerabzug von der Mehrwertsteuer (MWST) ausgenommen sind. Man spricht deshalb auch von den ausgenommenen Umsätzen. Im Hotel- und Gastgewerbe sind die Hauptleistungen bekanntlich steuerbar.

Sie schulden der Eidgenössischen Steuerverwaltung die Umsatzsteuer und können gleichzeitig die von Ihren Lieferanten fakturierte Vorsteuer in Abzug bringen. Im Bereich der Nebenleistungen werden aber häufig auch Umsätze realisiert, welche von der Steuer ausgenommen sind. Im Vordergrund steht hier der Umsatz aus der Vermietung von Personalzimmern. Dieser Umsatzerlös muss nicht mit der MWST abgerechnet werden. Sie dürfen aber gleichzeitig die von ihren Lieferanten fakturierte Vorsteuer auf Gegenständen und Dienstleistungen nicht geltend machen, sofern diese ganz oder teilweise dem Umsatz aus der Vermietung von Personalzimmern zugeordnet werden können.

Wenn Sie also beispielsweise zusätzlich zu den Gästezimmern auch die Personalzimmer renovieren, dann ist die Vorsteuer auf dem Kostenanteil für die Personalzimmer nicht abzugsfähig. Gleiches gilt für die laufenden Betriebskosten, wie beispielsweise Unterhalt und Energie. Die Zuordnung von Aufwendungen und Investitionen, die nicht direkt möglich ist, wird mit Hilfe von Verteilungsschlüsseln vor-

genommen. Im vorliegenden Fall dürften sich die Flächen- (m²) oder Volumenerhältnisse (m³) anbieten.

An dieser Stelle erlauben wir uns noch zwei Hinweise:

1. Seit 1. Juli 2005 ist es aufgrund einer Praxisänderung der Eidg. Steuerverwaltung möglich, ausgenommene Umsatzerlöse freiwillig zu versteuern um auf diese Weise eine Vorsteuerkürzung zu verhindern. Im Einzelfall muss allerdings vorgängig geprüft werden, ob dieses Vorgehen letztendlich steuerlich vorteilhaft ist oder nur der Vereinfachung im Vollzug der äusserst komplexen MWST dienlich ist.
2. Der Bundesrat möchte die MWST vereinfachen und unter anderem sämtliche Ausnahmen im Rahmen seiner angekündigten MWST-Reform abschaffen. Eine entsprechende Vernehmlassungsvorlage soll bereits in diesem Frühjahr erstellt werden.

Haben auch Sie Fragen? In der Rubrik «Ratgeber» beantworten Fachspezialisten Leserfragen, welche für die Branche von allgemeinem Interesse sind. Adresse: htr@swiss-hotels.ch, Stichwort Ratgeber, oder hotel+tourismus@swiss-hotels.ch, Stichwort Ratgeber, Postfach, 3001 Bern.

IMPRESSUM

hotel+tourismus revue

Die Fachzeitung für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

Gegründet 1892

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

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

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

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

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

Partnerpublikation:
– Verband Schweizer Tourismusmanager (VSTM)
– Schweizerische Vereinigung diplomierter Tourismusexperten (TOUREX)
– Vereinigung Diplomierter Hoteliers-Restaurateure SHV (VDH)
– Swiss Congress & Incentive Bureau (SCIB)
– Swiss Partner für den Gruppentourismus
– Verband Schweizer Heilbäder (VSH)
– Wohlbehindenen 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
Abonnement:
Tel. 031 740 97 93, Fax 031 740 97 76,
E-Mail: abo@htr.ch
Inserate:
Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: inserate@htr.ch
Internet: www.htr.ch
Für unvollständige Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.

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

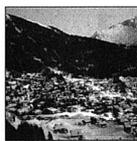
jobs.htr.ch

htr

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



HÔTELLERIE 3
Amélioration | L'hôtellerie européenne a amélioré sa position l'an passé. Ce mouvement favorable devrait se poursuivre.



TOURISME 4
Verbier | Le projet de Médran à Verbier pourrait transformer le cœur de la station. Mais les oppositions ne manquent pas.



GROS PLAN 5
Enter | L'EHL a accueilli la semaine passée un congrès international consacré au tourisme sur Internet.



Stations de sports d'hiver de Suisse romande

Le creux de janvier n'en est plus un

■ Avec l'essor du tourisme événementiel et surtout l'arrivée d'une nouvelle clientèle russe et britannique, le creux de janvier n'existe pratiquement plus en Suisse romande. Coup de projecteur sur un phénomène qui fait que le creux de janvier n'en est plus un.

Laurent Missbauer

Le temps où les hôteliers des stations de sports d'hiver de Suisse romande déplorait amèrement le faible taux d'occupation de leurs établissements durant la période comprise entre la fin des vacances de Noël et de Nouvel An et le début des vacances de Carnaval semble être révolu aujourd'hui. Cela est dû en partie à la consolidation de manifestations existantes, comme le Festival de ballons de Château-d'Éx, et à l'essor de nombreuses nouvelles manifestations telles que les 24 Heures de ski à Villars, le Symposium touristique de Zermatt ou de nouvelles compétitions de snowboard à Nendaz, pour ne citer que trois exemples. Enfin, l'arrivée d'une nouvelle clientèle russe et surtout britannique a notablement contribué à ce que le creux de janvier n'en soit finalement plus vraiment un.

L'arrivée des Russes et surtout des touristes britanniques

L'arrivée des clients des anciennes républiques soviétiques – qui ont fêté cette année le Noël orthodoxe et le Nouvel-An russe les 6 et 13 janvier – est un phénomène qui ne touche plus seulement les hôteliers de Zermatt, Crans-Montana et Verbier, mais également ceux de Loèche-les-Bains, ainsi que les agences immobilières de Nendaz et d'Anzère. La forte augmentation de la clientèle britannique a cependant été ressentie de façon encore plus marquée et cela, dans un rayon beaucoup plus large, de Villars à Grimentz en passant par Champex et Vichères-Bavon. «Ce nouvel engouement de la part des Anglais s'explique avant tout par l'essor d'Easyjet», explique Michel Angelini, de l'Hôtel du Golf et Marie Louise à Villars. «Pour mieux en profiter, nous avons élaboré à leur attention des offres forfaitaires très compétitives avec sept nuitées et quatre ou cinq journées de ski».

Du coup, la clientèle française, traditionnellement la plus importante dans la station de Villars depuis une



■ **Tourisme événementiel.** La consolidation de manifestations existantes comme le Festival de ballons de Château-d'Éx et l'arrivée de nouvelles manifestations comme les 24 Heures de Villars atténuent le creux de janvier. Photos: OTV et Studio-Patrick

trécentaine d'années, est dépassée aujourd'hui par les Anglais. «Le prix de leur billet d'avion est en effet moins cher que le prix du train de Genève à Villars et il n'est pas rare de les voir arriver dans le courant du mois de janvier pour une semaine ou même

pour trois jours», note Michel Angelini. Villars, qui est l'une des premières stations de ski depuis l'aéroport de Genève et qui s'avère ainsi particulièrement bien placée pour attirer une clientèle qui se déplace en avion, n'est cependant pas la seule à profiter du

«phénomène Easyjet». Celui-ci touche également des stations plus éloignées comme, par exemple, St-Luc ou Grimentz, dans le Val d'Anniviers.

«Jamais nous n'avions accueilli autant d'Anglais que cette année. Ils arrivent avec Easyjet et louent ensuite

Un site qui répertorie les dates des vacances scolaires des différents cantons de Suisse

■ Les solutions pour combler le creux de janvier, voire les jours de février qui ne coïncident pas avec les congés scolaires, sont nombreuses. A commencer par l'organisation de séminaires ou la mise en place avec les offices du tourisme de nouvelles manifestations. «Avec les compétiteurs des 24 Heures de Villars, notre établissement affichait complet. Sinon, ce sont avant tout les séminaires qui nous permettent d'augmenter le taux d'occupation de notre hôtel pendant cette période», relève Michel Angelini de l'Hôtel du Golf et Marie Louise à Villars. Même constat à Château-d'Éx avec l'organisation, ces

jours-ci, de la Semaine internationale des ballons à air chaud ou à Nendaz avec l'arrivée d'épreuves européennes et mondiales de snowboard.

Une autre solution pour combler les périodes «creuses» consiste à effectuer de la publicité dans la presse en tenant compte des congés en vigueur dans les pays voisins et dans les différents cantons de Suisse. Pour ces derniers, il est recommandé de consulter la rubrique «Vacances scolaires» sur le site www.ciip.ch de la Conférence intercantonale de l'instruction publique. On y apprend par exemple que les Genevois arrivent cette année leurs vacances de Carnaval du

18 au 26 février, une semaine avant les Fribourgeois, Neuchâtelois et Vaudois qui, au grand regret de nombreux prestataires touristiques, partiront en vacances tous en même temps, du 25 février au 4 mars, avec les écoliers du Valais romand. En fixant ses vacances du 18 au 26 février, le Haut-Valais a intelligemment pris le parti d'éviter la cohue du 25 février au 4 mars. Même constat pour les écoliers de la ville de Berne, en vacances du 4 au 12 février, alors que les Bernois le seront du 11 au 19 février, en même temps que les Jurassiens. Enfin, les Parisiens auront deux semaines de vacances du 4 au 19 février. LM

une voiture à l'aéroport de Genève», confirme Anne Genoud, de l'Hôtel Alpina à Grimentz. Pour elle aussi, l'arrivée de cette nouvelle clientèle britannique constitue une aubaine pour combler le creux de janvier. «Ce qui rencontre aussi beaucoup de succès à cette période, ce sont les chèques Freedreams qui permettent de loger en demi-pension en ne payant que le petit-déjeuner et le repas. Il en va de même pour une offre spéciale que nous avons proposée à nos clients fidèles qui sont sans enfants et qui peuvent ainsi venir skier même en dehors des vacances scolaires», ajoute-t-elle.

Des offres alléchantes pour les week-ends

L'analyse détaillée des congés scolaires en vigueur dans les différents cantons de Suisse et les pays voisins peut aussi s'avérer payante (lire l'encadré ci-dessous). On y apprend par exemple que les vacances de Carnaval – ou vacances de ski ou «semaines blanches» comme elles sont également appelées – débutent bien avant le 25 février dans certaines régions. Dans les cantons de Schaffhouse et de Thurgovie, elles débutent même à la fin du mois de janvier.

Enfin, certains hôteliers, à l'image d'Yves Biselx, de l'Hôtel du Glacier à Champex (VS), privilégient des offres ciblées sur le week-end: «A partir du 9 janvier, nous tablons sur les week-ends avec des forfaits à 111 francs par personne pour une nuitée avec un menu gourmand et la libre utilisation du sauna et du jacuzzi», relève-t-il. «Ces mêmes forfaits sont extensibles à deux et trois jours pour respectivement 210 et 300 francs et ils sont très appréciés d'une nouvelle clientèle anglaise qui vient avec Easyjet. Elle skie un jour à Champex et les deux autres à Vichères-Bavon et à Verbier, en prenant les télécabines au Châble. C'est une clientèle qui a l'habitude de faire plus d'une heure de métro pour aller travailler au centre de Londres et cela ne lui fait rien de rouler quinze ou vingt minutes pour aller skier.»

«Au fil des années, nous nous sommes aperçus qu'il ne servait pas à grand chose de vouloir miser à tout prix sur des semaines complètes en janvier. Nous préférons ainsi nous concentrer sur le week-end, ce qui permet à notre personnel de compenser les jours de congé qu'il n'a pas pu prendre à Noël et à Nouvel-An ou qu'il n'aura pas le temps de prendre pendant les vacances de Carnaval», conclut Yves Biselx.

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

HOWEG
Boutique Suisse de la Gastronomie - apporte les services à la gastronomie

Centre logistiqué	Téléphone
8953 Dietikon	01 746 55 55
Service de commande	Téléphone
Bussigny	021 633 23 23
Kriens	041 348 07 00
Zermatt	027 967 32 02

www.howeg.ch

hoteljob

LE SPECIALISTE DU PLACEMENT

hôtellerie suisse

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

Le linge que vous choisissez

Un linge suisse de qualité pour votre établissement.

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

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

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

Schwob
textiles of Switzerland

Savoir-faire rechercher et trouver.

10 numéros au prix de CHF 25.- seulement!



Oui, je commande hôtel+tourisme revue:

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

(Prix indiqués en CHF, inclus TVA.)

Nom: _____ Prénom: _____

Société: _____ Tél. (journée): _____

Rue/No. _____

NPA/Lieu: _____ E-mail: _____

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

Contact:
Tél.: 031 740 97 93
Fax: 031 740 97 76
abo@htr.ch, www.htr.ch

htr

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



Lindner se met aux enchères

■ **Lindner Hotels & Alpentherme.** La mise aux enchères de chambres sur Internet séduit toujours plus les établissements hôteliers. Ainsi, le groupe allemand Lindner Hotels & Alpentherme a décidé de tenter l'expérience en Suisse avec son hôtel de Loèche-Bains. Son partenaire est l'entreprise berlinoise Cultuzz Digital Media avec laquelle il travaille depuis 2004. Cette société se chargera de mettre aux enchères sur le site d'eBay vingt chambres, vendues avec un arrangement

spécial. Les premières promotions, lancées ce mois, portent sur la période du 11 au 14 avril et sur celle du 11 au 14 juin. Cultuzz touche pour son activité une provision sur le prix de vente, ainsi que le paiement des frais de publication occasionnés par chaque enchère. Lindner Hotels & Alpentherme, qui compte trois hôtels en Suisse, espère ainsi remplir les périodes creuses. Si les premières enchères sont fructueuses, le projet sera porté à «une plus grande échelle». **MH**

Hilton: une nouvelle marque

■ **Hilton Hotels Corporation.** Le groupe hôtelier américain Hilton vient de lancer une nouvelle marque d'hôtels de luxe. Appelée «The Waldorf=Astoria Collection», celle-ci entend étendre le caractère du célèbre établissement new-yorkais Waldorf-Astoria, dont les premières traces remontent à 1893, a indiqué, la semaine dernière, Hilton Hotels Corporation. Quatre établissements figurent déjà dans cette «collection». Outre le Waldorf-Astoria, on y

trouve, en effet, le Grand Wailea Resort Hotel & Spa à Hawaii, l'Arizona Biltmore Resort & Spa à Phoenix, Arizona, et La Quinta Resort & Club à La Quinta, Californie. Ces hôtels ont été choisis en raison de l'originalité de leur architecture et de leur aménagement intérieur, de leur caractère historique et de leur réputation en matière de produit et de services. Symbole de l'art déco, le Waldorf-Astoria propose 1245 chambres, dont 197 suites. **MH**

Angostura acquiert S. Fassbind

■ **S. Fassbind.** La distillerie S. Fassbind SA, à Oberarth (SZ), a été acquise par Angostura (Suisse) SA, à Genève, société de distribution de spiritueux du groupe CF Financial Limited, qui a exercé l'option d'achat dont elle bénéficiait. Cette acquisition, a indiqué la semaine dernière S. Fassbind, s'inscrit dans le cadre de la politique de développement du groupe Angostura sur le plan international. Elle garantit «l'avenir» de la distillerie fondée en 1846 et per-

mettra de développer la marque Fassbind en Suisse et à l'étranger. La responsabilité de la société a été confiée à André Peier, qui avait été précédemment à la tête de Moët Hennessy (Suisse) SA et de Nestlé Waters (Suisse) SA. Président du conseil d'administration de S. Fassbind, il agira également en qualité de «chargé de mission» pour le groupe Angostura en Suisse. Urs Müller, qui était l'ancien propriétaire de S. Fassbind avec Reinhard Asbach, reste administrateur. **MH**

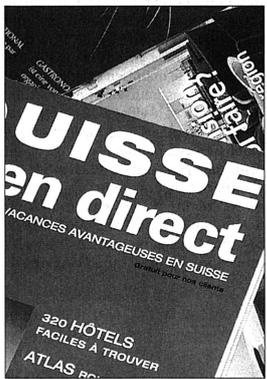
Gastro Suisse

Une nouvelle classification pour mi-2006

■ **Gastro Suisse** poursuit son projet de mise sur pied de son propre système de classification. Celui-ci devrait être lancé au milieu de cette année.

Miroslaw Halaba

La Suisse touristique devrait bientôt proposer à ses hôtes un deuxième système de classification. La semaine dernière, en effet, Gastro Suisse a annoncé que les travaux de mise en place de son propre système avançaient «rapidement» et que son introduction était prévue pour «mi-2006». L'association faitière des cafetiers-restaurateurs a indiqué qu'elle avait «pris bonne note» qu'hôteleriesuisse n'avait pas souhaité entrer en matière au sujet de sa proposition de création d'une classification hôtelière «commune basée sur une organisation indépendante et paritaire».



■ **Les expériences** faites avec la «Suisse en direct» ont été utiles à la nouvelle classification. Photo: Miroslaw Halaba

Interrogée sur les détails de son projet, elle s'est contentée de renvoyer les demandes au contenu de son communiqué dans lequel elle indique notamment que la nouvelle classification allait «apporter une contribution remarquable à la poursuite de l'amélioration de la qualité dans le secteur de l'hébergement». Lors de l'annonce de ce projet en automne 2004, Gastro Suisse avait déclaré que celui-ci reposait sur les expériences faites avec le paquet de prestations «Suisse en direct» destiné aux petits et moyens hôtels. L'association ajoutait que le système entendait reprendre le symbole des étoiles et qu'il s'adresserait aux établissements d'une à cinq étoiles, hôtelleriesuisse, pour sa part, a rappelé que la proposition faite, l'an passé, à Gastro Suisse d'entrer dans sa Commission de classification était «généreuse» et que les travaux de mise en place de la classification révisée allaient bon train.

Hôtellerie européenne

L'amélioration devrait se confirmer

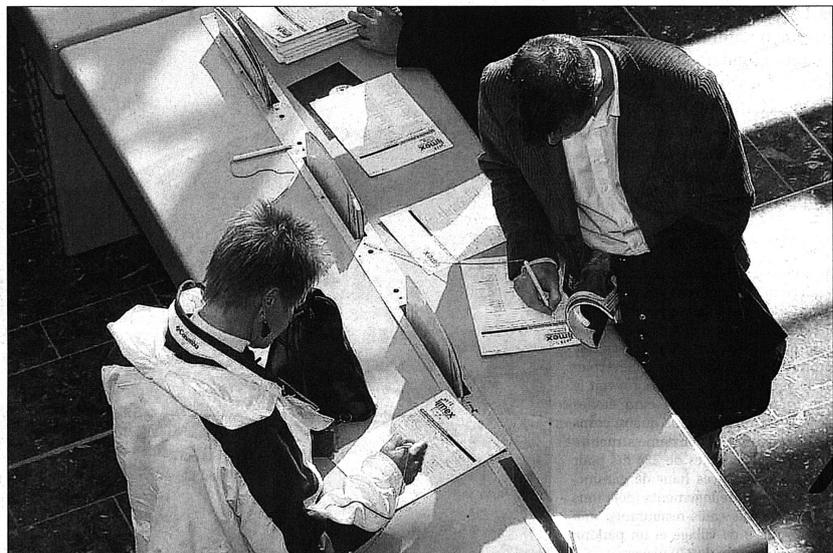
■ **L'hôtellerie européenne** a amélioré sa situation en 2005. Malgré un certain nombre d'incertitudes, ce mouvement devrait se poursuivre en 2006.

Miroslaw Halaba

En dépit des risques d'appréciation de l'euro vis-à-vis du dollar, des hausses du prix du pétrole et de l'incertitude liée à la grippe aviaire, l'année 2006 devrait confirmer l'amélioration des performances de l'hôtellerie européenne. C'est le constat qu'a livré la semaine dernière l'entreprise française MKG Consulting, spécialiste du conseil dans le secteur de l'hôtellerie, de la restauration et du tourisme. Cette amélioration, qui, dans un premier temps, devrait être soutenue par la croissance de la clientèle «individuelle affaires», devrait s'accroître au fur et à mesure que la reprise économique confortera la confiance des ménages et, partant, stimulera la demande de la clientèle «loisirs».

Hausse de la clientèle «individuelle affaires»

Ce mouvement favorable trouve son origine dans les performances généralement positives enregistrées en 2005, et ceci, malgré un environnement partiellement défavorable, en raison, notamment des attentats de Londres. L'année écoulée a ainsi été marquée en particulier par une augmentation des volumes de la clientèle «individuelle affaires», ce qui a eu un impact très positif sur les prix moyens et sur le chiffre d'affaires par chambre disponible (RevPAR). On a remarqué également la reprise de la demande extra-européenne, américaine et japonaise surtout. MKG



■ **Tourisme d'affaires.** La clientèle «individuelle affaires» a dynamisé l'an passé l'hôtellerie européenne, notamment en Grande-Bretagne. Photo: Imex

Consulting est d'avis que l'hôtellerie européenne s'éloigne du creux du dernier cycle hôtelier qui datait de 2003.

Bonnes performances dans les pays d'Europe du Nord

Sur le plan géographique, MKG Consulting note que ce sont les pays d'Europe du Nord qui ont surtout profité de la reprise de la clientèle «individuelle affaires». Ainsi, l'hôtellerie britannique a

connu une augmentation du RevPAR de 3,2% qui traduit le «dynamisme de la destination».

En Allemagne, ce même indicateur a progressé de 1,9%. Le taux d'occupation des hôtels allemands est toutefois, avec 62,2%, le plus faible d'Europe. L'organisation de la Coupe du monde de football en juin et en juillet devrait permettre à l'hôtellerie allemande de conforter sa croissance. En France, le RevPAR a progressé de 3,1%. La reprise

a été sensible au début de 2005 déjà et s'est accélérée durant le second semestre. Le mois de novembre a même permis aux établissements du pays d'enregistrer une hausse du RevPAR de 11,3%.

L'amélioration n'a cependant pas été perçue partout. Ainsi, l'Espagne a été le seul pays européens à enregistrer un repli du revenu par chambre disponible. Celui-ci s'est élevé à 2,7% et à 7,3% en 2004.

Exclusive Hotels

De nouveaux hôtels affiliés en Suisse

■ **Le groupe français d'hôtels indépendants Exclusive Hotels** a accru, ces derniers mois, le nombre d'établissements affiliés en Suisse.

Miroslaw Halaba

La chaîne volontaire française Exclusive Hotels* a renforcé sa présence au cours des derniers mois en Suisse. Aux deux établissements cinq étoiles, entrés au début de l'an passé dans la chaîne, soit l'Hôtel des Armures à Genève et l'Hôtel des Trois Couronnes à Vevey, s'est ajouté, en décembre, l'Hôtel Glärnischhof à Zurich (quatre étoiles). D'autre part, des contrats sont en phase de finalisation avec trois

autres hôtels situés à Lausanne, à Bâle et à Gstaad. La chaîne «espère toujours» atteindre l'objectif, annoncé en juillet (cf. htr du 5 août), de «vingt-cinq à trente» hôtels affiliés «d'ici deux ans». Pour l'heure, les deux membres romands se disent déçus du peu de réservations générées jusqu'ici par leur affiliation à la chaîne. A Vevey, comme à Zurich où le recul est encore insuffisant pour tirer un bilan, on fait cependant remarquer que les retombées positives ne peuvent pas être immédiates.

Consolidation de l'offre sur les marchés de proximité

Créée en 1994, la chaîne Exclusive Hotels groupe des établissements «de charme» et de gamme supérieure. Elle

travaille avec deux marques: «Exclusive Hotels» et «Exclusive Luxury Hotels». La chaîne a réussi l'an passé à porter le nombre d'établissements affiliés en Europe de quelque 240 - installés principalement en France - à près de trois cents, l'objectif 2005 ayant été fixé à 280.

Poursuite de la croissance en Europe

«Ce développement nous a permis de consolider notre offre sur les marchés de proximité tels que l'Allemagne, l'Italie, l'Espagne, le Portugal et la Suisse», a indiqué le responsable du marketing, Valérie Allichon-Genest. Cette dernière a, par ailleurs, qualifié l'activité 2005 de «très positive». La chaîne se caractérise

notamment par la gestion de «contrats clients». L'été passé, elle en recensait quatre mille environ conclus avec des entreprises et trois cent cinquante établis avec des voyageurs. Valérie Allichon-Genest note à ce sujet que la chaîne enregistre un nombre toujours plus grand de contrats avec des entreprises et des institutions suisses.

Pour l'année 2006, la chaîne veut poursuivre sa croissance en Europe. Elle entend également «mettre en place» son programme Luxe, développer des brochures et des pages Internet à thèmes (golf, spa, montagne, par exemple) et renforcer son image de marque, notamment par le biais de la presse et des salons professionnels.

* www.hotels-exclusive.com

De nouvelles offres hivernales

■ De nouvelles offres dans les Alpes vaudoises. L'offre hivernale de la station des Mosses s'est enrichie d'un second «snowparc», a annoncé l'Office du tourisme du canton de Vaud (OTV) dans son dernier bulletin d'information. Ce nouveau «snowparc» s'ajoute à celui qui avait été créé l'hiver passé, tandis que les remontées mécaniques proposent désormais une piste de «boardercross» permanente. A Leysin, l'office du tourisme signale en revanche la mise en

place d'une nouvelle attraction sous la forme d'un «maxi-bungee». Il s'agit en fait d'un trampoline géant permettant aux enfants dès deux ans et aux adultes d'effectuer des sauts périlleux en étant attaché par deux sangles reliées à un harnais. Ce «maxi-bungee» se trouve sur le site du Tobogganing Park. Celui-ci dispose de sept pistes de «snowtubing» (des chambres à air pour glisser sur la neige) dont deux à quatre mini-pistes pour les enfants de moins de six ans. LM

808 millions

■ Tourisme international. En dépit des événements tragiques auxquels il a dû faire face, le tourisme international a confirmé l'an passé la reprise amorcée en 2004. Le nombre d'arrivées de touristes dans le monde a, en effet, dépassé pour la première fois les 800 millions pour atteindre 808 millions, ce qui représente une hausse de 5,5% par rapport à l'année 2004, a indiqué mardi l'Organisation mondiale du tourisme. Une progression de 4 à 5% est prévue pour 2006. MH

Un promoteur entend créer 13 000 lits chauds

■ Valais. Treize mille lits chauds, c'est ce que propose de créer dans son canton le promoteur immobilier valaisain Bernard Micheloud. Intitulé «LeC» pour «créons des lits chauds» et présenté dans le quotidien «Le Nouvelliste», le concept prévoit la construction de treize villages de mille lits chacun, soit un par district. Chaque village serait composé de trente chalets de plusieurs appartements, d'un centre aquatique réservé aux loisirs, d'un grand parking et d'une réception perma-

nente. Les appartements meublés et standardisés seraient obligatoirement mis en location. Une société indépendante, placée à la tête de chaque site, se chargerait de la construction, du financement et de l'exploitation du village. L'investissement global serait supérieur à un milliard de francs. Pour obtenir la rentabilité nécessaire, les villages devraient être construits sur des terrains - d'une surface de 20 000 m² au moins - préservés de la spéculation. L'investissement par village est esti-

mé à 70 à 80 millions de francs. Le financement pourrait être assuré par plusieurs sources. Des fonds de pension, des capitaux privés, la propriété par étage ou par immeuble, a indiqué Bernard Micheloud au quotidien valaisain. Ce projet est en circulation dans différents services de l'Etat du Valais depuis le mois de septembre. «C'est une solution novatrice», a déclaré le chef du Service de l'économie et du tourisme, François Seppey, cité aussi par «Le Nouvelliste». MH

Verbier

Un grand projet à l'avenir incertain

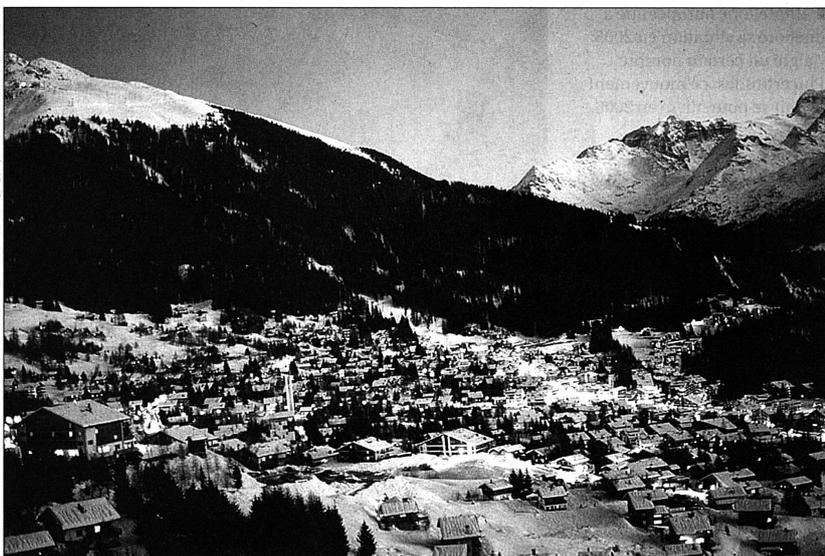
■ Le projet de Médran à Verbier prévoit notamment la création du plus grand hôtel cinq étoiles jamais construit dans le canton du Valais. Une nouvelle mise à l'enquête est en cours, car le projet a suscité, dans un premier temps, une série d'oppositions.

Geneviève Zuber

Avec le projet de Médran, c'est un nouveau centre qui pourrait pousser à Verbier. Ce méga-réaménagement dévisé à 157 millions de francs concerne une zone de 20 000 m² qui a fait l'objet d'une promesse de vente entre Télévérbière et les promoteurs. Le projet prévoit la construction d'un hôtel cinq étoiles de 400 lits, répartis dans quatre corps de bâtiments, une deuxième structure hôtelière trois étoiles de 224 lits pour camps de vacances haut de gamme, une trentaine de logements (déjà tous réservés), trois cafés-restaurants, une grande place de village et un parking public souterrain de 270 places.

Le trafic des poids lourds inquiète

Le projet de cinq étoiles est nouveau, car il était question jusqu'à récemment de construire un quatre étoiles. La gestion de cet établissement de luxe devrait être confiée à une chaîne hôtelière internationale. Des discussions, en cours, devraient aboutir à la mi-février,



■ Verbier. Le projet de Médran se propose de construire notamment un hôtel cinq étoiles et, partant, d'enrichir l'offre d'hébergement hôtelière de la station.

Photo: Verbier Tourisme

selon Stéphane Luisier, promoteur-architecte du projet. Pour le financement, la société 3 Rocs SA, autour de laquelle Stéphane Luisier et son frère Vincent ont regroupé des résidents de la station, des ressortissants suédois surtout, les

choses semblent rouler. C'est au niveau de la procédure que le bât blesse. Une première mise à l'enquête s'est en effet soldée par une vingtaine d'oppositions, dont celle de l'hôtelier Roland Pierroz. En cause surtout, semble-t-il, les nuisances que pourrait engendrer le trafic

des camions de chantier. Quant à la société de développement, elle a pour sa part écrit aux promoteurs pour exprimer ses inquiétudes à ce propos, se préoccupant aussi du sort du Verbier

Festival & Academy qui jusqu'à présent se déroulait à Médran. Une deuxième mise à l'enquête du projet est en cours, assortie d'une étude d'impact supplémentaire. Les promoteurs proposent des solutions. Pour limiter le trafic des camions, les matériaux de chantier pourraient être évacués sur un tapis roulant à l'intérieur d'un toboggan aboutissant 600 mètres en aval de la station. Quant au Festival, il pourra avoir lieu à Médran cet été encore, le chantier devant démarrer par d'autres travaux que ceux prévus initialement.

Un nouveau souffle pour l'hôtellerie

Pour Patrick Messellier, directeur de l'Office du tourisme de Verbier, ces solutions paraissent a priori satisfaisantes. Verbier a perdu une soixantaine de lits hôteliers ces dernières années; ils ne représentent que 1200 lits sur un total de 26 000 lits touristiques. «Dans ces conditions, estime-t-il, on ne peut que dire bravo et merci à ceux qui veulent préserver voire développer le parc hôtelier.» Quant à Roland Pierroz, il penchait, au premier jour de la mise à l'enquête, pour le maintien de son opposition, «à moins peut-être de construire une route sous le village». Il n'a pas non plus abandonné l'idée de fermer son établissement, pendant l'été 2007, pour éviter des nuisances à sa clientèle. Le chantier de Médran pourra-t-il démarrer cet été comme prévu, pour se terminer en 2009? Aujourd'hui, rien n'est certain car, comme on sait, en Suisse, les procédures peuvent durer, longtemps.

Chablais Tourisme

Un portail Internet pour toute la destination

■ Réorientée pour permettre une plus grande participation des partenaires, la plate-forme Internet de la partie valaisanne du Chablais a été revisitée.

Jean-Jacques Ethenoiz

Après les départs successifs, l'an dernier, du directeur et de la coordinatrice, la réorganisation de la destination Chablais se poursuit du côté de Monthey. Ainsi, Raphaël Granger, directeur de Chablais Tourisme depuis l'an dernier, a-t-il pu présenter, la semaine dernière, la nouvelle image Internet des partenaires de la région. Plus question de nommer la plate-forme «www.mychablais.com», directement inspirée par celle de Suisse-Tourisme. Placée à «www.chablais.info», plus en phase avec les partenaires de la région - les offices du tourisme, mais également les partenaires - qui trouvent ainsi une

identité graphique commune. Ainsi, les offices du tourisme de Champéry, Morgins, Val-d'Illiez, Les Crosets, Champoussin, la commune de Champéry, le Palladium (centre de glace) de Champéry, Télé Champéry-Les Crosets Portes-du-Soleil et Chablais Tourisme ont un outil de travail commun et de qualité. L'ensemble des partenaires ont développé leurs sites sous une identité graphique commune afin de marquer leur appartenance à la région des Portes du Soleil-Chablais et faciliter la navigation des internautes.

Création d'un comité opérationnel

Développé par l'entreprise régionale Géomatic, le site se révèle d'une utilisation plus simple que le précédent. Il est de plus d'une convivialité qui permet à toutes destinations d'intervenir rapidement sur la plate-forme commune. En effet, les informations saisies par l'un

ou l'autre des partenaires interviendront immédiatement en ligne. Pour les responsables de Chablais Tourisme, cela signifie surtout la fin du travail à double. Cela est d'autant plus important que toutes les destinations qui viendront se greffer sur le nouveau site pourront le faire sans difficulté. Autre restructuration en voie d'achèvement, la centrale de réservation a été repensée dans une optique de simplification. Celle-ci est maintenant au bénéfice du programme Tomas. Par ailleurs, la création d'un comité opérationnel composé des directeurs des offices du tourisme partenaires «a permis de resserrer les liens entre les prestataires et l'organe faitier», précise encore Raphaël Granger. Depuis le 1er décembre, il peut, de plus, compter sur un service marketing qui a été pris en charge (à 70%) par une nouvelle responsable, Vanessa Freid, ancienne collaboratrice de l'office du tourisme du canton de Vaud et de Sierre-Anniviers Tourisme.



■ Les Crosets. Les stations du Chablais, comme ici celle des Crosets, disposent désormais d'un site Internet commun.

Photo: Chablais Tourisme

Enter 06, Lausanne

Le congrès a répondu aux attentes

■ Organisé pour la première fois en Suisse, le congrès Enter* a répondu aux attentes. Notamment à celles des organisateurs, à savoir l'EHL et la HEVs. Le point avec les professeurs Thomas Steiner et Roland Schegg, deux des principales chevilles ouvrières d'Enter 06.

Laurent Missbauer



■ Durant le «Swiss Days» d'Enter 06, Roland Schegg (à g.) et Thomas Steiner, deux des principales chevilles ouvrières d'Enter 06, ont tiré un bilan très positif de ce congrès international organisé la semaine passée à Lausanne. Photo: Laurent Missbauer

Après Helsinki en 2003, Le Caire en 2004 et Innsbruck l'année passé, le congrès international Enter consacré au tourisme électronique, à ses défis et à ses opportunités, s'est déroulé à l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) du 18 au 20 janvier. De l'avis de ses initiateurs, mais également des participants avec lesquels nous avons pu nous entretenir, ce congrès a répondu aux attentes. «Il les a même largement dépassées en ce qui concerne le workshop des doctorants qui a réuni une vingtaine de participants contre une douzaine lors des précédentes éditions», relève Thomas Steiner, professeur à la Haute Ecole valaisanne (HEVs) à Sierre. Même constat pour le «Swiss Day», le dernier volet de ce congrès qui n'était pas seulement ouvert aux chercheurs, mais également aux hôteliers et au personnel des offices du tourisme du pays hôte.

Les participants ont été plus nombreux que prévu

«Nous espérons attirer une quarantaine de participants à cette journée nationale, organisée pour la première fois l'année passée à Innsbruck, et nous en avons finalement accueillis une cinquantaine. Ce «Swiss Day» a été un succès et il est d'ores et déjà prévu

d'organiser à nouveau une journée nationale lors du prochain congrès qui se tiendra en Slovénie en 2007», note Roland Schegg, professeur lui aussi à la HEVs et responsable du «Swiss Day» au sein de l'équipe organisatrice de cette 13e édition du congrès Enter.

En ce qui concerne le nombre total de participants qui ont assisté à au moins une journée du congrès et qui

provenaient de tous les continents, il s'élève à 250 et a été «équivalent à ceux des éditions précédentes», précise Roland Schegg. Selon lui, un des points forts du congrès a été le nombre d'exposants – quatorze dont Lenovo, IBM, SPSS, Tiscover.com... –, qui a été plus élevé qu'à Innsbruck.

Pour Thomas Steiner, un autre point fort a été l'implication du gouverne-

ment dans ce congrès avec la participation du professeur Peter Keller, chef du tourisme au Secrétariat d'Etat à l'économie (Seco), et de Jürg Schmid, le directeur de Suisse Tourisme, qui a notamment présenté le nouvel instrument d'«e-marketing», le «e-CRM» pour «Electronic Customer Relationship Management» ou «gestion de la relation clientèle sur Internet» (cf. htr du

12 janvier). «Jürg Schmid a apporté à cette occasion un point de vue pratique qui a été particulièrement apprécié par un auditoire composé essentiellement de chercheurs et d'académiciens», estime Thomas Steiner.

La collaboration entre l'EHL et la HEVs a très bien fonctionné

Et qu'est-ce qui a moins bien fonctionné lors de ce congrès? Est-ce peut-être la défection de l'un ou l'autre orateur initialement annoncé? «Non, ces déflections sont courantes lors de tels congrès qui réunissent plusieurs dizaines de conférenciers», répond Roland Schegg. «Ce que nous devons peut-être améliorer si nous entendons accueillir à nouveau une manifestation internationale d'une telle importance en Suisse, ce serait plutôt la recherche de sponsors. Les Autrichiens, par exemple, avaient pu compter l'année passée sur un soutien important des cristaux Swarovski, mais Lausanne Tourisme, le Musée olympique, l'Institut des Hautes études commerciales de l'Université de Lausanne et, bien entendu, l'Ecole hôtelière de Lausanne et la Haute Ecole valaisanne nous ont tout de même beaucoup aidés», reconnaît Roland Schegg.

«J'ajouterais que la collaboration entre l'Ecole hôtelière de Lausanne et la Haute Ecole valaisanne a très bien fonctionné lors d'Enter 06 et cela s'explique aussi en partie du fait que Roland Schegg et moi-même, qui enseignons actuellement à la Haute Ecole valaisanne, avions travaillé tous les deux à l'Ecole hôtelière de Lausanne par le passé», conclut Thomas Steiner.

* Enter est le congrès annuel de la Fédération internationale de la technologie de l'information touristique (FITT). www.ifitt.org

Nouvelles technologies

Toujours plus de simplicité et de diversité

■ Au début des années 90, les nouvelles technologies de l'information et de la communication ont pris beaucoup d'hôteliers par surprise. Aujourd'hui, ils ont refait leur handicap initial et utilisent de nombreuses solutions pour fidéliser leurs clients.

Jean-Jacques Ethenoz

L'association des nouvelles technologies de l'information et du monde de l'accueil touristique est de plus en plus évidente. Dans un monde toujours plus dominé par la notion de mobilité, l'hôtel n'est-il pas le symbole du lieu nomade? Qu'en sera-t-il demain? C'est à cette question que plusieurs intervenants d'Enter 06 ont tenté de répondre la semaine passée à Lausanne. L'intérêt des hôteliers pour l'accès à l'Internet n'est pas nouveau. Dès 1999, une étude menée par un fournisseur de solutions techniques pour les établissements hôteliers, montra clairement la voie à suivre: «Près de trois quarts des clients estiment que les hôtels devraient fournir de meilleures conditions pour l'utilisation de l'e-mail ou l'accès à l'Internet. Et la moitié des personnes interrogées indiquaient alors qu'ils préféreraient surfer sur Internet plutôt que d'avoir accès à de multiples chaînes de télévision.

Leur demande a été entendue. Aujourd'hui, sur les 150 000 bases Wi-Fi recensées par l'annuaire Jivire dans le monde, un quart le sont dans des

hôtels. Selon des statistiques américaines, la plupart des clients se connectent entre quatre et huit fois par jour et restent en ligne pour une durée de 35 à 45 minutes. Mais si tout voyageur est désormais en droit d'accéder à Internet dans de bonnes conditions depuis sa chambre d'hôtel, il peut également souhaiter bien d'autres choses.

De nouvelles technologies qui fidélisent les clients

Une chaîne américaine propose ainsi dans ses établissements hauts de gamme des «iPod Music Suites», sous la forme de luxueuses suites équipées de iPod et de stations Bose (le must en matière de haute fidélité). D'autres établissements ont suivi le mouvement et l'intégration de produits hi-tech ne s'arrête pas aux baladeurs numériques. Ecrans LCD ou plasma, lecteurs de DVD et autres télécommandes programmables font progressivement leur apparition. Mais certains ont plus d'ambition. Début novembre, un autre fournisseur de solutions techniques pour l'industrie hôtelière, introduisait le nPVR (Networked Personal Video Recording), c'est-à-dire un dispositif d'enregistrement vidéo en réseau. Comme avec un magnétoscope, l'utilisateur choisit les programmes qu'il veut enregistrer et peut ensuite les visionner au moment de son choix.

On constate donc que si la demande pour des moyens de communication hi-tech avait pris l'industrie de l'hôtellerie par surprise à la fin des années 1990, les hôteliers ont désormais com-

pris que pour fournir à leurs clients une prestation de qualité, les technologies de pointe devaient faire partie intégrante de leur offre. Il s'agit aujourd'hui de s'y adapter. Cela d'autant plus que, outre des services haut de gamme, ces nouvelles technologies permettent encore des opérations marketing qui

fidélisent les clients. Mais, dans la jungle de standards, sur quelles infrastructures faut-il miser pour préparer l'avenir? Et, surtout, à quoi ressemblera un hôtel en 2025? Si l'on peut admettre que de nombreux établissements vont incorporer des technologies de pointe dans les moindres recoins de leurs

chambres, encore faudra-t-il savoir harmoniser techniques et usages. La simplicité d'utilisation deviendra le maître mot! Car le défi à relever ne se résumera pas à la fourniture de technologies diverses, mais bien à leur intégration au sein d'un environnement convivial, souple et simple d'emploi.

Annonce

Bon

Pour une formation complète et gratuite dans l'hôtellerie et la restauration

PROGRESSO – la formation gratuite pour les collaborateurs et collaboratrices sans certificat fédéral de capacité dans les domaines

de la cuisine, du service et de l'économie domestique

Le cours est proposé au prix coûtant pour les établissements, qui ne sont pas soumis à la CCNT.

www.formation-progresso.ch

Hotel & Gastro formation

by
Hotel & Gastro Union
Gastrotechnische
hôtellerieuisse

Hotel & Gastro formation
1027 Lonay
Tél. 021 / 804 85 30
Fax 021 / 804 85 38
mores@hotelgastro.ch

Hôtes étrangers: nette hausse

■ **Hébergement hôtelier.** L'année 2005 aura été marquée en Suisse par une nette progression de la demande étrangère. A l'issue des onze premiers mois de l'année, le nombre total des nuitées enregistrées par les hôtels et les établissements de cure s'est, en effet, élevé à 30,7 millions, soit 2,5% de plus qu'en 2003, dernière année de comparaison, a indiqué lundi l'Office fédéral de la statistique. Si la demande indigène a reculé de 2% à 13,7 millions de nuitées, la demande étrangère a

fait un bond de 6,4% à 17 millions de nuitées. Le mois de novembre, qui a été qualifié de «très bon», est représentatif de l'évolution annuelle. Ainsi, la clientèle suisse a été à l'origine de 743 431 nuitées, ce qui représente une baisse de 0,5% par rapport à novembre 2003. Les hôtes étrangers, de leur côté, ont généré 803 724 nuitées, soit une progression de 6,1%. Parmi ceux-ci, ce sont les Allemands qui ont été les plus nombreux avec 202 000 nuitées (+17,4%). MH

En progression

■ **Foire des vacances de Berne.** Première manifestation de ce type de l'année, la Foire des vacances et du bien-être de Berne, qui s'est tenue de jeudi à dimanche dernier, a enregistré 43 952 visiteurs, soit 1,7% de plus qu'en 2005. Cinq cent trente-trois exposants étaient présents. La foire de Berne sera suivie par les foires de Zurich (jeudi 26 à dimanche 29 janvier), de Genève (3 au 5 février), de Saint-Gall (10 au 12 février) et de Bâle (17 au 19 février). MH

OTV: première représentation pour Miss Suisse

■ **OTV.** Mandatée par l'Office du tourisme du canton de Vaud (OTV) pour représenter le tourisme vaudois aux événements clés de l'année touristique 2006, Miss Suisse 2005 a fait sa première apparition à Château-d'Ex. Le week-end dernier, en effet, Lauriane Gilliéron a ouvert officiellement le 28e Festival international de ballons et inauguré le nouveau ballon «Château-d'Ex», dont elle est la marraine. Cet été, Miss Suisse sera notamment présente au Festival d'opéra d'Avenches. MH



Montreux

Un nouveau chef de cuisine au Montreux-Palace

■ **Le Raffles Montreux-Palace** a engagé un nouveau chef de cuisine en la personne de Laurent Vogel qui a succédé à la mi-janvier à Daniel Romy.

Jean-Jacques Ethnoz

C'est un Alsacien globe-trotter, Laurent Vogel, qui est désormais à la tête des cuisines du Raffles Montreux-Palace. Né à Munster il y a 40 ans, formé à Paris, il s'est très vite expatrié, vers Tahiti d'abord, puis dans toute la zone Pacifique ainsi qu'à l'Intercontinental d'Abu Dhabi où il a été chef exécutif. Son dernier challenge avant de rejoindre Montreux fut de superviser, de la conception à la réalisation, l'ouverture d'un hôtel-casino à Macao.



■ **Laurent Vogel** est désormais à la tête des cuisines du Raffles Montreux-Palace. Photo: Jean-Jacques Ethnoz

Sa cuisine, ce disciple de Gaignière et de Lacombe la veut simple, classique, ses expériences exotiques lui permettant de l'enrichir de subtiles saveurs asiatiques. Il prévient cependant: «Pas de fusion-confusion, juste un rehaussement, de quoi mettre en bouche tout en gardant les caractéristiques des produits», qu'il voudra essentiellement saisonniers et locaux. Son objectif est de consolider les cartes actuelles de l'établissement et, avec le temps, les modifier quelque peu, les adapter tout en sachant bien que réorienter les cartes banquettes exige quelques mois de travail. Son ambition est de continuer de s'amuser, d'inventer et de faire plaisir.

A Montreux, il est à la tête d'une brigade d'une cinquantaine de personnes à qui, pour l'anecdote, il demandera de prononcer son nom à la française (Wojel) tout en étant bien conscient que très vite la prononciation germanophone gardera le dessus.



■ **Villars.** «Les enfants adorent se faire photographier sur les pistes de ski avec le renard. Les mascottes plaisent en outre beaucoup à nos hôtes scandinaves», relève Guy Chanel, le responsable du marketing de Villars Tourisme. Photo: Studio-Patrick

Animation sur les pistes de ski

Le grand retour des mascottes

■ **Jouer la carte des mascottes** incitera-t-il les enfants d'aujourd'hui à s'adonner aux joies du ski comme le faisaient leurs parents il y a trente ans? On l'ignore, mais les écoles suisses de ski, Villars et Crans-Montana tentent l'expérience en ressortant leurs peluches géantes.

Laurent Missbauer

«Il y a eu, ces dernières années, une grosse prise de conscience dans les stations face à la nette régression des skieurs en bas âge», relève Guy Chanel, le responsable marketing de Villars Tourisme. «Cette prise de conscience a notamment débouché dans les Alpes vaudoises par la gratuité, à partir de cet hiver, de l'abonnement de ski à tous les enfants de moins de neuf ans, une mesure qui poursuit les efforts déjà entrepris par les écoles suisses de ski qui, elles aussi, ont décidé d'accorder davantage d'importance aux enfants, notamment en lançant Snowli, leur nouvelle mascotte géante.»

Les mascottes tablent sur l'effet nostalgique des parents

Présenté il y a un peu plus de deux ans, Snowli est un extra-terrestre qui, sous une tête de lapin, dispose notamment d'un derrière de kangourou – pour amortir les chutes – et d'une queue de serpent qui lui permet de glisser et de slalomer avec aisance sur la neige. De quoi inciter les enfants à s'adonner aux joies du ski comme le faisaient leurs parents il y a vingt ou trente ans avec

Tobi, la mascotte de Toblerone. «C'est un peu cette nostalgie des anciennes mascottes qui nous a incité à remettre au goût du jour notre marmotte Bibi», relève Jörg Romang, responsable du département communication et partenaires à Crans-Montana Tourisme. «Nos hôtes âgés d'une quarantaine d'années avaient en effet gardé un souvenir ému de Bibi et regrettaient que rien de similaire n'était proposé à leurs enfants. Aujourd'hui, c'est chose faite et Bibi n'anime pas seulement les pistes de ski, mais dispose également de son propre parc avec snowtubing, piste de luge et, depuis cet hiver, une youрте et une tyrolienne.»

Bibi a même son propre site Internet*. «Avec ce concept, nous voulons que nos familles se sentent à l'aise et

sachent où trouver les endroits stratégiques pour distraire leurs enfants», précise David Crettol, responsable du département sport et culture de Crans-Montana Tourisme.

Guy Chanel confirme pour sa part le succès que les mascottes en forme de renard ou d'écureuil rencontrent sur les pistes de Villars. «Les enfants adorent se faire photographier avec le renard, qui a toujours été présent dans la station et qui figure encore sur l'emblème du Golf Club de Villars. Les mascottes plaisent en outre beaucoup à nos hôtes scandinaves, habitués à skier chez eux entourés de peluches géantes de vikings ou d'ours polaires», conclut le responsable du marketing de Villars Tourisme.

* www.bibiworld.ch



■ **Crans-Montana.** Bibi, la marmotte de Crans-Montana, dispose de son propre parc avec «snowtubing», piste de luge et tyrolienne. Photo: Crans-Montana Tourisme

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

■ **Les hôteliers autrichiens veulent une meilleure promotion.** Réunie en assemblée générale la semaine passée, l'Association hôtelière autrichienne veut qu'Autriche Tourisme effectue une meilleure promotion dans les marchés émergents asiatiques. Or 61% des investissements actuels sont effectués dans les pays germanophones contre seulement 3,4% en Asie. Les hôteliers autrichiens souffrent actuellement de leur trop forte dépendance du marché émetteur allemand, un marché qui est actuellement en proie à une importante crise économique. Les marchés italiens, espagnols et français devraient eux aussi faire l'objet d'une meilleure considération. Page 4

■ **Bâle Tourisme à la recherche de bienfaiteurs.** Ce qui est courant pour les associations humanitaires – à savoir récolter des fonds auprès de bienfaiteurs – l'est moins pour les offices du tourisme. Cela pourrait cependant changer. Un séminaire a récemment indiqué ce qu'il fallait faire pour qu'une telle recherche soit couronnée de succès. Bâle Tourisme, par exemple, espère encaisser prochainement 25 000 francs auprès de bienfaiteurs. Quelque 3 200 lettres ont ainsi été adressées la semaine passée à des directeurs d'entreprises non touristiques. Elles ont notamment expliqué que le canton avait réduit de 7% son aide financière à Bâle Tourisme, ce qui correspond à une diminution de 150 000 francs. Page 16

IMPRESSUM

hotel-tourismus revue

Fondé en 1992

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

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

Responsables des médias:
Christian Santschi.

Rédaction:
Rédactrice en chef: Marietta Dedual (MD).
Responsable du Cahier Français et rédacteur en chef adjoint: Miroslav Halaba (MH).
Rédacteur: Laurent Missbauer (LM).
Correspondants: Jean-Jacques Ethnoz (JJE), Vevey; Danielle Emery Mayor (DEM), Valais; Valérie Marchand (VM), La Chaux-de-Fonds; José Seydoux (JS), Fribourg; Véronique Tanerg (VT), Genève; Pierre Thomas (PT), Lausanne; Geneviève Zuber (GZ), Valais.

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

Impression:
Büchler Grafino AG, Druckzentrum Berne

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

Prix de vente: (TVA inclus)
Vente au numéro Fr. 4,30.
Abonnement 1 an Fr. 145.-

ISSN: 1424-0440

Contacts:
Adresse: Mombijoustrasse 130, case postale, 3001 Berne.

Rédaction: (Lettres de lecteurs, les gens etc.)
Tél. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24,
E-Mail: redaktion@htr.ch

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

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

Internet: www.htr.ch

stellen revue

marché de l'emploi



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

hotel+tourismus revue

AG
ACTIVE GASTRO ENG

Designer Stücke!

www.activegastro.ch

Active Gastro Eng GmbH,
Postfach, 8048 Zürich

SWISS INTERNATIONAL HOTELS

www.sih.ch

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

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

BLITZENSTRASSE 39 · CH-8008 ZÜRICH · PHONE +41 (0)44 457 14 50

INCONTRO
ARBEITSVERMITTLUNG NACH MASS

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

www.incontro-ag.ch

INCONTRO AG
Holbeinstrasse 20, 8008 Zürich
043 321 70 70

www.gastrojob.ch

Grösstes Stellenangebot – top aktuell im Internet

Gastro ob
Beratung Selektion Vermittlung

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

INHALT / SOMMAIRE

Kaderstellen	2
Deutsche Schweiz	2 – 9
Swizzera italiana	10
International	10
Stellengesuche	10
Suisse romande	10
Marché international	10
Demandes d'emploi	10

Victoria Jungfrau
VICTORIA-JUNGFRAU GRAND HOTEL & SPA INTERLAKEN

In Zusammenhang mit dem Aufbau einer neuen Führung – innerhalb welcher Herr Emanuel Berger die Direktion des VICTORIA-JUNGFRAU Grand Hotel & Spa in Interlaken abgibt und neu als Delegierter die Führung der gesamten Gruppe übernimmt – suchen wir:

Direktionsehepaar
bzw. Direktor/in

zur selbständigen Führung des Hotels VICTORIA-JUNGFRAU Grand Hotel & Spa

Eintritt nach Vereinbarung

Ihre Unterlagen wollen Sie bitte senden an:
BDO Visura, z.Hd. Herrn Christian Waser, Partner, Landenbergstrasse 34, Postfach, 6002 Luzern

Diskretion bleibt gewahrt. Wir danken zum voraus für Ihr Interesse.

DAVOS TOURISMUS

Sind Sie kommunikativ und selbstsicher im Auftritt? Wollen Sie die grösste europäische Feriendestination der Alpen repräsentieren? Dann sollten wir miteinander reden. Ziel der Stelle: Schaffung eines positiven Meinungsklimas durch gute Öffentlichkeitsarbeit und Intensivierung der Präsenz in den Medien. Wer könnte das besser als Sie, eine begeisterungsfähige PR-Persönlichkeit, spritzig, kompetent und mit guter Ausstrahlung.

PR-/Medienprofi

Hauptaufgaben: Starke Kommunikation nach innen und aussen, Verfassung attraktiver Beiträge, Organisation von Pressekonferenzen, Medien-Unterstützung bei wichtigen Anlässen, Pflege der Kontakte zu Medienvertretern, Betreuung der Medienreisenden vor Ort sowie die Verantwortung für die gesamte PR- & Öffentlichkeitsarbeit. Idealprofil: PR-Fachfrau/-mann mit gutem Beziehungsnetz zur Presse, hohem Grad an Eigenmotivation, organisatorisch stark und in Englisch verhandlungssicher; Tourismuserefahrung erleichtert Ihnen den Einstieg.

Optimal für den Erstkontakt: Lebenslauf vorab via E-Mail einsenden oder ganz einfach anrufen. Infoline 044 802 12 00. Ausserhalb der Bürozeiten - auch samstags - 079 402 53 00 - Wir freuen uns auf Sie und das Gespräch mit Ihnen. Ihr Ansprechpartner: *Ralf-Ansgar Schäfer*

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

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

POWERSEARCH®
MANAGEMENT CONSULTING

Exklusive Küche in traditionellem Gasthaus

Unsere Kundin ist ein sympathisches Gasthaus mit exquisiten, wohlschmeckender und saisonalen Küche für den verwöhnten Gourmet und integriertem gediegenen Hotelbetrieb an ruhiger Lage im **Grossraum Zürichsee**. Als

Kreativ-Koch

und **Sous-chef** führen Sie eine kleinere Küchenequipe mit Lehrlingen von der Personal- und Einsatzplanung bis zur umfassenden Aus- und Weiterbildung. Sie gestalten das saison- und marktgerechte Angebot der poetischen Menükarte mit. Ihre Kreativität brilliert auch an Kochkursen. Die Vertretung des Patrons, Kundenberatung für Geschäftsanlässe und Familienfeste, Einkauf von A-Z sowie Ihre häufige Präsenz an der Front runden das vielseitige und ausbaufähige Aufgabengebiet ab. Die vielen Stammgäste schätzen Ihr ausgesprochenes **Flair für Qualität und Kreativität**. Eine fundierte Aus- und Weiterbildung (evtl. Gastronomiekoch) und verschiedene Erfahrungen in ähnlichen Aufgaben und Häusern sind ideale Voraussetzungen. Deutsch und evtl. mündliche Fremdsprachenkenntnisse sind erwünscht. Mit Humor, Kommunikationsfähigkeit, Sinn für Organisation und Hygiene sowie Belastbarkeit in hektischen Zeiten erfüllen Sie weitere Kriterien. Das interessante Anstellungspaket umfasst geregelte Arbeitszeiten (auch freie Wochenende), zeitgemässe Gehaltspolitik und die tatkräftige Unterstützung bei notwendiger Wohnungssuche. In modern eingerichteter Küche erwartet Sie ein aufgestelltes Team in kollegialer Atmosphäre. Wir freuen uns auf den ersten Kontakt und ...

....erwartet Ihr vollständiges Bewerbungsdossier mit handschriftlichem Begleitbrief und Foto.

POWERSEARCH® Management Consulting Andreas Malär
Seegartenstrasse 2 / CH-8008 Zürich / Tel. +41 44 380 55 50
E-Mail: a-malaer@powersearch.ch / www.powersearch.ch

Rekrutierung von Fach- und Führungskräften

Für einen unkonventionellen, dynamischen Familienhaushalt an der Goldküste Zürichs suchen wir per April 2006 ein jüngeres, motiviertes, sehr flexibles, diskretes, initiatives, selbständiges und gut Englisch sprechendes

Hauswirtschaftspaar
mit besten Referenzen und Erfahrung

Aufgaben: Allgemeine Pflege des grossen Haushaltes, Betreuung des Anwesens mit mehreren Gebäuden (Gärtner vorhanden) und der Haustechnik, Lingerie, einfache Küche bei Abwesenheit des Kochs, Service und Chauffieren.

Nichtraucher werden bevorzugt, der Fahrausweis ist unerlässlich.

Geboten werden Ihnen eine selbständige und abwechslungsreiche Tätigkeit in einem interessanten, spannenden und fröhlichen Arbeitsumfeld, eine eigene Wohnung mit 3 Schlafzimmern in einem separaten Haus auf dem Grundstück und ein ansprechendes Gehalt.

Interessiert? Bitte rufen Sie uns an.

Bonne ménagère
VERMITTLUNG VON HAUSPERSONAL
Forchstrasse 432 8702 Zollikon Tel. 044 396 22 96 www.hauspersonal.ch

www.adecco.ch

Making people successful in a changing world

0848 654 321

Adecco
HOTEL & EVENT

STEIGENBERGER

BELLERIVE AU LAC

ZÜRICH

Wir sind das kleine, elegante Vier-Sterne-Stadthotel mit Charme und dem gewissen Etwas - überschaubar, individuell und stilvoll.

Für unseren Restaurationsbereich suchen wir per 1. Mai 2006 oder nach Vereinbarung einen

Kreativen und innovativen Küchenchef

Anforderungen:
Sie verfügen über eine fundierte Ausbildung und mindestens zwei Jahre Erfahrung als Küchenchef in der Luxus-Hotellerie oder in der gehobenen Gastronomie. Sie bringen ein hohes Mass an Qualitätsbewusstsein mit und sind ein überzeugter Teamplayer. Ausserdem sind Sie ein Koordinationstalent und eine konsensfähige Führungskraft.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann zögern Sie nicht und senden uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto. Frau Nathalie Egli-Grisoni, die Direktorin des Hauses, freut sich über Ihre Bewerbung.

Steigenberger Hotel Bellerive au Lac, Utoquai 47, 8008 Zürich
Tel. 044 254 4000 E-Mail: negli-grisoni@steigenberger.ch

169470

AGLIO E OLIO

Autentica Cucina Italiana

Für unser neues Restaurant in Appenzell (Speicher) Ostschweiz ab Juni 2006. Suchen wir Sie m/w:

Entremetier

Gardemanger mit Erfahrung in der gehobenen Gastronomie

AGLIO E OLIO
z.Hd. Oliver Som
Tel. 0041-79-632 24 28
oliver.som@bluewin.ch
Konstanzerstrasse 34
CH-8230 Kreuzlingen

169479

AGLIO E OLIO

Autentica Cucina Italiana

Wir suchen für unser bestehendes Restaurant ab Mitte März 2006:

Servicefachangestellte mit Weininteresse und der Bereitschaft Verantwortung zu übernehmen

Für unser neues Restaurant in Appenzell (Speicher) Ostschweiz ab Juni 2006. Suchen wir Sie m/w:

Chef de Service mit fundiertem Weinwissen

Chef de Rang

Commis de Rang

AGLIO E OLIO
z.Hd. Roland Vitzthum
Tel. 0041-78-894 55 68
roland_vitzthum@yahoo.de
Konstanzerstrasse 34
CH-8230 Kreuzlingen

169480



CASINO KURSAAL
INTERLAKEN

Das Casino Kursaal Interlaken ist das führende Bankett- und Kongresszentrum in der Schweiz. Verschiedene Gastronomiebetriebe mit Restaurants und einem Spielcasino sind unserem Unternehmen angegliedert. Als erster Betrieb dieser Art sind wir gemäss ISO 9001 und Q-Gütesiegel zertifiziert. Als Ergänzung für unsere Verkauf- und Marketingabteilung suchen wir eine/n

Sales Manager/in

Die Aufgaben

- Planen und Durchführen von Verkaufsaktivitäten
- Selbständige Akquisition und Kontaktpflege bei Kunden durch persönliche Besuche, Messepräsenz und an Roadshows
- Erstellen von Offerten und Konzepten und deren Präsentation beim Kunden
- Gestalten und Durchführen von Kunden-Events in unserem Haus
- Ausarbeiten der Verkaufs- und Marketingunterlagen
- Mitarbeit bei der Erarbeitung des Marketingplans

Ihr Profil

- Sie suchen eine längerfristige Herausforderung im Event- und Kongressgeschäft
- Haben eine fundierte Ausbildung im Bereich Marketing (Bsp. Marketingplaner)
- Idealerweise zwischen 22 und 32 Jahre alt
- Haben mindestens 2 Jahre Berufserfahrung im Event- und/oder Kongressgeschäft als Sales-, Projekt- oder Kongressmanager
- Verfügen über sehr gute Sprachkenntnisse in Deutsch und Englisch sowie gute Kenntnisse der französischen Sprache in Wort und Schrift.
- Sie sind interessiert daran ein Netzwerk innerhalb der Branche zu knüpfen und betrachten dies als ein mehrjähriges Engagement

Wir bieten

- Ein abwechslungsreicher und vielfältiger Tätigkeitsbereich in einer wachsenden Unternehmung
- Einen nächsten Schritt in Ihrer Karriereleiter mit Aufstiegsmöglichkeiten

Nehmen Sie die Herausforderung an! Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung:

André Burri
Vizedirektor, Leiter Verkauf und Marketing
Casino Kursaal Interlaken
Strandbadstrasse 44
3800 Interlaken
Telefon 033 827 61 00

169450



Engadin / St. Moritz

Nach einer langjährigen Zusammenarbeit nimmt unser Küchenchef eine neue Herausforderung an. Daher suchen wir auf die kommende Sommersaison (Eintritt Mai 2006 oder nach Übereinkunft) einen:

Küchenchef

Als fundiert ausgebildeter Fachmann mit entsprechender Erfahrung in der gehobenen Gastronomie verwöhnen Sie unsere anspruchsvollen Gäste mit einer Küche von höchster Qualität und marktfrischen Produkten. Sie leiten und motivieren ein mittelgrosses, dynamisches Team und es macht Ihnen Spass, Lernende auszubilden. Als selbständige, belastbare und innovative Persönlichkeit sind Sie unter anderem zuständig für die Angebotsgestaltung, den Einkauf, die Kostenkontrolle sowie den Personaleinsatz Ihres Bereiches.

Wir bieten Ihnen eine Jahresstelle, mit vielseitigen und interessanten Aufgaben in einem jungen Führungsteam. Gerne stellen wir Ihnen unser Haus und Ihren neuen Wirkungskreis persönlich vor. Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen und erwarten gerne Ihren Anruf oder Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

HOTEL SCHWEIZERHOF
Bernadette & Stephan Hinny, Direktion
CH-7504 Pontresina - Schweiz
Tel. +41 (0)81 839 3434, Fax. +41 (0)81 839 34 35
hotel@schweizerhofpontresina.ch
www.schweizerhofpontresina.ch

169490



Restaurantsbetriebe, Diavolezza - Lagalb, D. Kern, Betriebsleiter Gastronomie,
7504 Pontresina, Tel. 081 842 62 05 / Fax: 081 842 61 58
E-Mail: gastronomie@diavolezza.ch

top of...

WILLKOMMEN BEI DEN OBEREN DREITAUSEND

Unser Berghaus liegt auf 2978 m ü. M. und ist ein Betrieb der Diavolezza Bahn AG. In unserem Berghaus bieten wir 180 Betten an. Der F&B-Bereich umfasst unsere 4 Restaurants und unsere Schneebär.

SIE HABEN GLÜCK... ES GIBT NOCH FREIE STELLEN!!

Zur Ergänzung unseres jungen Teams suchen wir ab sofort bis Ende April 2006

- Küche:** Officemitarbeiter m/w
Hilfskoch m/w
- Lingerie, Buffet:** Buffetdame
- Service:** Servicemitarbeiter m/w
(nur mit Erfahrung)

Meistens arbeiten Sie tagsüber von 8.00-17.00 Uhr. Wenn Sie diese Gelegenheit nicht verpassen wollen - rufen Sie uns einfach an oder schicken Sie uns Ihre Bewerbung.

Berghaus Diavolezza
D. Kern, Betriebsleiter Gastronomie
7504 Pontresina/Engadin
Info unter: www.diavolezza.ch
Tel. 0041 (0) 81 842 62 05 Fax: 0041 (0) 81 842 61 58

169486



Haben Sie heute schon gekündigt?

Das attraktive Restaurant Bloom mit gediegener Bar Lounge gehört zum Park Hotel Winterthur, dem führenden Businesshotel in der Region. Zur Unterstützung unseres professionellen Teams suchen wir aufgestellte

Service-mitarbeiter/in

Ihr vielfältiges Aufgabengebiet umfasst die Betreuung unserer Gäste im gesamten Restaurationsbereich mit à la carte- und Bankettservice und regelmässigen Einsätzen an unserer Bar.

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 flexibel, zuverlässig, arbeiten selbständig und haben eine Servicefachlehre absolviert, Weinkenntnisse und Bar-Erfahrung von Vorteil. Sie haben eine gepflegte Erscheinung, vorbildliche Umgangsformen und als Ergänzung zu Ihrer deutschen Muttersprache beherrschen Sie Englisch. Eine zuvorkommende Gästebetreuung und -beratung liegt Ihnen genau so am Herzen wie uns.

Wir freuen uns, Sie schon bald kennen zu lernen!



Andi Gabis
Martin Studer, Hoteller
martin.studer@phwin.ch



Bitte richten Sie Ihre Bewerbung mit Foto an: Eva Heller,
Vizedirektorin, eva.heller@phwin.ch
Park Hotel Winterthur
Stadthausstrasse 4, 8402 Winterthur
052 265 02 65, www.phwin.ch

169475

Die Arbeitsgruppe „Pro Sonne“ sucht für den bekannten

Gasthof Sonne in Hüttwilen TG

gut ausgewiesene und fachkundige

Wirtsleute

welche das bekannte Restaurant kaufen oder pachten und im traditionellen Sinn als Dorfwirtschaft und Gourmetrestaurant weiterführen. Die Arbeitsgruppe hat sich zur Aufgabe gestellt, Interessenten eine gute finanzielle Startbasis zu verschaffen.

Vor der Wiedereröffnung ist eine umfassende Renovation des Hauses nötig, an deren Gestaltung die Übernehmer bereits mitwirken könnten.

Interessenten melden sich bitte bei:
Peter Schmid, Kawazen 13, 8536 Hüttwilen
Tel. 052 747 12 38/Fax 052 747 29 38
E-mail: p.w.schmid@gmx.ch
oder
Hugo E. Götz, im Wuli 1, 8536 Hüttwilen
Tel. 052 345 28 54
E-mail: hugo.goetz@greenmail.ch

169489



HOTEL MONOPOL LUZERN

Für unser ****Hotel MONOPOL direkt beim Bahnhof + KKL, das à-la-carte Restaurant AIDA, Snackrestaurant Bistretto sowie den Bankett-, Seminar-, Gruppenbereich suchen wir **junge dynamische Mitarbeitende:**

Chef/in de Réception 100 % (ca. Mitte April 06 oder nach Vereinbarung)

- Erfahrung als Chef de Réception oder stv. Chef de Réception
- Fidelio-Kenntnisse, PC-Erfahrung, gute Fachausbildung
- Erfahrungen mit Gruppenreservierungen sind von Vorteil
- Betriebswirtschaftliches Handeln, Qualitätsicherung
- Führungspersönlichkeit mit Durchsetzungsvermögen
- Organisationstalent, Eigeninitiative, Herzlichkeit
- Flexibel, ausdauernd, belastbar, verantwortungsbewusst, selbständig, gästeorientiert, kreativ, selbstsicher, menschlich und an einem längeren Engagement interessiert

Chef de Rang w/m 100 % (stv. Chef de Service, Eintritt nach Vereinbarung)

- Servicelehre mit 1 - 3 Jahren praktischer Erfahrung
- Zuvorkommende/ Gastgeber/in (aktiv servieren)
- Gute Umgangsformen, gepflegte Erscheinung, Eigeninitiative
- Selbständig, ausdauernd, belastbar, verantwortungsbewusst, flexibel, gästeorientiert, kommunikativ, selbstsicher, herzlich

Sales + Marketing Mitarbeiter/in (50 % Pensum, ausbaubar bis ca. 100 %)

- Hotelfachausbildung mit Weiterbildung in Sales + Marketing
- Verkaufsfähigkeit am Telefon/per Mail, externe/interne Akquisition
- Erfahrung in der Gewinnung von Neukunden
- Gute Umgangsformen, gepflegtes Auftreten, Eigeninitiative
- Verhandlungssicher, proaktiv, innovativ, kreativ, flexibel, einsetz- und kontaktfreudig, selbständig, kommunikativ
- Praktische Erfahrungen für das selbständige Aufbauen der neuen Sales + Marketing Abteilung

Vollständige Bewerbung inkl. Foto bitte per Post schicken:
Hotel MONOPOL, Frau Brigitte Heller (Direktorin)
Pilatusstrasse 1, 6002 Luzern, Tel. 041 / 226 43 43

169488



HOTEL ZUM STORCHEN

Sind Sie auf der Suche nach einer neuen Herausforderung? Dann sind Sie bei uns goldrichtig!

Wir sind ein traditionelles ****Hotel im Herzen der Stadt Zürich und suchen per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Leiter Administration / Personalchef m/w

In dieser Funktion sind Sie verantwortlich für die Organisation, Koordination und Kontrolle des gesamten administrativen Bereiches. Ebenso sind Sie zuständig für alle HR-Aufgaben: Rekrutierung, Betreuung der Mitarbeitenden, Personaladministration, Lohnbuchhaltung etc.

Wir suchen eine motivierte, aufgeschlossene Persönlichkeit, die über eine abgeschlossene Hotelfachschule verfügt, gute Erfahrungen im Personalwesen sammelte und bereits Sprachkenntnisse hat. Idealerweise bis 35 Jahre.

Sind Sie interessiert? Dann senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an Herrn Jörg Arnold, Vizedirektor.

weitere Stellen unter www.storchen.ch

HOTEL ZUM STORCHEN
Am Weinplatz 2, 8001 Zürich
044/227 27 27
arnold@storchen.ch

169471



Wir sind ein kleiner Landgasthof mit vielen internationalen Passantengästen. Für die kommende Sommersaison bis ca. Ende Oktober 2006 suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung:

**Chef de Service (50%)
Koch / Entremetier
Servicefachangestellte
Service-Aushilfen für Samstag/
Sonntag/Ferienzeit
Hausmädchen (50%)**

Es erwartet Sie eine interessante, vielseitige und herausfordernde Aufgabe in jungem, aufgestellten Team. Bitte schicken Sie Ihre Zeugnisse der letzten 3 Jahre und Ihre vollständigen Unterlagen mit Foto an Frau A. Etienne.

HOTEL KAISERSTUHL 169435
BRÜNINGSTRASSE 232 · CH-6078 KAISERSTUHL OW
FON 041 678 11 89 · FAX 041 678 17 16



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

Für unser Pilotprojekt «Gästepflege (Stationshotellerie)» suchen wir nach Vereinbarung ein Team mit flexiblen Arbeitspensens 1x40%, 2x50-70% und 1x80-100%, welches auf den Bettenabteilungen den Servicegedanken unserer Klinik professionell und auf gehobenem Standard repräsentiert. Ihre Ausbildung als

**HOTELFACHASSISTENT/IN
UND/ODER ALS
SERVICEFACHFRAU/-MANN**

sowie Ihre mehrjährige Berufserfahrung bilden das Fundament für Ihre vielseitigen Aufgaben, welche Sie dank Ihren guten Umgangsformen, Ihrem kundenorientierten Denken und Handeln sowie Ihrem gepflegten Auftreten zu einer gewinnbringenden Dienstleistung formen werden. Der bewusste Umgang mit kranken Menschen lässt Sie sensibel auf deren Bedürfnisse reagieren. Vorbildlich und flexibel empfangen und verabschieden Sie unsere Gäste, beraten sie im Gastronomiebereich und erbringen entsprechende gastronomische Serviceleistungen, verrichten spezifische Tätigkeiten im Bereich des Zimmers inkl. Badezimmer, erledigen Pagengänge und kleinere administrative Aufgaben.

Vielleicht sind Sie ein Teil dieses wertvollen Teams. Wir freuen uns auf Ihre Unterlagen mit Foto auf dem Postweg.

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an:

Hirslanden Klinik Aarau Frau Ursula Bopp
Personalleiterin Schänisweg 5001 Aarau
T 062 836 75 20 F 062 836 75 42 www.hirslanden.ch



Chef Pâtissier w|m

Das charmante 4-Stern-Hotel mit zwei Restaurants im Herzen der Luzerner Altstadt, sucht einen kreativen, dynamischen, motivierten und teamorientierten Chef Pâtissier. Eine abwechslungsreiche und vielseitige Aufgabe an einem modernen Arbeitsplatz wartet auf Sie! Interessiert? Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

WILDEN MANN LUZERN
ROMANTIK HOTEL UND RESTAURANTS

Romantik Hotel Wilden Mann | Arno Affolter, Direktor
Bahnhofstrasse 30 | 6000 Luzern 7 | Tel. 041 210 16 66
www.wilden-mann.ch

AUGENBLICK 'MAL!



Wir suchen für die ArabellaSheraton Hotels in der Schweiz mit Sitz in Davos eine(n):

Reservierungsleiter(in)

Diese Hotels sind Teil unseres Joint Ventures Partners Starwood & Resorts Worldwide mit über 800 Hotels.

Ihr Aufgabengebiet liegt u.a. in folgenden Punkten:

- Koordination und Leitung der zentralen Reservierungsabteilungen in Davos
- Überwachung aller Reservierungsvorgänge (Individual- und Gruppenbuchungen), Verwaltung und tägliche Kontrolle von Kontingenten sowie die Dokumentation von Realisierungsquoten
- Ausarbeitung von Arrangements in deutscher und englischer Sprache
- Entwurf, Übersetzung und Kontrolle von Korrespondenz in Deutsch und Englisch
- Stammdatenverwaltung (Aufsetzen von Raten und Packages)
- Schnittstelle zwischen Reservierung und Front Office
- Schulung der Reservationsmitarbeiter
- Teilnahme an Yield- und Revenuem Meetings

Anforderungsprofil:

- Sie haben bereits Berufs- und Führungserfahrung sowie Kenntnisse in Fidelio FO und/oder Opera, sprechen die englische Sprache und sind mit CRS, GDS und den branchenspezifischen Vertriebskanälen vertraut.

- Sie verfügen über eine abgeschlossene Berufsausbildung im Hotelfach und haben bereits mindestens 2 Jahre Berufserfahrung als Reservierungsleiter/in in der gehobenen Hotellerie (Kettenerfahrung ist gewünscht).
- Sie sind eine kompetente und führungs- erfahrene Persönlichkeit mit einem sicheren Auftreten und zeichnen sich durch verkauf- und gastorientiertes Denken aus.

Wir bieten eine interessante und verantwortungsvolle Tätigkeit in einem jungen und motivierten Team, regelmässige Schulungen, ein angenehmes Betriebsklima, leistungs- bezogene Gehaltserhöhungen und gute Karriere-möglichkeiten

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung:



ArabellaSheraton

HOTELS & RESORTS

Arabella Hotelbetriebe AG
Frau Helga Christian

Scalettastrasse 21
Postfach 96, 7270 Davos Platz
Tel. +41 (0)81 417 56 89
Fax +41 (0)81 417 56 90

E-Mail:
helga.christian@arabellasheraton.com

Die ArabellaSheraton Hotels und Resorts Davos bieten mit ihren drei Häusern ein Bett für jeden Gast: Wellness und Eleganz im ArabellaSheraton Hotel Seehof, Tagen und Urlauben im ArabellaSheraton Hotel Derby, familienorientierte Gastlichkeit und ausgezeichnete Küche im ArabellaSheraton Hotel Waldhaus.



Ein Joint Venture der Schärghuber Unternehmensgruppe und Starwood Hotels & Resorts



Die Appenzellerland Tourismus AG ist die zentrale Marketingstelle der touristischen Organisationen beider Appenzeller Halbkantone. Unsere Aufgabe ist es, aktives Destinationsmarketing zu betreiben, wobei wir sämtliche Mittel des Marketing-Mix anwenden.

Per Mai 2006 oder nach Vereinbarung suchen wir eine/n

Marketing-Assistenten/in (70 - 100%)

Wir bieten

- Einen abwechslungsreichen, herausfordernden und verantwortungsvollen Tätigkeitsbereich in einer aufstrebenden Ferienregion
- Einen modernen Arbeitsplatz in einem jungen, dynamischen und hochmotivierten Team
- Leistungsgerechte Bezahlung und gute Sozialleistungen

Ihre Hauptaufgaben

- PR-Aktivitäten entwickeln und durchführen
- Verkaufsförderungs- und Werbemassnahmen entwerfen und umsetzen
- Publikumsauftritte (Messen u.a.) planen und organisieren
- Internetauftritt unterhalten und pflegen
- Druckerzeugnisse erarbeiten und erstellen
- Partnerbetriebe der Appenzellerland Regionalmarketing AG betreuen

Ihr Profil

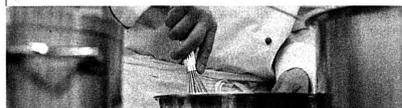
- Aus- / Weiterbildung im Bereich Marketing
- Erfahrung im Tourismus
- Gute Fremdsprachenkenntnisse (EF)
- Idealerweise zwischen 25 und 35 Jahren alt
- Unternehmerisch denkende, initiative und gewinnende Persönlichkeit
- Hohe Flexibilität und Belastbarkeit
- Exaktes und zielorientiertes Arbeiten

Bei Interesse an dieser Aufgabe, freuen wir uns auf Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen mit Foto bis spätestens am 3. Februar 2006.

Appenzellerland Tourismus AG
Piotr Caviezel, Schäffligasse 12, 9050 Appenzell
Tel. +41 (0)71 788 08 18
piotr.caviezel@appenzell.ch

www.appenzell.ch

SV
catering & services



SV Schweiz ist die nationale Marktleaderin in der Gemeinschaftsgastronomie und Teil der internationalen SV Group. Wir sind die Spezialistin im Business-, Care- und Event-Catering sowie im Hotelmanagement. Mit frischen Ideen bringen wir Genuss und Wohlbefinden in den Alltag unserer Gäste. Für das Geschäftsfeld **SV Care** suchen wir per **1. März 2006** oder nach Vereinbarung für das **Universitäts-Kinderspital beider Basel (UKBB)** am Standort **Römergasse** folgende Mitarbeiter/innen.

Das UKBB ist ein eigenständiges, universitäres Zentrum für Kinder- und Jugendmedizin sowie für Lehre und Forschung. Wir bieten eine ausgewogene und abwechslungsreiche Verpflegung an und steigern dadurch das Wohlbefinden der Patienten und Gäste. Wir bereiten täglich ca. 40 Mahlzeiten frisch in unserer Spitalküche für die Patienten zu. Für das Personalrestaurant produzieren wir von Montag bis Freitag ca. 80 bis 100 Mahlzeiten für die Mitarbeitenden und Gäste.

**Diätkoch/Sous-Chef,
100% (w/m)**

Ihr Profil

- abgeschlossene Kochlehre
- Diplom als Diätköchin/-koch
- Berufserfahrung in der Spitalverpflegung wird vorausgesetzt
- qualitäts- und kostenbewusst
- sehr hohe Belastbarkeit, Flexibilität und Einsatzbereitschaft
- Erfahrung in einer ähnlichen Position
- hohe Dienstleistungsbereitschaft

Koch, 60% (w/m)

Ihr Profil

- abgeschlossene Kochlehre
- Erfahrung in einer Spitalküche von Vorteil
- qualitäts- und kostenbewusst
- sehr hohe Belastbarkeit, Flexibilität und Einsatzbereitschaft
- hohe Dienstleistungsbereitschaft

Wir bieten

- permanente Aus- und Weiterbildung
- Entwicklungsmöglichkeiten
- überdurchschnittliche Sozialleistungen.

Ihre schriftliche Bewerbung (inkl. Foto) senden Sie bitte an:

SV (Schweiz) AG
Tanja Fleissner
Memphispark
Wallisellenstrasse 57
Postfach
CH-8600 Dübendorf 1



**☆☆☆
Aarauerhof**

Das Hotel Aarauerhof im Herzen von Aarau sucht

Sous Chef (w/m)

Sie unterstützen unser Küchen- Team und sind vertraut im Umgang mit europäischer und internationaler Küche sowie mit à la carte, Büffet und Bankett - Service.

**Réception-Mitarbeiter /
Praktikant (m/w)**

Wir stellen uns eine flexible und aufgestellte Persönlichkeit vor, welche ihre ersten Schritte an einer Réception macht.

Bitte senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung an:

Thomas Kistler, Direktion
Hotel Aarauerhof
Bahnhofstrasse 68, 5000 Aarau

Sommersaison 2006 in Zürich

Statt Kurortluft einmal die Atmosphäre einer internationalen Handelsmetropole schnuppern. Für unser am See, im schönsten Park der Stadt gelegenes und von Gästen aus aller Welt frequentiertes Haus, suchen wir für die Sommersaison 2006 (von Ende April bis Ende September) ausgewiesene Fachleute als:

Poissonier
Entremetier
Tournant
Demi chef de garde
Commis de cuisine

2. Chef de Service
 ♀ oder ♂, deutsch sprechend
Servicefachangestellte/r
 deutsch sprechend, mit Erfahrung im A-la-carte-Service und Direktinkasso.

Mitarbeiter/in am Selbstbedienungsbuffet
 mit Kochkenntnissen

Guter, leistungsorientierter Verdienst. Auf Wunsch Unterkunft im eigenen Personalhaus. Arbeitsbewilligungen für EU- und EFTA-Bürger erhältlich. Bewerben Sie sich für Ihren persönlich und beruflich erfolg- und abwechslungsreichen Sommer 2006 schriftlich oder telefonisch bei



Frau D. Hohl oder Herrn J.-P. Wältli.
H. & P. Hohl AG, Postfach, 8034 Zürich
 Tel. 044 422 25 21, Fax 044 422 25 58
 E-Mail restaurant@fischstube.ch, Internet www.fischstube.ch

Suchen Sie DIE Herausforderung?

Wir können Ihnen helfen - wir suchen: 169461

Chef de Service, Sous Chef, Pâtissier (w/m)

Wir freuen uns von Ihnen zu hören.



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

www.gastro-s.ch



Freixenet Alpes sucht zur Verstärkung des Schweizer Teams in der City von Zürich eine/n erfahrene/n

Bordeaux-Wein-Profi

Bei Ihrer zukünftigen Tätigkeit bearbeiten Sie aktiv den gesamten Schweizer Markt in den Sektoren Detailhandel, Gastronomie und Fachhandel. Sie akquirieren frontorientiert, beraten und überzeugen bestehende und potentielle Kunden, planen selbständig Verkaufstätigkeiten, bauen den Kundenstamm auf und aus und erreichen mit selbständigem und lösungsorientiertem Arbeiten herausragende Ergebnisse. Sie können somit den nationalen Erfolg entscheidend beeinflussen und lenken.

Für diese nicht alltägliche Position mit Pionier-Charakter erwarten wir eine Ausbildung im Bereich Önologie und langjährige Erfahrungen im Verkauf von Weinen, insbesondere im Bordeaux-Bereich. Sie besitzen ausgezeichnete Kenntnisse über den Markt der Crus Classés.

Sie verfügen neben Deutsch über gute Kenntnisse in Französisch und Englisch.

Sie sind dynamisch, verfügen über ein sicheres Auftreten und gute Kommunikationsfähigkeit. Selbstständigkeit, Eigeninitiative und Verantwortungsbewusstsein runden Ihr Profil ab. Wichtig ist auch Ihre kundenorientierte und professionelle Einstellung sowie hohe Lern- und Leistungsfähigkeit.

Es erwartet Sie eine sehr spannende und abwechslungsreiche Aufgabe mit exzellenten Produkten und der Unterstützung eines dynamischen und kreativen Teams im Back-Office.

Nutzen Sie Ihre Chance! Herr Ivo Gaube freut sich auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto inklusive Angaben zur Gehaltsvorstellung. Bei Fragen steht Herr Ivo Gaube Ihnen selbstverständlich gerne zur Verfügung.

Freixenet Alpes GmbH
 Flurstrasse 56, 8048 Zürich



Luxuriöses 5-Stern Hotel, 57 Zimmer und Suiten, à la carte Restaurant "Coelho" (14 GaultMillau), Gourmet-Restaurant "PRADO" (16 GaultMillau), Hotelbar mit Pianist, Jazz-Bar mit Live-Musik, Degustations-Weinkeller mit Camotzet, Privat-Kino und einem 2'500 m² grossen Wellnessbereich mit Hallenbad, Beauty Center und Coiffeur.

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

SPA - Réceptionistin ab März 06 (D/E/F)

Masseur/in

Réceptionist/in (D/E/F)

Chef de rang

Sommelier

Commis de rang

Commis de bar

Chef de partie

Commis de cuisine

Simone Schiske, Human Resources, freut sich über Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen (mit Foto).

Grand Hotel Bellevue *****
 CH-3780 Gstaad II Tel +41-(0)33-748 00 00 II Fax +41-(0)33-748 00 01
 hr@bellevue-gstaad.ch II www.bellevue-gstaad.ch 169461



PONTRESINA

Engadin / St. Moritz

Auf die kommende Sommersaison (Eintritt Mai 2006 oder nach Übereinkunft) suchen wir für unser Haus eine fröhliche und charmante Persönlichkeit als:

Chef de Réception m/w

Sie sind verantwortlich für den gesamten Front-Bereich mit Reservation, Administration, Gästebetreuung, Kassenführung und Debitorenbuchhaltung. Zudem führen und schulen Sie Ihre Mitarbeiter. Zu Ihrer Qualifikation gehören eine entsprechende Ausbildung und Erfahrung an der Rezeption, Sprachen wie D,F,E,I, Fidelio-Kenntnisse, Führungstalent, hohes Verantwortungsbewusstsein und Einsatzbereitschaft.

Wir bieten Ihnen eine attraktive Jahresstelle, mit vielseitigen und interessanten Aufgaben in einem jungen Führungsteam. Gerne stellen wir Ihnen unser Haus und Ihren neuen Wirkungskreis persönlich vor. Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen und erwarten gerne Ihren Anruf oder Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

HOTEL SCHWEIZERHOF
 Bernadette & Stephan Hiny, Direktion
 CH-7504 Pontresina - Schweiz
 Tel. +41 (0)81 839 3434, Fax. +41 (0)81 839 34 35
hotel@schweizerhofpontresina.ch
www.schweizerhofpontresina.ch



Sie lieben Ihren Beruf? Sie sind ein Teampoker? Kochen ist DIE Leidenschaft für Sie? Sie haben die Ausbildung zum Koch abgeschlossen? Dann lesen Sie weiter!

Für unser französisches Bistro-Restaurant mit einer modernen, marktfrischen Küche, suchen wir eine/n

Chef de Partie
Commis de Cuisine

Sie sind innovativ, wollen sich und Ihre Ideen einbringen, dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto und stehen Ihnen für Fragen gerne zur Verfügung.

Neugierig? Interessiert?
 Dann schauen Sie rein, unter www.casino-kursaal.ch

Wir freuen uns auf Sie

Jan Reimann Küchenchef Strandbadstrasse 44 3800 Interlaken 033 827 61 74	Daniel Kichenmann Food & Beverage Coordinator Strandbadstrasse 44 3800 Interlaken 033 827 61 73
--	---

169454

Für unser ****Ferienhotel mit 250 Betten direkt am Meer im Süden Mallorcas suchen wir per 1. April 2006 oder nach Vereinbarung



Direktionsassistentin
F&B-Manager/Cost-Controller

Aufgabenbereich

- Verantwortung für den Hausbereich resp. den Einkauf und Cost-Controlling
- tatkräftige Mithilfe in allen Abteilungen wie z. B. Rezeption, Hausbereich, Service, Inventur
- administrative Aufgaben
- Gästebetreuung

Anforderungen

- hotelspezifische Ausbildung
- mehrjährige Berufserfahrung in allen Hotelbereichen bzw. im Bereich Food and Beverage in der Hotellerie
- branchenübliche EDV-Kenntnisse (Fidelio/MS-Office/Micros)
- Servicebereitschaft und Kundenorientierung

Gute Sprachkenntnisse sind Voraussetzung sowie Englisch- und Spanischkenntnisse wünschenswert.

Ihren Lebenslauf nebst Foto und Gehaltswunsch senden Sie bitte per Post oder E-Mail an:

HOTEL TRES PLAYAS Kontaktstelle Schweiz Postfach CH-8501 Frauenfeld	Telefon 052 721 55 66 Telefax 052 721 17 39 E-Mail info@hoteltresplayas.com
---	---

169452

H · O · T · E · L · S · A · R · A · T · Z ·

Neue Akteure gesucht ...

Wir suchen sympathische Persönlichkeiten mit Führungserfahrung für die Nachfolge als

Human Resources Manager/in
 (Eintritt Mai 2006 oder nach Vereinbarung)

Hier sind Sie Teil eines jungen und dynamischen Führungsteams und wirken aktiv am zukünftigen Erfolg des Hotels Saratz mit. Sie sind eine loyale, unternehmerisch denkende und zuverlässige Persönlichkeit mit hoher Sozialkompetenz. Sie haben Freude daran, junge Menschen zu fördern und zu Höchstleistungen anzuspornen und betreuen die zahlreichen Führungsinstrumente, welche wir hierzu anwenden und die über den üblichen administrativen Bereich von der Rekrutierung bis zum Lohnwesen hinausgehen. Ihre Professionalität setzen Sie innerhalb der geschäftspolitischen Leitplanken mit grosser Selbstständigkeit, Eigenverantwortung und Weitsicht um. Gute Italienischkenntnisse sind ein «must».

Food & Beverage Manager/in
 (Eintritt April/Mai 2006 oder nach Vereinbarung)

Sie sind Teil eines jungen, dynamischen Führungsteams und verstehen es, Ihre rund 35 Mitarbeiter/innen zu motivieren und zu Höchstleistungen zu führen. Ihre Kreativität und Ihr Ideenreichtum werden mit Ihrer Controlling-Stärke ergänzt. Als Powerfrau oder -mann sind Sie es gewohnt mitanzupacken und leben den intensiven Kontakt mit unseren Gästen. Sie zeichnen sich durch Führungserfahrung, Loyalität und unternehmerisches Denken aus und überzeugen Ihr Umfeld menschlich wie auch fachlich. Ihr Fachwissen setzen Sie innerhalb der geschäftspolitischen Leitplanken mit grosser Selbstständigkeit, Eigenverantwortung und Weitsicht um.

Sind Sie bereits in einer ähnlichen Funktion tätig oder sind Sie bereit, den nächsten Schritt auf der Karriereleiter zu wagen?

Ich freue mich auf Ihre aussagekräftigen, schriftlichen Unterlagen mit Foto!
 Andrea Kessler, Human Resources Managerin

Hotel Saratz - 7504 Pontresina
 Tel. 081 839 4000 - Fax 081 839 4040
info@saratz.ch - www.saratz.ch



Saratz Golf Hotel
 PRIVATE SELECTION HOTELS

design hotels

Lindner Grand Hotel
BEAU RIVAGE
 Interlaken

Grande Dame -
 Zwischen Bergwelt und Tradition

Für unser traditionsreiches ****Hotel mit 101 Gästezimmern, einem A-la-carte-Restaurant mit Sommerterrasse, einem Halbpensionsrestaurant, einer Weinstube, einer Hotelbar, einem Ballsaal sowie diversen Seminar- und Banketträumlichkeiten suchen wir per sofort oder nach Übereinkunft in Jahresstelle

Mitarbeiterin Personaladministration, 70%

für die Erledigung der Personaladministration inkl. Lohnwesen

Verkaufsassistent/in D/E/F, 100%

zur Unterstützung unseres Verkaufsteams bei der Betreuung, dem Erhalt und dem Ausbau unseres Kundenstammes in der Schweiz und auf den internationalen Märkten.

Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen mit Foto.

****Lindner Grand Hotel Beau Rivage
 Marianne Brand, Leiterin Personalwesen
 Höhweg 211
 3800 Interlaken
 Tel. 033 826 70 07
marianne.brand@lindnerhotels.ch
 Lindner Hotels: Nicht nur Besser. Anders.

169451

HOSTELLERIE LINDENHOF

HAUS IM GRÜNEN - 3855 BRIENZ AM SEE

Das 3-Stern-Erlebnis-Hotel am Brienzsee mit 80 Betten, 2 Restaurants, grosse Seeterrasse, ideale Bankett- und Seminarräumlichkeiten mit Hallenbad und Wellnessangebot. Dies alles in ruhiger, grosszügiger, grüner Umgebung, für Gäste, die das Besondere suchen!

Für diese Sommersaison suchen wir folgende Team-Mitglieder:

Receptionistin - d/f/e ab März und **Receptionspraktikantin** - d/f/d ab Juni welche unsere Gäste mit einem herzlichen und ehrlichen Lachen empfangen, professionell umsorgen und betreuen.

2. Chef de Service - d/f/e ab März die/der unsere Chef de Service tatkräftig unterstützt und im Team zusammen unsere Gäste optimal betreut.

Servicefachangestellte - d/f/e ab April, Mai und Juni die/der unsere grossen Stammgästekreis während einer langen Sommersaison aufs Feinste verwöhnen möchten.

Hofa / Zimmerdame - d ab März die unseren Gästen mit den Erlebniszimmern die speziellen Ambiente vermittelt.

Chef de Partie ab März und **Jungkoch** ab März und Mai welche mit Leib und Seele dem Kochen verfallen sind und aus unserer marktfrischen Kräuterküche Gerichte hervorzaubert, die man nicht an jede Ecke geniessen kann.

Tönt interessant, oder nicht? Wenn Sie Lust haben zu unserem jungen, motivierten Team mitzuwirken, dann senden Sie uns Ihre Unterlagen oder greifen für weitere Fragen zum Telefon. Herr Imhof oder Frau Brom geben Ihnen gerne Auskunft.

Tel 033 952 20 30 / info@hotel-lindenhof.ch / www.hotel-lindenhof.ch

169245



BECK GLATZ CONFISEUR

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung eine aufgestellte und fröhliche

Servicefachangestellte 100%

für unser Tagescafé - 365 Tage geöffnet.

Wir erwarten

- Abgeschlossene Lehre als Servicefachangestellte
- Sie sind eine leidenschaftliche Gastgeberin
- Auf Sie ist Verlass und Sie sind flexibel
- Sie besitzen eine hohe Eigenkompetenz, unsere Gäste sind sehr anspruchsvoll!

Wir bieten Ihnen

- Angenehme Arbeitsbedingungen in motiviertem Team
- Gute Weiterbildungs- und Förderungsmöglichkeiten
- Grosse Selbstständigkeit, setzen Sie Ihre Ideen um
- Interessantes Lohnmodell
- Aufstiegsmöglichkeiten

Wir arbeiten 5 Tage die Woche (42 Std.) in Früh-, Mittel- und Spätschicht (Öffnungszeiten 06.00-19.00 Uhr). Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto - bis spätestens 28. Januar 2006 - und stehen Ihnen für weitere Auskünfte gerne zur Verfügung.

BECK GLATZ CONFISEUR AG
Konditorei Café Glatz
Frau Nadine Hauswirth
Mittelstrasse 8
3000 Bern 9
031 300 20 04



169419

blaue nte

Das Restaurant Blaue Ente ist ein Design Lokal und liegt in der historischen Mühle Tiefenbrunnen in der Stadt Zürich. Unser trendorientiertes Publikum schätzt die einzigartige Atmosphäre und Ambiente des Restaurants.

Zur Ergänzung unseres Serviceteams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung:

- Koch 100% (m/w)**
- Servicefachmitarbeiter 100% (m/w)**
- Barfachmitarbeiter 100% (m/w)**
- Servicefachmitarbeiter Aushilfe auf Abruf (m/w)**

Sie haben ein gepflegtes, zuvorkommendes Auftreten, Deutsch ist Ihre Muttersprache und üben Ihren Beruf mit viel Enthusiasmus aus. Sie sind verantwortungsbewusst, teamfähig und flexibel, verfügen über eine abgeschlossene Servicefachlehre, bringen Erfahrung im à la carte Service mit und haben Freude an der Arbeit.

Wir bieten Ihnen in einem jungen, motivierten Team eine interessante und abwechslungsreiche Aufgabe mit viel Eigenverantwortung. Sie haben auch die Gelegenheit in unserem Partnerbetrieb, dem Restaurant Schönau in Erlenbach Ihre gesammelten Erfahrungen zu vertiefen.

Fühlen Sie sich angesprochen?

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Restaurant Blaue Ente AG, Herr Marco Testa, Seefeldstrasse 223, 8008 Zürich, Tel Nr. 044 388 68 51

169430

Mitarbeiten in einem innovativen Gastronomie-Betrieb

tibits steht für hochstehende, genussvolle, vegetarische Schnellgastronomie und begeistert in Zürich, Winterthur und Bern ein bunt gemischtes Publikum. Wir suchen zur Verstärkung unseres bestehenden Teams in Winterthur per sofort oder nach Vereinbarung einen/eine **KüchenchefIn**. Sie verfügen über eine Grundausbildung als Koch sowie mindestens 3 Jahre praktische Führungserfahrung. Durch Ihre operative Mitarbeit sind Sie am Puls des Geschehens und können jederzeit unterstützend und/oder korrigierend Einfluss nehmen. Des Weiteren suchen wir als Verstärkung in unser Backoffice-Team in Zürich **Seefeld** einen/eine **Marketing-, EventfachspezialistIn**. Sie bringen eine kaufmännische oder gastronomische Grundausbildung mit sowie eine Marketing-Weiterbildung. In dieser Funktion sind Sie verantwortlich für unseren Marketing-Auftritt; gewährleisten die interne und externe Kommunikation in Deutsch und Englisch. Wir bieten Ihnen eine sichere Arbeitsstelle in einem innovativen, expandierenden und jungen Unternehmen. Neugierig und interessiert? Mehr Informationen über die offenen Stellen finden Sie auf unserer Website (www.tibits.ch). Gerne erwarten wir Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen: tibits AG, Nina Longhi, Seefeldstrasse 7, 8008 Zürich, Telefon 044 250 74 43, nina@tibits.ch.



169466



Romantisch und trotzdem ohne Rüschen Stadtnah und trotzdem direkt am See gelegen Historisch und trotzdem modern

Das Romantik Seehotel Sonne Küssnacht**** besteht aus 40 individuell eingerichteten Zimmern und einer anspruchsvollen und vielfältigen F&B-Abteilung: Restaurant Sonnengalerie mit bedienter Terrasse (von Gault Millau ausgezeichnet), Gaststuben und Selbstbedienungs-Garten, 4 Bankett- und Konferenzräume für bis zu 120 Personen und einer lebhaften Bar.

Für die kommende Sommersaison oder in Jahresstelle mit Eintritt zwischen März bis Mai 2006 suchen wir folgende Mitarbeiter:

- Sous-Chef* m/w** führungs erfahren, leistungsorientiert
- Chef de partie Garten m/w** kommunikationsstark und belastbar
- Commis de cuisine m/w** talentiert und ambitioniert

*Jahresstelle

Es erwartet Sie eine moderne Unternehmensstruktur und vielfältige Arbeiten. Gemütliche Mitarbeiterzimmer nur 2 Minuten von Hotel, See und Bahnhof entfernt sind vorhanden.

Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen senden Sie an: Romantik Seehotel Sonne Küssnacht, René Grüter & Catherine Julien Grüter, Direktion, Seestrasse 120, 8700 Zürich-Küssnacht, Tel. 044 914 18 18 / Fax 044 914 18 00 oder per E-Mail an: home@sonne.ch / www.sonne.ch



169418

hostel rotschuo

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

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

Koch

Falls Sie:

- Ihren erlernten Beruf mit Freude ausüben
- gerne auch administrative Arbeiten erledigen
- bei Bedarf in andern Bereichen wie Hauswirtschaft, Haustechnik und Gartenpflege Hand anlegen können und wollen
- mit Verantwortung die Stellvertretung der Betriebsleiter übernehmen
- flexibel und kontaktfreudig den Alltag meistern
- neben Deutsch auch Englisch und evt. Französisch sprechen und verstehen

dann sind Sie die gesuchte Person für die neue Aufgabe in der Jugendherberge Gersau.

Wir bieten Ihnen einen interessanten Arbeitsplatz am schönen Vierwaldstättersee, wo Kreativität und Teamgeist nicht nur gefragt, sondern wirklich erwünscht sind.

Senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen bitte an den Stiftungsratspräsident: Thomas Neidhart, Brühl 10, 6430 Schwyz oder per E-Mail an: bewerben@mikes.ch

169427

HOTEL EUROPE EUROPÄISCHER HOF *** ENGBERG-SWITZERLAND



Für unser historisches Grandhotel im Jugendstil mit gepflegter Atmosphäre und Tradition in Engelberg-Titlis auf 1000 m ü.M. umgeben von einzigartiger Bergkulisse suchen wir folgende qualifizierte MitarbeiterInnen

Commis de cuisine per sofort oder nach Vereinbarung

Haustechniker (CH) per 1. April 06 oder nach Vereinbarung

Sie haben eine abgeschlossene Lehre als Elektriker, Schlosser, Sanitärmeister oder ähnliches. Ihr fachliches Wissen und Ihre Handfertigkeiten garantieren unseren beiden Hotels in Engelberg den gewohnten Qualitätsstandard aufrechtzuerhalten.

Haben Sie Teamgeist und Eigeninitiative und arbeiten gerne in einem dynamischen, jungen Team? Dann erwarten wir gerne Ihre schriftliche Bewerbung unter

Hotel Europe - Europäischer Hof
Herr Thomas Dittrich
Dorfstrasse 40
6390 Engelberg
Tel: 041 / 639 75 75
info@hoteleurope.ch
www.hoteleurope.ch

169488



Ihre Leidenschaft und Motivation sind zufriedene und glückliche Gäste? Ihre Freude am Beruf spornt Sie an?

Möchten Sie mit uns, während der kommenden Sommersaison, unsere anspruchsvollen Gäste verwöhnen? Für unser direkt am Vierwaldstättersee gelegenes ****Stern-Ferienhotel suchen wir noch folgende fachlich ausgewiesene und freundliche Mitarbeiter/innen:

Für die Administration und den Empfang unserer Gäste

Réceptions-Sekretärin (Fidelio/Word D/E/F)

Zur Verstärkung der 9-Mann/Frau-Brigade von Küchenchef Herrn Carsten Radke (13 Pt. G&M)

Chef de partie, m/w Pâtissier, m/w Commis de cuisine, m/w

Für unseren gehobenen A-la-carte-Service unter der Leitung von Frau Heike Häfner

Chef de rang/Servicefachangestellte, m/w

Gerne erwarten wir Ihren Anruf, um einen Termin für ein Vorstellungsgespräch vereinbaren zu können oder Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto. Der Eintritt kann auf Ende März oder nach Übereinkunft erfolgen.

Hotel Beau-Rivage
6353 Weggis am Vierwaldstättersee
Dorly und Urs-Peter Geering
Telefon 041 392 79 00
info@beaurivage-weggis.ch
www.beaurivage-weggis.ch

Mitglied von Selection Suisse
Vereinigung führender
Vierstern-Hotels im Familienbesitz

169431



BIANZ
Herzliche 2000
Stunden
Herzliche
Herzliche

Sind Sie bereit, mit Begeisterung das einzigartige Sparkling Wellness Spa Erlebnis mitzugestalten?

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir:

MASSEUR m/w

in 80% Stelle ab 1. April 2006 oder nach Vereinbarung

KOSMETIKERIN

in 50% Stelle nach Vereinbarung, mit Zusatzqualifikation in Massage bevorzugt

Sie haben viel Freude am Umgang mit Menschen, sind offen, herzlich und verfügen über eine Fachausbildung mit Berufserfahrung, vorzugsweise in der 5* Hotellerie. Sie sind berufsbegeistert, flexibel, ein wirklicher Teamplayer und gewohnt, selbstständig zu arbeiten.

Facts

43 Zimmer/Suiten
3 Restaurants
Bar, Vintothek
Festsaal
Wellness-Bereich

Herzlich willkommen!
Wir freuen uns, Sie kennenzulernen.

Park Hotel Weggis

Annie Hofmann
Hertensteinstrasse 34
6353 Weggis
Telefon 041 392 05 05
www.p.h.w.ch



169482



SwissDeluxeHotels.com
Committed to quality and individuality



BÜRGENSTOCK HOTELS & RESORT

DIE BÜRGENSTOCK HOTELS & RESORT SIND EIN AUSSERGEWÖHNLICHES HOTELDORF IM HERZEN DER ZENTRALSCHWEIZ, 450 METER ÜBER DEM VIERWALDSTÄTTERSEE. DURCH DIE EINZIGARTIGKEIT UNSERES RESORTS VERSUCHEN WIR NICHT NUR UNSERE GÄSTE, SONDERN AUCH UNSERE MITARBEITER ZU BEGEISTERN.

ZUR VERSTÄRKUNG UNSERES TEAMS SUCHEN WIR FÜR DIE SOMMERSAISON 2006 MITARBEITER/INNEN ALS:

EMPFANG

FIDELIO-KENNTNISSE
SPRACHEN: D/E/(F)

BAR

SPRACHEN: D/E/(F)

SERVICE

SPRACHEN: D/E/(F)

KÜCHE

13 / 17 PUNKTE GAULT MILLAU

HAUSWIRTSCHAFT

SPRACHEN: D

WELLNESS & SPA

SPRACHEN: D/E/(F)

ANDERE

REZEPTIONIST/IN MIT ERFAHRUNG
PRAKTIKANT/IN
PORTIER/CHASSEUR

BARMAN/BARMAID MIT BERUFSEFAHRUNG
COMMIS DE BAR
PRAKTIKANT/IN

CHEF DE RANG
COMMIS DE RANG
PRAKTIKANT/IN

CHEF DE PARTIE
CHEF PATISSIER
COMMIS DE CUISINE
COMMIS PATISSIER

PRAKTIKANTIN
ZIMMERMÄDCHEN MIT ERFAHRUNG

MASSEURIN
BADEAUFSEHER/IN

PRAKTIKANT FÜR EINKAUF & LOGISTIK
ALLROUNDERIN FÜR SB-RESTAURANT (E)

ES ERWARTET SIE EINE INTERESSANTE UND ABWECHSLUNGSREICHE TÄTIGKEIT IN EINEM JUNGEN, DYNAMISCHEN TEAM; EIN VIELSEITIGES FREIZEITANGEBOT UND AUF WUNSCH UNTERKUNFT IM PERSONALHAUS.

WIR FREUEN UNS AUF ZUVERLÄSSIGE, FREUNDLICHE UND MOTIVIERTE MITARBEITER/INNEN, DIE EIN HOHES MASS AN DIENSTLEISTUNGSQUALITÄT MITBRINGEN.

AUSFÜHRICHE INFORMATIONEN FINDEN SIE AUF UNSERER HOMEPAGE.

IHRE AUSSAGEKRÄFTIGE BEWERBUNGS MIT ARBEITSZEUGNISSEN UND FOTO RICHTEN SIE BITTE AN

BÜRGENSTOCK HOTELS & RESORT
FRAU GABRIELE RAFFEINER
CH-6363 BÜRGENSTOCK
TELEFON: (+41) 41 612 99 10
HR@BÜRGENSTOCK-HOTELS.CH
WWW.BÜRGENSTOCK-HOTELS.CH



169425



Willkommen

Für unsere führenden Luxushotels in Interlaken, Luzern und Zürich suchen wir eine initiative und innovative Marketingpersönlichkeit als

Assistant Marketing

(per sofort oder nach Vereinbarung)

Sie unterstützen unsere Director of Marketing in allen Belangen wie z.B. das Erstellen von Broschüren, Prospekten etc., dem Design von Arrangements inkl. Preisgestaltung, der Pflege von alten und dem Aufbau von neuen Kooperationen, der Planung von Spa und F&B Events, Internet und E-Marketing u.v.m.

Vorzugsweise haben Sie eine abgeschlossene Hotelfachschule oder besitzen bereits Marketing Erfahrung in der Luxushotellerie und sehen Ihre Zukunft in einer international ausgerichteten kleinen Hotelgruppe (Aufstiegsmöglichkeiten sind vorhanden). Sie besitzen ein Flair für Marketing, insbesondere auch E-Marketing und neue Medien, und das Gestalten und Texten von Drucksachen macht Ihnen Freude. Deutsch ist Ihre Muttersprache und Sie besitzen gute Englisch- und Französischkenntnisse in Wort und Schrift.

Frau Anja Landert
Leiterin Human Resources
freut sich auf Ihre schriftliche Bewerbung.

169476



one of
The Leading Hotels
of the World

VICTORIA-JUNGFRAU GRAND HOTEL & SPA
CH-3800 INTERLAKEN • TEL. 033 828 28 28 • FAX 033 828 28 80
E-Mail: victoria@bluewin.ch • Internet: http://victoria-jungfrau.ch
ECHTE GASTFREUNDSCHAFT AUCH IM PALACE LUZERN

STILVOLLE MODERNE, VIELFÄLTIGES AMBIENTE BEWÄHRTE TRADITION



Nach Vereinbarung suchen wir eine/n initiative/n,
dynamische/n

MITARBEITER/IN ADMINISTRATION

Als engagierte und flexible Persönlichkeit verfügen Sie über einige Jahre Berufserfahrung, von Vorteil, in der Hotellerie. Organisationstalent und unternehmerisches Denken sowie Teamfähigkeit zählen ebenso zu Ihren Stärken wie Sprachgewandtheit (E, I, F) und gute EDV-Kenntnisse.

Im Frühjahr 2006 sieht unser Hotel einem Umbau entgegen, in dieser interessanten Phase helfen Sie bei der Organisation und Archivierung mit.

Haben wir Ihre Aufmerksamkeit geweckt?
Gerne erzählen wir Ihnen in einem persönlichen Gespräch mehr über die attraktive Herausforderung, diese interessante und vielseitige Tätigkeit sowie über die Philosophie des Hauses.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung:
The Carlton Hotel St. Moritz
Barbara Hug, Direktionsassistentin
7500 St. Moritz
Tel: 081 836 70 00, Fax: 081 836 70 01
Internet: www.carlton-stmoritz.ch
E-mail: personal@carlton-stmoritz.ch

CARLTON HOTEL ST. MORITZ

The Carlton Hotel St. Moritz
Petra Pässler, Leiterin Human Resources
7500 St. Moritz
Tel. 081 836 70 00, Fax: 081 836 70 01
Internet: www.carlton-stmoritz.ch
E-Mail: personal@carlton-stmoritz.ch

169463



Express-Stellenvermittlung

Service de placement express

Für ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen aus Hotellerie und Gastgewerbe

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

Eine Dienstleistung von

hoteljob

Tel. 031 370 42 79

08.00 bis 12.00 Uhr und 13.30 bis 17.00 Uhr

Fax 031 370 43 34

SUCHEN SIE QUALIFIZIERTE ARBEITSKRÄFTE?

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

CHERCHEZ-VOUS DES TRAVAILLEURS QUALIFIÉS?

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

Stellengesuche / Demandes d'emploi

Küchekuisine

1	2	3	4	5	6	7	8
0842	Koch	26	CH	n.Ver.	D/E/F/I	TU/GR	
0845	Küchenchef/Sous-chef	34	CH	n.Ver.	D/E/F	BE-Oberl.	
0852	Alleinkoch	47	AT	B-EG	Mai	D/E	Luzern/Wierwaldstättersee
0854	Koch/Diätkoch/w	28	CH	n.Ver.	D/F/I	Zentral-CH/Gem.gastronomie	
0855	Koch	34	CH	sofort	D/E/F	West-CH/50%	
0859	Sous-chef	44	DE	L-EG	sofort	D/E	BE/LU/Zürich
0862	Hilfskoch	30	CH	Feb.	D	VS	
0865	Chef de partie/w	23	CH	n.Ver.	D/E	Interlaken+Umgeb.	
0867	Küchenchef	40	FR	B	März	F/I	TI
0869	Chef de partie/50%	41	PT	B-EG	sofort	E/F	Bern/Biel/Olten/Luzern
0876	Koch/Alleinkoch	39	CH	n.Ver.	D/E/F/I	Gem.gastronomie	
0879	Koch	32	CH	Feb.	D	Solothurn/Bern/Biel	

1	2	3	4	5	6	7	8
0851	Buffet/Service	35	DE	L-EG	April	D/I	TI
0857	Sefa	41	DE	L-EG	sofort	D/E/F/I	Deutsch-CH
0858	Kellner	20	CH	n.Ver.	D/F/I	TI	
0860	Service/w	46	CH	n.Ver.	D/E	Bern	
0863	Service/Buffer/Lingerie	44	BG	B	n.Ver.	D/E	Basel+Umgeb./Tagesbetr.
0868	Kellner	29	CU	B	sofort	D/E	Basel
0870	Service/Buffer	22	CH	März	D	Solothurn/Bern/BL	
0872	Sefa	47	CH	sofort	D/E/F/I	ZHSG	
0873	Sefa	24	DE	L-EG	Mai	D/E	Deutsch-CH
0875	Chef de service/Oberkellner	32	CH	sofort	D/E/F	Deutsch-CH	
0877	Kellner	32	CH	Mai	D	Ost-CH/SZ/BE	

Hauswirtschaft/ménage

1	2	3	4	5	6	7	8
0843	Hofa/Gouvernante	24	CH	n.Ver.	D/E/I	Ost-CH	
0848	Küchenhilfe	25	LK	B	sofort	E	Luzern
0850	Buffetdame	44	GB	C	sofort	D/E	Zürich/Tea Room/Bistro
0856	Hofa	21	CH	April	D/E/F		
0861	Gouvernante/Stv.HW-Leiterin	26	CH	n.Ver.	D/E/F/I	Bern	
0864	Hofa/Gouvernante	32	CH	n.Ver.	D/E	W'thur+Umgeb.	
0866	Hofa	23	CH	sofort	D	Bern/Olten/Aarau	
0874	Portier	41	FR	L-EG	Mai	D/F/I	TU/GR/LU/4-5*-Hotel

Service/service

1	2	3	4	5	6	7	8
0841	Kellner/Chef de service	38	CH	n.Ver.	D	ZH-Oberl./Zentral-CH	
0844	Chef de service/w	46	CH	sofort	D/F	ZG/SZ/Zürich	
0847	Kellner/Portier	42	PT	C	sofort	D/E/I	ZH/BE/BS
0849	Sefa	21	CH	März	D/F	VD/FR/Kleinbetrieb	

Administration/administration

1	2	3	4	5	6	7	8
0846	Réceptionspraktikantin	19	CH	sofort	D/E/F		
0853	Admin.-Mitarbeiter	39	CH	März	D/E/F/I		
0871	Service/Admin./60 %	43	CH	sofort	D/E/F/I	BE/SO/FR	
0878	Réceptionniste	24	CH	April	D/E/F/I	ZH / Winterthur	

- 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)

169338

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 <input type="checkbox"/> Saisonstelle / saison <input type="checkbox"/>
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/là): _____
1. _____	
2. _____	
3. _____	

Hiermit bestätige ich, dass die obgenannten Angaben der Wahrheit entsprechen. / Le soussigné/la soussignée certifie l'authenticité de ces informations.

Datum / Date: _____ Unterschrift / Signature: _____

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

Bitte mailen oder schicken Sie uns den vollständig ausgefüllten Bewerbungstalon an folgende Adresse: / Veuillez nous retourner le talon de demande dûment rempli à l'adresse suivante:

hoteljob, Express-Vermittlung, Monbijoustrasse 130, Postfach, CH-3001 Bern / hoteljob.be@hotelleriesuisse.ch

PARK HOTEL
DU SAUVAGE

Art-Nouveau Hotel, erbaut im 1880, 75 Zimmer mit 130 Betten, grosszügige sehr stilvolle Restaurationsräume, Planobar mit Wintergarten, Bistro-Grand Café «Kristall», Carnotzet, lauschige Parkanlage, zeitgemässe Seminarräume bis 100 Teilnehmer.

Das Park Hotel du Sauvage greift nicht nach den Sternen ...!

Es ist auf dem Weg zurück zum 4-ten Stern! Gemeinsam mit unseren geschätzten Mitarbeitern möchten wir diese Mission erfolgreich erfüllen, und deshalb suchen wir Sie: jung oder jung geblieben, dynamisch, teamfähig und unternehmerisch denkend!

- **ServicefachmitarbeiterIN**
(Sie sprechen flüssend Deutsch und Englisch)
- **Chef de partie**
(mit mind. 2 Jahre Berufserfahrung)
- **Assistent Technik/Unterhalt (D/E)**

Nur vollständige, schriftliche Bewerbungen mit Foto werden berücksichtigt und sind zu richten an:

Park Hotel du Sauvage
 Ferdinand T. Salverda
 Gastgeber/Direktor
 Bahnhofstrasse 30
 3860 Meiringen
 www.sauvage.ch
 033 971 41 41

168039

Wie wär's mit einer Saison in Horw/LU am wunderschönen Vierwaldstättersee?

Wir suchen für unseren einzigartigen, lebhaften Sommerbetrieb direkt am See junge, flexible, zuvorkommende und ausdauernde Mitarbeiter, die flüssend Deutsch sprechen.

Servicefachmitarbeiter m/w
Koch m/w
Hilfskoch m/w
Barmaid/Barman (ab Mai für unsere Bad-Bar)

Wir freuen uns, von dir zu hören!

Sarah und Edgar Ming-Henderson
 Restaurant Strandbad Winkel, Seestr. 6, 6048 Horw
 Tel. 041 340 44 25, Fax 041 340 75 40
 ming@schwendelberg.ch

168944


Hobby Hotel Terrasse

Willkommen am See

Kreativität steht im Hobby Hotel an erster Stelle. Nicht nur in den Künstlerateliers entsteht Innovatives sondern auch in der Küche. Darum suchen wir Sie als

Sous-chefin
 ambitioniert – leidenschaftlich – kreativ

und zur Unterstützung des Teams
Commis de cuisine
Servicefachangestellte d/f

Für Ihre Bewerbung und Info:
 Hobby Hotel-Roland Scherrer-Schiffstation
 6354 Vitznau-Vierwaldstättersee
 www.hobbyhotel.ch Tel 041 397 10 33

168464

Berchtold Catering

Catering and Restaurants at its best!

Für unser junges dynamisches Gastronomieunternehmen im Fussballstadion St. Jakob Park in Basel suchen wir einen frontorientierten Teamplayer.

Als

Bankett – Anfangs Chef de Service

unterstützen Sie unseren Bankettmanager tatkräftig bei der Vorbereitung sowie Durchführung der Anlässe in und ausser Haus. Sie sind vorzugsweise 25 – 30 jährig (m), haben Erfahrung im Service und sprechen flüssend Deutsch? Sie sind eine offene Gastgeberpersönlichkeit mit Freude am Sport und zeichnen sich durch Ihr Organisationstalent aus?

Herzlich willkommen bei Berchtold Catering!

Wir freuen uns auf ihre Bewerbung an:

Berchtold Catering AG
 Herr Lorenz Bönicke
 St. Jakobsstrasse 395
 4052 Basel
 Tel. 061/375 11 63

168485


Bezirksspital und Altersheim Belp

Als zukunftsorientiertes, innovatives Unternehmen im Gesundheitswesen bieten wir Ihnen eine herausfordernde, anspruchsvolle Stelle in einem lebhaften Umfeld mit interessanten Weiterbildungsmöglichkeiten an. Unser Betrieb umfasst eine Akutabteilung mit 48 Betten, eine Langzeitpflegeabteilung mit 24 Betten, eine Abteilung für Traditionelle Chinesische Medizin (TCM) sowie das Altersheim mit 45 Betten.

In unserer Küche bereiten wir Mahlzeiten für ca. 200 Patienten, Bewohner, Personal und Gäste zu.

Infolge interner Beförderung unseres Diätkochs suchen wir per 1. März 2006 oder nach Vereinbarung eine motivierte, engagierte Persönlichkeit als

Diätkoch/Diätköchin, 80%–100%

Ihr Profil

- abgeschlossene Ausbildung als dipl. Diätkoch/Diätköchin mit Eidg. Fachausweis
- ausgewiesene Fachkenntnisse
- einige Jahre Berufserfahrung
- Kenntnisse aktueller Themen der Ernährung im Alter
- Interesse an der Ernährungslehre der Traditionellen Chinesischen Medizin

Ihre Aufgaben

- die Zubereitung und das Anrichten der Diätmahlzeiten
- die Organisation der Arbeiten in der Diätküche
- die Beratung unserer Patienten und Bewohner bei Ernährungsfragen
- die Begleitung von Projekten

Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie bitte an das Bezirksspital und Altersheim Belp, Frau Caroline Berger-Reber, Leiterin Personaldienst, Seftigenstrasse 89, 3123 Belp. Für Fragen wenden Sie sich bitte an die Leiterin Ökonomie, Frau S. Müller. Tel. 031 818 91 11.

168444

Servicekraft, die Verantwortung übernehmen kann

Bezauberndes Restaurant am Murtensee mit Pergola-Terrasse und Panoramablick in einer Weinregion sucht motivierte und zuverlässige Servicekraft, die gerne Verantwortung übernimmt. Teamarbeit wird bei uns grossgeschrieben und Beherrschung der französischen Sprache ist Voraussetzung. Haben Sie Erfahrung im A-la-carte-Service und im Umgang mit Gästen?

Wir sind ein Familienbetrieb und freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung inkl. Passbild, Lebenslauf, Arbeitszeugnisse. Haben Personalzimmer, Mithilfe bei der Wohnungssuche.

Restaurant du Port
 Frau Claudia Pantillon
 rte du lac 127
 CH-1787 Môtier (Mully)
 Telefon: 026 873 14 02
 Telefax: 026 873 14 54
 E-Mail: philippe.pantillon@bluewin.ch

168452

see!

Der Bodensee liegt direkt vor dem Vierwellen-Hotel Bad Horn und mit einer 170-jährigen Tradition pflegen wir exklusive Gastlichkeit an einem der schönsten Flecken am Bodensee-Südseeufer.

In unser Top-Hotel mit neuer, modernster Küche, diversen Kochzonen, Front-Cooking-Bereich und Micros Touch-Screen-Kassensystem suchen wir für Sommersaison ab März/April oder nach Vereinbarung:

Küche:
Chef de partie
Commis de cuisine

Service:
Servicefachangestellte/r
Bankettaushilfe

Schweizer/-innen oder EU-Bürger/-innen, welche gerne in unserem modernen Hotel in einem jungen Team mitarbeiten wollen, richten Ihre geschätzte Bewerbung bitte an:

Urs Hatt, Hotel Bad Horn
 9326 Horn, Tel. 071 841 55 11
 info@badhorn.ch

168409

DAS VIER-WELEN-HOTEL
BAD HORN
 AM BODENSEE
 SÜDSEEUFER



www.montarina.com

Zur Ergänzung unseres Teams sind folgende Stellen frei:
 Assistent Front Office Manager/in
 Front Office Mitarbeiter/in
 Bewerbungen bitte an:
 Hotel & Hostel Montarina
 Bernadette Heinrich
 Via Montarina 1
 CH-6900 Lugano
 www.montarina.com
 info@montarina.com

168918



Freie Stellen im Service

Per März 2006 werden wir unser Café-Restaurant neu eröffnen. Personen mit Fachkenntnissen und Ausbildung mögen sich bitte schriftlich bewerben bei

Elite Hotel
 Alois Horat, Axenstrasse 1, 6440 Brunnen
 041 820 61 51. E-Mail: info@elite-brunnen.ch

168938

Im Herzen von Einsiedeln, direkt am Klosterplatz, suchen unser 2*-Hotel Sonne sowie 18 Angestellte per 1. April 2006 einen neuen Betriebsleiter mit entsprechender Erfahrung.

Sind Sie der freundliche Gastgeber und Betriebsleiter?

50 Hotelbetten, Speiserestaurant 80 Plätze, Pizzeria 40 Plätze, Strassenkaffee 30 Plätze.

Melden Sie sich mit vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto bei:

Th. Kälin, Schnabelsberg 20, 8836 Bannau oder info@architekt-kaelin.ch

168448

Gesucht per 1. März 2006

Chef de partie/Sous-chef

In lebhaften A-la-carte- und Bankettbetrieb mit angeliertem Catering- und Partyservice.

Sie verfügen über eine fundierte Ausbildung, arbeiten selbstständig und können sich in ein bestehendes Konzept rasch integrieren.

Bewerbungsunterlagen richten Sie bitte an:

Hotel-Rest. Enge AG
 3280 Murten
 Hr. Ehrnsam
 Tel. 026 870 41 36
 Info@hotel-enge.ch

168459

Eine Oase hoch über dem Alltag!

Für unser urlich-modernes Gasthaus in unmittelbarer Nähe der Stadt Luzern suchen wir per Mitte März oder nach Vereinbarung begeisterungsfähige, teamorientierte Mitarbeiter, für die das Wohl des Gastes an erster Stelle steht und die bereit sind, stetig neue Herausforderungen anzunehmen. Spricht du flüssend Deutsch und fühlst du dich in der Gastronomie zu Hause, dann packe deine Chance!

GASTHAUS SCHWENDELBERG

Sarah und Edgar Ming
 CH-6048 Horw/LU
 Tel. 041 340 35 40
 Fax 041 340 75 40
 ming@schwendelberg.ch

SOUS-CHEF M/W
COMMIS DE CUISINE M/W
SERVICE MITARBEITER M/W

Wir freuen uns, von dir zu hören!

Ruhetag: Dienstag (Winter D+M)

Wir suchen für unseren Betrieb im Herzen der oberen Altstadt von Bern per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Servicefachmitarbeiter/in

Sie sind zwischen 20 und 30 Jahren, haben Erfahrung in den Bereichen Bar/Tischservice/Buffer/Cocktails. Sie sind flexibel, arbeiten gerne auch am Wochenende. Sie sind ein guter Verkäufer, sind selbstständig, verantwortungsbewusst, sauber, pünktlich, zuverlässig und ordentlich. Sie arbeiten gerne im Team, sind hilfsbereit und kundenfreundlich. Sie behalten auch in Stresssituationen einen kühlen Kopf und sind gewohnt exakt und genau zu arbeiten.

Wir bieten:

Gutes eingepreistes Team, grosses Angebot, trendiges Lokal, gute Verdienstmöglichkeiten, selbstständiges Arbeiten.

Entspricht dies Ihren Vorstellungen? Dann senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen an Chiffre 169416 an hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

168916

Wir suchen für unseren Betrieb im Herzen der oberen Altstadt in Bern per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Köchin oder Koch mit Verantwortung

Sie sind eine Köchin/Köchin (auch Jungköche) zwischen 20 und 40 Jahren mit Erfahrungen in allen Bereichen der Küche (speziell italienische Küche). Sie sind eine starke Persönlichkeit die auch in Stresssituationen einen kühlen Kopf bewahrt. Sie haben Führungsqualitäten, sind verantwortungsbewusst, zuverlässig, pünktlich, sauber, selbständig und haben Freude an Neuem. Sie haben Menüplanungs-erfahrungen und etwas PC-Kenntnisse.

Wir bieten:

Durchgehende Arbeitszeiten (selten mit Zimmerstunde), 2 Wochenende frei pro Monat, ein gutes eingepreistes Team, gute Verdienstmöglichkeiten, selbstständiges Arbeiten.

Entspricht dies Ihren Vorstellungen? Dann senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen an Chiffre 169417 an hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

168917



Das persönliche 3-Stern-Hotel in der Region Zürich sucht in Jahresstelle

Réceptionist/kaufm. Angestellte 100% w/m

Sie bringen mit:

- Réception-Erfahrungen/Branchenkenntnisse
- Flair für Front/Telefon/Verkauf
- Sprachkenntnisse in Wort und Schrift D/E/F, evtl. I
- gute PC-Kenntnisse Office-Paket

Sie sind:

- kontaktfreudig und ein fröhlicher Mensch
- selbstständig und arbeiten gerne in einem kleinen Team

Eintritt sofort/nach Vereinbarung
 Nur Zuschriften mit diesen Eigenschaften werden beantwortet!

Schriftliche Bewerbung bitte an:
 Gasthof Hirschen AG, Frau E. Bader Keller,
 Watterstrasse 9, 8105 Regensdorf
 Tel. 044 843 22 22
 www.hirschen-regensdorf.ch

168915



Wir sind ein renommiertes ****Ferien- und Wellnesshotel, am Rande des pulsierenden Weltkurorts St. Moritz gelegen, mit erstaunlich vielen Möglichkeiten.

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir für die kommende Sommersaison, Juni bis Oktober 2006, engagierte Persönlichkeiten als:

- Küche**
- Sous-chef
 - Chef de partie
 - Chef pâtissier
- Hotel-Restaurant**
- Commis de cuisine
 - Stellvertreter/in des 1. Oberkellners (D, I, E, F)
 - Servicefachmitarbeiter/in (D, I)
 - Commis de rang (D, I)
 - Logenmitarbeiter mit Abtöse
 - Chauffeur und Nachtporlier (D, I)
 - Réceptions-Praktikant/in (D, I, E, evtl. F)

Sie verfügen über Berufserfahrung, sind qualitätsbewusst, initiativ und haben Freude am Beruf.

Wir bieten neben abwechslungsreichen Tätigkeiten in einem kollegialen Team, faire Arbeitsbedingungen und moderne Mitarbeiterunterkünfte.

Dann freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen (mit Foto).

HOTEL EUROPA ST. MORITZ
 Hr. Frédéric Raes, Verantwortlicher Mitarbeiter
 CH-7512 Champfèr / St. Moritz
 Tel. +41 81 839 55 55 / Fax +41 81 839 55 57
 E-Mail: personal@hotel-europa.ch
 www.hotel-europa.ch



168914

DOMINO GASTRO
Her Personal-Profis
 • Für Stellensuchende kostenlos
 • Bei uns sind Sie in guten Händen
 • Rufen Sie an – wir haben stets eine Auswahl guter Stellen und Fachleute für Hotels und Restaurants

Wir suchen dringend die besten Fachleute.

Kader, Réception, Küche, Service und Hauswirtschaft

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

www.dominogastro.ch
 personal@dominogastro.ch
DOMINO GASTRO

RESTAURANT REUSSBRÜCKE

Imhof's Pavillon
 Bistrot
 La Cave

AUSSERHALB DER ÜBLICHEN KONZEPTE EINE INNOVATIVE UND KREATIVE KÜCHE VERWIRKLICHEN, DAS IST DIE CHANCE FÜR EINEN INITIATIVEN

CHEF DE PARTIE / COMMIS
 EIN AUFGESCHLOSSENES TEAM FREUT SICH AUF EINEN NEUEN KOLLEGEN ODER NEUE KOLLEGIN!

Restaurant Reussbrücke
 Muristrasse 32
 8913 Ottenbach
 Telefon 044 760 11 61
 info@reussbruecke.ch
 www.reussbruecke.ch

Rigiblick am See
 Buochs

Unser Küchenchef, Herr Alain Semlic, sucht nach Vereinbarung für die Sommersaison, resp. in Jahresstelle für seine Frischküche noch folgende motivierte Mitarbeiter/innen:

**Chef de Partie
 Koch
 Jungkoch**

Möchten Sie in der Zentralschweiz in einem wunderschönen Jugendstilhotel direkt am See diese Herausforderung annehmen? Wir freuen uns auf Ihre Unterlagen.

Hotel Rigiblick am See****
 Seeplatz 3, 6374 Buochs,
 Tel. 041 624 48 50
 www.RigiblickAmSee.ch
 E-Mail: info@RigiblickAmSee.ch

brienzersee
 HOTEL-RESTAURANT
 KINGSGEBERG • INTERLAKEN • SCHWIZ

Wir suchen ab März/April oder nach Vereinbarung für die kommende Sommersaison 2006

Servicemitarbeiterin

Freude am Gastgewerbe ist Voraussetzung.

Doch auch Sprachen (mind. Englisch), Selbständigkeit und der Kontakt zu unseren Hausgästen sind Ihnen wichtig. Sie übernehmen auch Mitverantwortung als Gastgeberin in unserem ***-Kleinhotel mit Restaurant (Pizzeria), Bar und Panorama-See Terrasse an fantastischer Lage am Brienzensee.

Auf Ihre Bewerbung freut sich Sonja Cadisch, Tel. 033 822 23 53
 E-Mail: happy@hotelbrienzersee.ch
 www.hotelbrienzersee.ch

Gesucht nach Vereinbarung

Service-Mitarbeiterin mit 1 Stern und 18 Punkten

Gute Weinkenntnisse. Plusminus 30 Jahre. Kompetent. Charmant. Mit Schweizer Pass oder B-Bewilligung. Auf Sie wartet ein kleines Team, eine gepflegte Thurgauer Bauernstube mit 30 Sitzplätzen, 1 Michelin-Stern und 18 Gault-Millau-Punkten sowie einer der besten Weinkeller der Ostschweiz. Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

Marlis und Wolfgang Kuchler
 Taverne zum Schäfli
 8556 Wigoltingen
 Telefon: 052 763 11 72
 E-Mail: taverneschaeffli@bluewin.ch
 Sonntag und Montag geschlossen

Zur Neueröffnung des J.-J. Rousseau am Bieler See suchen wir ab Februar 06

**Commis de Cuisine
 Chef de Partie
 Gouvernante**
 und ab April 06
**Servicefachangestellte
 Chef de Partie**

Infos unter 079 – 286 26 27.

BarRouge

Als repräsentative Bar für gehobene Ansprüche in der Nordwestschweiz, mit Lounge und Veranstaltungsraum, beschäftigen wir flexible, verantwortungsbewusste, selbstständige und zuverlässige Mitarbeiter mit gepflegter Erscheinung.

Wir suchen

- **Leitung** Tagesanlässe mit Erfahrung im Bankettbereich
- **Servicemitarbeiter** mit Bar-Erfahrung
- **Aushilfen** mit Serviceerfahrung im Bankettbereich
- **Gastgeber** f. das Abendgeschäft

Schriftliche Bewerbung mit Foto und Lebenslauf sind zu senden an: BR Basel GmbH, Messeplatz 10, 4058 Basel.

Mehr brauchen Sie nicht.

Die **htr** stellen revue bietet jede Woche den grössten Stellenmarkt der Branche. Hier finden Sie die besten Fachkräfte.



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



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

Executive Chef

POUR HOTEL DE GRAND STANDING A GENEVE

La préférence sera donnée à un candidat ayant entre 30 et 40 ans, avec plusieurs années d'expérience comme responsable d'unité.

Capable de diriger une brigade de 15 personnes, avec de bonnes connaissances et maîtrisant les techniques modernes de production.

Bon calculateur, bon organisateur et bon créateur pour pouvoir utiliser au maximum les possibilités qu'offre la diversité de l'exploitation.

Ce futur candidat sera de nationalité suisse ou détenteur d'un permis valable, en possession d'un CFC ou d'un diplôme d'une école hôtelière.

Les personnes intéressées peuvent envoyer leur dossier sous-chiffre N° 169 335 à
HOTEL REVUE, case postale, 3001 BERN

169335

Important centre de restauration en Suisse romande cherche

UN ASSISTANT-DIRECTEUR

de la Restauration

Profil souhaité :

Formation hôtelière

ou expérience similaire dans un établissement hôtelier.

Entregent et aptitude à prendre des responsabilités.

Excellente présentation.

Connaissance des langues française et anglaise.

Grande disponibilité.

Expérience en cost-control, un atout.

Les candidats de nationalité suisse ou titulaire d'un permis de travail valable sont invités à nous adresser leur dossier complet avec CV, photo, lettre de motivation sous chiffre no 169 336 à
HOTEL REVUE, case postale, 3001 BERN

169336

Hotel Cacciatori Cademario / Ticino

The green-park hotel
www.hoteltacciatori.ch
Ticino

Für unser Hotel (50 Betten) mit bekanntem Spezialitätenrestaurant oberhalb Lugano suchen wir ab 1. April bis Ende Oktober oder nach Vereinbarung:

**Chef Saucier mit Erfahrung
Restaurationskellner/
-tochter
Chef de rang
Commis de rang
Réceptionist/in D/F
Zimmer-/Lingeriemädchen**

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Foto:

Fam. A. Erni, Hotel Cacciatori,
6936 Cademario
E-Mail: info@hoteltacciatori.ch
Tel. 091 605 22 36 Fax 031 604 58 37

169453

htr STELLENGESUCHE

Suchen Sie mich?

**Eidg. dipl. Restaurateur/
Restaurationsleiter FA**

CH, 34 J. sucht eine neue Herausforderung in der Gastronomie/Hotellerie oder verwandter Branche.

Mein Bewerbungsossier wartet auf Sie unter Chiffre 169455 an [hotel + tourismus revue](mailto:hotel+tourismusrevue), Postfach, 3001 Bern.

169455



6935 Bosco Luganese

Tel. 091 611 51 11 – Fax 091 611 51 10

E-Mail: margherita.ch@bluewin.ch
Internet: www.relaischateaux.com/margherita

Für unser renommiertes Relais & Châteaux-Hotel (4 Sterne), 60 Betten, 7 km von Lugano, suchen wir von Ostern bis Oktober

Réceptionist/in

mit Berufserfahrung, freundlichem und sicherem Auftreten, EDV-Fidelio-kundig, sprachgewandt D, I plus E oder F.

Chef de Partie/Chef-Stellvertreter

zur Zusammenarbeit in kleiner Brigade.

Servicefachmitarbeiter/ Ablösung Chef de Service

zur Zusammenarbeit mit unserem langjährigen Maître d'hôtel. Sprachen D, I, F, E.

Servicefachmitarbeiter

Zuvorkommenden Service für anspruchsvolle Gäste. Sprachen D, I.

Zimmer-/Lingeriemitarbeiterin

mit mehrjähriger Berufserfahrung. Sprachen D, I.

Haus-, Küchen- und Gartenmitarbeiter

Allrounder, Fahrbewilligung. Sprachen D, I.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Zeugniskopien und Foto.

Frau M. Poretti, Hotel Villa Margherita
CH-6935 Bosco Luganese

169447

IWCAsuisse ricerca

5 WEB-REDACTOR

di lingua portoghese, inglese, croata, tedesca e francese, per e-magazine d'informazione eno-tecno-turistico-gastronomica.

scrivere a: editor@iwcasuisse.com

169457

Träumen, sich freuen,
liebevoll umsort sein...

Wir:

Parkhotel Villa Nizza
Via Guidino 14
6902 Lugano Paradiso
Tel. 091 994 17 71
www.villanizza.com

suchen Sie:

Réceptionist/in

mit guten Sprachkenntnissen D/F/E und Hotelerfahrung

Kellner/in D/F/E

Alleinkoch

Ab ca. Mitte März bis ca. Mitte November 2006, zur Ergänzung unseres Teams.

Wir freuen uns auf Ihre komplette Bewerbung.

169487

Ristorante Piazzetta a Ascona

Cerca

a partire da aprile/maggio 2006

Cameriera o cameriere Lingue I/D

Inviare offerte con certificato a
Ristorante Piazzetta, Via Borgo 30,
6612 Ascona

Tel. 091 743 96 25 o 079 768 96 30

169284



Das unter Schweizer Führung stehende Erstklasshotel in den kanadischen Rocky Mountains sucht auf Anfang Mai 2005 Mithilfe in den folgenden Positionen:

**Chef de Partie
Pâtisserie
Etagegouvernante
Réception
Spa-Wellnessbereich**

Falls Sie die nötigen Voraussetzungen mitbringen und sich für ein Jahr Auslandsaufenthalt verpflichten können, senden Sie bitte Ihre Bewerbung (inkl. Ihrer Telefonnummer) an das

Relais & Châteaux Post Hotel
P.O. Box 69 Lake Louise, AB
TOL 1E0 Canada
Fax: 001 403 522 3966
E-Mail: jobs@posthotel.com

Ein Visum, gültig für max. 18 Monate, ist für qualifizierte Bewerber bis zum 35. Altersjahr über das Austauschabkommen zwischen Kanada und der Schweiz sowie auch zwischen Kanada und Deutschland (gültig für max. 12 Monate) erhältlich.

Bitte besuchen Sie unsere Website: www.posthotel.com

169283

Wir suchen für wunderschöne
Hotelanlagen am Ind.Ozean in

KENYA



HOTEL-MANAGER PAARE

ER :Ausgewiesene Ausbildung und Erfahrung in Hotellerie/Gastronomie zwecks selbständiger Führung eines Hotels. Sehr gute Sprachkenntnisse in Englisch notwendig

SIE: Möglichst Erfahrung als Receptionist/in/ Reiseleiterin etc. zwecks Gästebetreuung. Sprachen D/E/F (ev. I) Bedingung

ferner

SCHIFFSFUEHRER/SKIPPER

Tages- & Weekendtoerns mit 12-15 Gästen
Sprachen D/E/F(I) & techn. Verständnis

Eintritte baldmöglichst od.n.V. langjährige Vertragsmöglichkeiten.

Bewerbungen mit Lebenslauf in D + E, Zeugniskopien, Passbild +Ganzfoto an
EFAR CONSULTING AG /Hr. A.F Reichert
Baslerstrasse 275 4123 ALLSCHWIL/Basel

169408

hoteljob

Ihre Stellenvermittlung

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



169417

www.jobs-hotel.ch

TOP Stellenangebote

Tel. 081 382 21 57

htr STELLENVERMITTLUNGEN

Fach- und Kaderstellen- leuten
Professionnels et cadres – emplois et personnel
Professionali et 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:
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23

Leitung Medien / Responsable des médias: Christian Santschi

Verlagsleitung / Chef d'édition: Iris Strebel

Anzeigenverkauf / Vente des annonces: Oliver Egloff (Anzeigenleiter), Marc Moser

E-Mail: inserter@htr.ch

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

- Frontseite / Première page: Fr. 1.67 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Direktion / Direction: Fr. 1.60 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Kaderangebote / annonces cadres / Tourismus: Fr. 1.57 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Stellenangebote / Offres d'emploi: Fr. 1.46 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Stellengesuche / Demandes d'emploi: Fr. 1.43 (exkl. MwSt. / TVA incluse)
- Zuschlag Aufschaltung Internet: Fr. 25.- pro Woche/Anzeige

Termine:

	Nr. 5/2006	Nr. 6/2006	Nr. 7/2006	Nr. 8/2006
- Ausgabe				
- Erscheint	2. 2. 2006	9. 2. 2006	16. 2. 2006	23. 2. 2006
- Anzeigenschluss	30. 1. 2006	6. 2. 2006	13. 2. 2006	20. 2. 2006
- Wiederholungen	30. 1. 2006	6. 2. 2006	13. 2. 2006	20. 2. 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.