

Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 114 (2006)
Heft: 7

Heft

Nutzungsbedingungen

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

Conditions d'utilisation

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

Terms of use

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

Download PDF: 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



TOURISMUS



FOKUS

13, 14



Zermatt | Das Klein Matterhorn soll besser erschlossen werden – mit einem Projekt des Künstlers Heinz Julen.

Biel und Seeland | Biel, Seeland und Berner Jura organisieren ihre Kooperation umfassend neu. Der Tourismus ist Teil davon.

Karin Frick | Die Trendforscherin vom Gottlieb Duttweiler Institut blickt in die Zukunft.

KOMMENTAR

Ein Event für die ganze Schweiz

Christine Künzler

Der Verband Schweizer Wanderwege lanciert die erste Schweizer Wandernacht: In der Vollmondnacht vom 10. auf den 11. Juni soll die ganze Schweiz unterwegs sein. Wenn sich zahlreiche Touristiker beteiligen, könnte die Wandernacht zu einem nachhaltigen Erfolg werden.

Um aus dieser ersten Wandernacht ein alljährliches nationales Event zu machen, sind etwas Fantasie und Flexibilität gefragt: Vielleicht machen Hoteliers für einmal die Nacht zum Tage, lassen ihre Gäste tagsüber schlafen und servieren das Frühstück für einmal abends. Die Gastronomen tischen vor der Wanderung ein stärkendes Abendessen auf und nach Mitternacht ein sättigendes Frühstück, für jene Gäste, die keine Übernachtung gebucht haben. Vielleicht bieten die Gastgeber auch noch ein wohltuendes Fussbad an. Bahnen, Postauto und Schiffe fahren möglicherweise auch mal zu unkonventionellen Zeiten. Geschichtskundige erzählen den Wanderern unterwegs Grusel- und andere Geschichten, führen sie zu Kraftorten oder veranstalten Rituale, Sternkundige wandern mit ihren Gästen auf dem Planetenweg und, und, und.

An der Schweizer Wandernacht können sich alle Touristiker und Tourismusorganisationen beteiligen. Auch jene in den Städten: Sie können für ihre Gäste beispielsweise eine spannende und lange Stadtführung organisieren. Die Vollmondwandernacht ist eine Chance für den Tourismus, schweizweit am gleichen Strick zu ziehen und die Angebote zentral zu vermarkten. Eine Chance auch, Einheimische in den Event einzubinden und künftige Feriengäste zu gewinnen.

Siehe auch Seite 5

Raiffeisen-Aktion

Das Tessin zum halben Preis

«Das ganze Tessin zum halben Preis»: die neueste Aktion, die die Schweizer Raiffeisen-Banken für ihre Mitglieder durchführen.

Gerhard Lob

Die Aktion startet ab 1. März: Raiffeisen-Kunden können ab dann zum halben Preis in 140 Tessiner Hotels schlafen, touristische Einrichtungen besuchen und Verkehrsmittel nutzen. Wer ein Halbtax-Abo besitzt, geniesst sogar 75 Prozent Rabatt für seine Anreise mit dem Zug.

Die Tessiner Touristiker erhoffen sich viel von der neuesten Raiffeisen-Aktion. Zu Recht: Denn die drei früheren Mitgliederaktionen der Bank waren äusserst erfolgreich. Die Aktion «Das ganze Matterhorn zum halben Preis» hat Zermatt im Jahr 2004 zusätzlich 88 000 Logiernächte und einen Umsatz von 14,6 Millionen Franken gebracht. Legendar war die Aktion im Frühjahr 2000 – eine vergünstigte Fahrt auf JungfrauJoch: 120 000 Mitglieder machten in zweieinhalb Monaten von der Offerte Gebrauch. Auch die Aktion «Expo» war ein Renner.

Siehe Seite 4



Raiffeisen-Aktion im Tessin. Die Kunden der Bank können ab 1. März im Tessin nicht nur günstiger übernachten, sondern auch noch Schiffe, Bahnen und Busse benutzen.

Foto: Swiss-Image

Abstimmung

20 Mio. für die Porta Alpina

Die Bündner haben am Wochenende klar Stellung bezogen: Sie bewilligen den Kantonsbeitrag von 20 Mio. Franken an die Porta Alpina mit einem Ja-Stimmen-Anteil von 71 Prozent. Die Hoteliers in der Surselva freuen sich darüber, wie eine Umfrage der htr zeigt. Sie machen sich aber schon jetzt Gedanken, welche Herausforderungen auf sie zukommen könnten. Der geplante, 800 Meter lange Lift verbindet den Gotthard-Tunnel mit Sedrun. TL

Siehe Seite 3

Tourismusmarkt wird massiv grösser

Der neue World Tourism Barometer der UNWTO muss interpretiert und in die angemessene Perspektive gestellt werden: Ein Interview mit dem Tourismus-Chef des Seco, Peter Keller.

Die Zahl der touristischen Ankünfte hat weltweit im 2005 um 5,5% zugenommen: auf erstmals über 800 Millionen. Dies nach einer Zunahme um sogar 10% bereits im 2004. Welche sind die Treiber dieser Entwicklung? Peter Keller, Resortleiter Tourismus des Seco, bezeichnet die Zahlen im htr-Interview als erfreulich und nicht selbstverständlich, da

Siehe Seite 2

die internationale Tourismussachfrage trotz negativer exogener Variablen im Bereich von Sicherheit und Gesundheit volatil geworden ist». Man sehe hier «die Folge der Gleichzeitigkeit der Einführung der Marktwirtschaft, der Liberalisierung an den Grenzen und der damit verbundenen Produktivitäts- und Wohlstandssteigerung in zahlreichen, vor allem auch grösseren Ländern, wie beispielsweise Brasilien, Russland, Indien, China». Und das Reisen werde immer einfacher und günstiger. Das führt zur grossen Markterweiterung. KJV

Ausbildung

Aus der Hilfskraft wird eine Köchin

Auch in Restaurantküchen fehlen die Frauen im oberen Kader. Im Tessin gibt es ein Pilotprojekt für weibliche Küchenhilfen, die sich zu qualifizierten Köchinnen ausbilden lassen wollen. Seit Herbst 2004 läuft das Ausbildungsprogramm, im Juli 2006 gehen die ersten 15 Frauen an die Abschlussprüfung. Das Angebot kann nur dann auch in Zukunft angeboten werden, wenn es vom Kanton Tessin und vom Bund finanziell unterstützt wird. LUE/BD

Siehe Seite 10



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

Wir machen Hotels erfolgreicher.

rebagdata
hotel management solutions
8813 Horgen • Phone +41 44 711 74 10 • www.rebag.ch

protel

HALS- ODER BEINBRUCH.

UMFASSENDE DIENSTLEISTUNGEN.
WWW.HOTELA.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

Weiterbildung aktuell

Qualitätsgütesiegel für den Schweizer Tourismus
 Stufe I
 21./22. Februar 06, Langenthal
 20./21. April 06, Zuzach
 Stufe II
 20./21. März 06, Basel
 14./15. Juni 06, Gwatt / Thun

KOPAS-Ausbildung
 14. März 06, Basel
 18. Mai 06, Bern

Workshops
 06. März 2006, Rhetikon, Graubünden
 13. März 2006, Zielformulierung, Zentral-CH

hotellerie suisse
 www.hotellerieuisse.ch/weiterbildung
 weiterbildung@hotellerieuisse.ch
 Telefon: +41 (0)31 370 4301

ht AUS DEM INHALT

Raiffeisen-Aktion 4	Tourismus Biel Seeland 7	Seminarverpflegung 15
Nach dem Jungfrauoch, der Expo und Zermatt ist das Tessin an der Reihe. Die Schweizer Raiffeisenbanken widmen ihre attraktive Mitglieder-Halbpreis-Aktion 2006/2007 dem Südkanton.	Die Seeland-Region am Jura-Südfuss organisiert ihre Zusammenarbeit umfassend neu. Durch die Erhebung einer Beherbergungsabgabe in den Gemeinden soll die Tourismusorganisation finanziert werden.	Die Verpflegung an Weiterbildungen oder Tagungen soll nicht bloss den Hunger stillen. Sie wird als Bestandteil von Konferenzen immer bedeutender. Der Trend geht in Richtung vollwertige oder vegetarische Kost.
Wander-Event 5	Unesco-Weltnaturerbe 12	Russische Gäste 17
Vom 10. auf den 11. Juni 2006 ist schweizweit die erste (Vollmond)Wandernacht geplant, initiiert vom Verband Schweizer Wanderwege. Organisatoren können ihre Projekte anbieten.	Das Unesco-Weltnaturerbe Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn wurde kaum touristisch genutzt. Um dies zu ändern, machen die Tourismusorganisationen beim Marketing gemeinsame Sache.	Mit 300 000 Übernachtungen jährlich gehören die Russen bereits zu den «Top Ten» des Schweizer Tourismus. Neben neureichen Russen gibt es auch bescheidenere Feriengäste.

ht CAHIER FRANCAIS

Markt Italien CF 1	Genfer Tourismus CF 4
Im Monat Februar kann sich der Schweizer Tourismus verschiedentlich in Italien präsentieren. Die internationale Tourismusmesse in Mailand und die olympischen Spiele von Turin bieten dazu Gelegenheit.	Im vergangenen Jahr registrierte der Genfer Tourismus eine Zunahme der Logiernächte von sieben Prozent. Dazu beigetragen hat unter anderem die Anpassung der Nachfragestrategie.
Ecole des Roches, Bluche CF 3	5-Sterne-Hotels CF 5
Seit Dezember 2005 ist Arie van der Spek neuer Generaldirektor der Hotelfachschule «Les Roches» in Bluche. Er erachtet die Anstellungsaussichten als intakt.	Während die Organisation der Fünf-Sterne-Häuser in der Schweiz während des letzten Jahrhunderts beinahe unverändert war, gibt es seit einiger Zeit bedeutende Veränderungen.

STANDPUNKT

Bergbahn-Management: die Trends

Thomas Bieger*

Das diesjährige Tourismusforum in Zermatt brachte wiederum eine grosse Zahl internationaler Fachkräfte, primär aus dem Bergbahnbereich, zusammen. Drei wesentliche Erkenntnisse nahm ich mit nach Hause:



- Die Investitionen in die Pisten müssen verstärkt werden. Im Zusammenhang mit Schneesporttechniken wie Carving stellen Kunden höhere Ansprüche an die Pisten. Die natürlichen Pisten reichen oft aufgrund ihrer Beschaffenheit, Breite oder Schneesicherheit nicht mehr aus. Entsprechend müssen immer mehr Investitionen in diesem Bereich getätigt werden, der früher gratis zur Verfügung stand. Internationale Fachleute, wie der Generaldirektor von Compagnie des Alpes, betonten, dass früher nur 10% der Investitionen in den Bereich der Pisten geflossen ist. Heute sind es bereits 40%, mit steigender Tendenz.
- Die Bedeutung der Integration neuer Kundengruppen in den Schneesport. In den USA gelang es offensichtlich, verstärkt Zuwanderer für den Schneesport zu begeistern. Dies bedingt neue, moderne und leichte Trainingsmöglichkeiten, neue, spielerische Skischuldidaktik, und vor allem auch Convenience ab dem Auto. Ich habe noch selten Prospekte oder Informationen von Bergbahnen in der Sprache starker Zuwanderungsgruppen in der Schweiz gesehen. Eine wichtige Möglichkeit, neue Kundengruppen zum Schneesport zu führen, wären auch vermehrt Trainingszentren im Unterland in direkter Nähe zu den Städten, wie beispielsweise im Moment von den Bergbahnen Lenk auf dem Gurten bei Bern betrieben.
- Die Stärke des Schneesports als Drei-Generationen-Sport. In den USA macht man offensichtlich auch gute Erfahrungen damit, den Schneesport als eine der wenigen Sportarten zu vermarkten, bei denen drei Generationen einer Familie aktiv miteinander Sport treiben können. Dies bedingt, dass Skigebiete noch vermehrt auf diesem Grundsatz designiert werden können. Mit Schwerpunkt für jede einzelne Generation wie «Langsam-Fahr-Bereiche» oder «Funparks» und mit multiptionalen Attraktionspunkten als Begegnungsorten.

*Thomas Bieger ist Leiter des Instituts für öffentliche Dienstleistungen und Tourismus an der Universität St. Gallen.

Peter Keller

«Schweiz kann nicht mithalten»

Die Weltorganisation für Tourismus UNWTO hat in ihrem World Tourism Barometer provisorische Kennzahlen des Welttourismus bis einschliesslich November 2005 vorgelegt. Peter Keller, Ressortleiter Tourismus beim Seco, stellt die Ergebnisse in Perspektive.

Karl Josef Verding

Die Schweiz lag 2005 bis einschliesslich November gemäss UNWTO-Zahlen um 0,2% über dem durchschnittlichen weltweiten Wachstum der Gäste-Ankünfte von 5,5%. Wie hat sie sich dieses Resultat verdient? In den letzten 15 Jahren lag das Wachstum des internationalen Tourismus der Schweiz und der meisten westeuropäischen Länder prozentmässig stets unter dem weltweiten Trend. Deshalb ist das neueste von der Weltorganisation für Tourismus publizierte Ergebnis erstaunlich und mit Vorsicht zu geniessen. Denn im 2004 gab es in der Schweiz keine offiziellen Daten über internationale Ankünfte in den Beherbergungsbetrieben, sondern nur Zahlen über Hotel-Logiernächte von Ausländern, die auf kleinen Stichproben beruhten.

Welche Anforderungen muss die Schweiz als Reiseland in Zukunft erfüllen, um auf der Höhe des weltweiten Tourismus-Wachstums zu sein? Es ist kein Ziel für die Schweiz, auf der Höhe des weltweiten Tourismus-Wachstums zu sein. Da erst rund 10% der Weltbevölkerung eine Auslandsreise unternehmen, wird der internationale Tourismus in den nächsten Jahren noch stark wachsen. Aufgrund des bereits erreichten touristischen Entwicklungsstandes und der noch verfügbaren Ressourcen an Boden und Arbeitskräften kann unser kleines Land mit diesem Wachstum nicht mithalten. Aus tourismuspolitischer Sicht geht es für die Schweiz darum, unsere touristischen Produkte auf dem Weltmarkt absetzen zu können und damit eine hohe Wertschöpfung zu erzielen.

Die Zahl der touristischen Ankünfte hat weltweit im 2005 um 5,5% zugenommen und erstmals 800 Millionen übertrafen. Dies nach einer Zunahme um sogar 10% bereits im 2004. Welche sind die Treiber dieser Entwicklung? Diese Zahlen sind erfreulich und nicht selbstverständlich, da die internationale Tourismusnachfrage trotz negativer exogener Variablen im Bereich von Sicherheit und Gesundheit volatiliter geworden ist. Die Zahlen sind die Folge der Gleichzeitigkeit der Einführung der Marktwirtschaft, der Liberalisierung an der Grenze und der damit verbundenen Produktivitäts- und Wohlstandssteigerung in zahlreichen, vor allem auch grosseren Ländern wie beispielsweise den BRIC (Brasilien, Russland, Indien, China). Ausserdem wird das Reisen im-



Peter Keller, Der Tourismus-Chef des Seco betont, dass die internationalen Zuwächse den negativen Variablen von Sicherheit und Gesundheit trotzen. Foto: Karl Josef Verding

mer einfacher und günstiger. All dies führt zur grossen Markterweiterung.

Sie haben die BRIC-Länder bereits genannt. Welche Weltregionen profitieren ganz besonders von der Wachstumsentwicklung, und warum? Der Tourismus entwickelt sich vor allem im nordasiatischen Raum ausserordentlich, weil dort grössere Länder stark auf den Tourismus setzen. Die Schwellenländer China, Korea, Taiwan oder

auch Malaysia weisen für die ersten elf Monate von 2005 zweistellige Wachstumsraten auf. Erstaunliche Zuwächse erzielt auch der Nahe Osten, der trotz schwieriger geopolitischer Lage im Durchschnitt der letzten fünf Jahre weltweit das beste Ergebnis erzielt. In beiden Fällen ist der intraregionale Tourismus, also der grenzüberschreitende Reiseverkehr innerhalb des nordasiatischen oder arabischen Raums, der Grund für die starke Zunahme.

Weltweites Wachstum soll sich 2006 leicht abschwächen

Für 2006 soll sich die zuletzt beobachtete Musterung eines durchschnittlich leicht verlangsamt Tourismus-Wachstums in den Weltregionen fortsetzen. In Zusammenarbeit mit der Fundación Premio Arce der Universidad Politécnica de Madrid ist eine Prognose der UNWTO erarbeitet worden, der zufolge bei den weltweiten Touristen-Ankünften ein Wachstum zwischen 4% und 5% im 2006 erwartet wird. Das Wachstum des internationalen Tourismus gemäss den Ankünften wäre damit um einen Prozentpunkt tiefer als im 2005, aber immer noch etwas höher als

die von der UNWTO prognostizierte längerfristige Wachstumsrate des Welttourismus von 4,1%. Dieser Ausblick wird gemäss der Analyse durch die fortgesetzt guten Kennzahlen der weltwirtschaftlichen Entwicklung in den meisten Teilen der Welt gestützt. Was Europa betrifft, so beruht sich die positive Prognose von Fundación Premio Arce der Universidad Politécnica de Madrid und UNWTO auf die verbesserten Aussichten der nationalen Volkswirtschaften und der Kaufkraft in der Eurozone, und hier vor allem im «wichtigsten Quellmarkt Deutschland». KJV

Welche Bedeutung hat das Low-Budget-Fliegen für den Zuwachs der weltweiten Ankünfte? Trotz steigenden Kerosin-Preisen wird das Fliegen für Touristen immer billiger. Der Preiswettbewerb zwischen «low cost carrier» und «network carrier» drückt auf die Tarife. Auch Liniengesellschaften bieten touristische Flüge äusserst günstig an. Für den internationalen Tourismus ist diese Entwicklung gut, die Airlines selbst aber machten im letzten Jahr insgesamt wieder Defizite.

«BEI DEN HOTELPREISEN WIRD ES EINE INTERNATIONALE NIVELLIERUNG NACH OBEN GEBEN.»

Entsprechen auch die Durchschnittspreise der Beherbergung dem Billig-Trend beim Fliegen? Oder sind im Gegenteil die Reisenden bereit, mehr für die Beherbergung zu zahlen, weil das Fliegen billiger geworden ist? Es besteht kein direkter Zusammenhang zwischen dem internationalen Flugmarkt und dem Beherbergungssektor. Obwohl die Zivilluftfahrt auf einer reifen Transporttechnologie basiert, kann sie noch Produktivitätsgewinne erzielen und billiger werden. Im Bereich der Beherbergungswirtschaft ist es schwieriger, die Produktivität zu steigern und die Preise zu senken. Entwicklungs- und Schwellenländer können heute aufgrund billiger Löhne preislich interessant anbieten. Zudem wirkt sich die preisdrückende Marktmacht der Reiseveranstalter aus. Mit dem verbesserten Entwicklungsstand nehmen allerdings auch die Preise im Beherbergungsbereich in diesen Ländern zu. Es gibt eine internationale Nivellierung nach oben. Das Produktivitätsproblem aber bleibt.

Die Destination Europa hat trotz schwacher gesamtwirtschaftlicher Kennzahlen in ihren eigenen Quellmärkten wie Deutschland eine Zunahme der Ankünfte um gut 4% verzeichnet – nur 1% über ihrem langfristigen Trend, aber immerhin ein Plus von 18 Millionen. Wer hat mehr profitiert: die Städte oder die Feriengebiete? Europa ist die grösste touristische Region, sie deckt rund 60% des touristischen Weltmarktes ab. Aufgrund des bereits erreichten touristischen Erschliessungsstandes sind die Zuwächse geringer als in anderen Weltregionen. Nachfrage und Angebot wachsen aber stetig. Europa wurde mit der Öffnung der osteuropäischen und baltischen Märkte grösser. Die Zahl der Hotelzimmer hat in den letzten 15 Jahren um eine Million zugenommen. Die europäischen Welt- und Kulturstädte sind so einzigartig, dass sie zumindest auf den überseeischen Märkten etwas stärker gewachsen sind als die Feriengebiete.

Vereina-Tunnel ist ein Erfolg

■ **Positive Bilanz.** Der vor bald sieben Jahren eröffnete Vereina-Tunnel hat zu einer Nachfragesteigerung im Tourismus des Unterengadins geführt. Einen Boom in den anderen Wirtschaftsbranchen hat die Bahnverbindung mit Autoverlad allerdings nicht ausgelöst. Zu diesem Schluss kommt eine Fallstudie des Bundesamtes für Raumentwicklung und des Kantons Graubünden, die am Montag veröffentlicht wurde. Die Erkenntnisse aus der Studie werden auch für künftige Ver-

kehrsinfrastrukturen als wichtig eingestuft; zum Beispiel für die Porta Alpina im Gotthard-Gebiet (siehe Text unten). Der Bau des Tunnels allein hätte den positiven Effekt freilich nicht ausgelöst. Als entscheidend habe sich erwiesen, dass Akteure der Tourismusbranche auf die verbesserte Verkehrsverbindung reagiert hätten. Es seien neue Angebote geschaffen oder bestehende auf die neuen Möglichkeiten ausgerichtet worden, so die Studienverfasser. *TL/sda*

Info-Auftrag

■ **Abstimmung.** Klosters Tourismus erhält von der Gemeinde auch künftig 500 000 Franken pro Jahr für Informationsaufgaben und die Standortförderung. Die Stimmberechtigten haben eine entsprechende Vorlage mit 532 zu 307 Stimmen gutgeheissen. Der Betrag entspricht den bereits seit 2000 jährlich ausgerichteten Mitteln. Deren Ausschüttung war aber bis 2005 befristet gewesen. Mit der Zustimmung des Souveräns ist der Gemeindebeitrag nun unbefristet gültig. *TL/sda*

Kommissionen gehen runter

■ **Kreditkarten.** Der international tätige Acquirer Concardis senkt kurzfristig seine Disagien für Mastercard- und Visa-Akzeptanzverträge. Concardis gibt damit als einer der ersten Acquirer in der Schweiz die von der Wettbewerbskommission (Weko) beschlossene Senkung der Domestic Interchange Fee an seine Kunden – also auch an Hoteliers und Gastromomen – weiter. Die Interchange Fee ist eine Verrechnungsgebühr, die Acquireur wie Concardis den Kartenheraus-

gebern entrichten müssen, um die Netzwerkkosten zu decken. Diese Gebühr – so will es der Weko-Entscheid – sinkt in den nächsten drei Jahren von 1,8 Prozent auf durchschnittlich 1,3 Prozent (siehe auch htr 6). Da die Interchange Fee ein Bestandteil der Händlerkommission ist, reagiert nun Concardis. «Alle bestehenden Verträge sowie unsere neuen Angebote werden wir im Kommissionsatz deutlich nach unten hin anpassen», hält Geschäftsführer Rainer Sureth fest. *TL*

Klare Position

■ **Landeswerbung.** hotellerie-suisse spricht sich in Bezug auf die koordinierte Landeswerbung für die dritte Variante des Bundesrats aus, die die Fusion von Schweiz Tourismus (ST), Präsenz Schweiz und Standort Schweiz beinhaltet. Wichtig dabei sei, dass die rechtliche Hülle von ST übernommen werde, betont der Verband. Zudem sei nicht nur eine gemeinsame Markenführung, sondern auch eine Kommunikationsplattform mit den Organisationen des Aussenhandels anzustreben. *TL*

Porta Alpina

Hoteliers wollen Chance packen

■ Das Verdikt fiel klar aus: 71 Prozent der Bündner stimmten am Wochenende dem Kantonsbeitrag von 20 Mio. Franken für die Porta Alpina zu. Die Hoteliers in der Surselva freuts. Sie sind aber überzeugt, dass noch viele «Hausaufgaben» gemacht werden müssen.

Theres Lagler

Der 800 Meter lange Lift vom Gotthard-Basistunnel nach Sedrun – die so genannte Porta Alpina – hat am Wochenende eine weitere Hürde genommen. Die Bündner genehmigten den Kantonsbeitrag von 20 Mio. Franken mit 31 845 zu 12 650 Stimmen. «Für Sedrun ist das eine einmalige Chance», findet Andrea Soliva, Mitbesitzerin des Hotels Soliva in Sedrun. Mit dem Lift alleine sei es aber nicht getan, sie vermisse bisher ein ganzheitliches Konzept. «Die Kunst besteht ja darin, neue Gäste anzuziehen und die bisherigen Gäste zu behalten.» Mit allfälligen Investitionen oder Angebotsänderungen will Andrea Soliva noch zuwarten. Schliesslich könne die Porta Alpina, wenn alles rund laufe, frühestens 2015 in Betrieb genommen werden.

Josef Russi, Besitzer des Sporthotels La Cruna in Sedrun, legt trotzdem schon jetzt los. Er verhandelt mit den Banken, um die Renovation seiner Hotelzimmer zu finanzieren und hält Ausschau nach neuen Gästesegmenten. «Ich könnte mir durchaus vorstellen, dass der Semiantourismus zulegen könnte», betont der Hotelier. Bisher sei dies an der langen Anreise gescheitert. Mit der Anbindung an die internatio-



■ Ein unterirdischer Bahnhof mitten im Gotthard-Tunnel. Ganz so geräumig wie auf dem Modellbild wird das neue Tor zur Alpenwelt – die Porta Alpina – kaum ausfallen. Dennoch sind riesige Hoffnungen damit verknüpft. Foto: Visiun Porta Alpina

nale Nord-Süd-Achse werde diese aber halbiert. Russi betont weiter, dass sein Betrieb schon heute von der Neat und der Porta Alpina profitiere. Er habe in den letzten Jahren viele Fachleute beherbergt, die die Baustelle besichtigen wollten, und kürzlich sei ein kanadisches Fernseherteam eine ganze Woche geblieben, um über die Porta Alpina zu berichten. Am Renovieren – allerdings

unabhängig von der Porta Alpina – ist auch Rainer Geissmann, Verwaltungsratspräsident der neuen Disentiserhof AG, die vor kurzem den Disentiserhof mit seinen 157 Ferienwohnungen und dem Globi-Hotel von der Utoring AG übernommen hat. «Die Porta Alpina ist eine tolle Sache, wir haben aber noch viele Hausaufgaben zu lösen», betont er. Das Tal müsse touristisch anders

erschlossen und das Angebot besser auf die Gäste fokussiert werden.

Doch wie gehts nun weiter? Die Vorarbeiten im Tunnel können in Angriff genommen werden, für den Endausbau muss der Bund aber noch eine Kredittranche bewilligen. Es handelt sich um einen Beitrag von 17,5 Mio. Franken, der voraussichtlich in einem Jahr ins Parlament kommt.

St. Moritz

Olympiastadion wird zur Ferienresidenz



■ Neue Zukunft für das alte Olympiastadion. Aussen ändert sich nichts an der Form des markanten Gebäudes, innen entsteht Wohnraum. Foto: Marietta Dedual

■ **Rolf Sachs, Sohn von Gunter Sachs, darf das bau-fällige Olympiastadion im Park des Hotels Kulm in St. Moritz zur Ferienvilla ausbauen.**

Die Stimmberechtigten von St. Moritz haben die dafür erforderliche Änderung des Gestaltungsplanes Kulm-Park genehmigt. Die Vorlage wurde an der Urne mit 800 zu 480 Stimmen gutgeheissen, die Stimmbeteiligung lag bei 46,4 Prozent. Die Planänderung schafft die Voraussetzung, um das Äusseres des Wahrzeichens der Olympischen Spiele von 1928 und 1948 zu erhalten. Ermöglicht wird ein Nutzungstransfer im Park der Eigentümerin, der AG Grandhotels Engadinerkulm. Das Gebäude darf ausgebaut und zur Villa mit 550 Quadratmetern Wohnraum umgebaut werden.

Bedingung ist, dass eine gleich grosse Fläche im Kulm-Park anderswo ungenutzt bleibt. Der in London lebende Möbeldesigner Rolf Sachs, Sohn des Fotografen und Industriellen Gunter Sachs, kann das Olympiastadion für die Dauer von 30 Jahren im Baurecht nutzen. Danach ist ein langjähriges Mietverhältnis vorgesehen. Das Gebäude bleibt im Eigentum der AG Grandhotels Engadinerkulm.

Die Besitzerin des 5-Sterne-Hauses bezeichnete das Projekt im Vorfeld der Abstimmung als letzte Chance, das historische Gebäude vor dem Zerfall zu retten. Auch der Kur- und Verkehrsverein sowie die Gemeindebehörden stellten sich hinter das Vorhaben. Für ein Nein plädierte der Schweizer Heimatschutz. Ein für die Sportgeschichte einmaliges Baudenkmal werde zweckentfremdet, kritisierte er. *TL/sda*

KURZ UND BÜNDIG

Im Hintertreffen

■ Die Wirtschaftskommission des Ständerats berät die neue Regionalpolitik erst nächstes Quartal. Um ein rechtliches Vakuum zu vermeiden, beantragt sie die Verlängerung einiger Erlasse. Ohne dies würde der Einiger-Beschluss im Juni und die Grundlage zur Finanzierung von Interreg-Programmen im Dezember ablaufen. *TL*

Anzeige

KLAFS
Die Wellnesspezialisten

Design, Qualität, Kompetenz und Service vom Marktleader.



Planung Sauna / Sanarium



Dampfbad Whirlpool



Thermen Eisgrotten

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

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

Hauptstrasse
KLAFS
Klafs Saunabau AG

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

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

Neu: «Historic Switzerland»

■ **Marketingkooperation.** Der Verein Swiss Historic Hotels (SHH) und Schweiz Tourismus (ST) sind eine Marketingkooperation eingegangen. Auf Anfang 2007 soll die Kampagne «Historic Switzerland» lanciert werden: historische Highlights in den Bereichen Hotels, Bahnen, Schiffe, Museen, Restaurants oder Wege. Damit sollen rund 30 Leistungsträger eine Präsentationsplattform bei ST erhalten. «Diese Angebote müssen geschichtlich und touristisch bedeutend sein, denkmalpflegerisch

echt oder technikgeschichtlich relevant, denn es geht im weitesten Sinn um Retro ohne Nostalgie, um das Perfect Past», schreibt ST. Mit dem Vertrag übernimmt ST ab 2007 die Vermarktung der SHH. Momentan gehören dem Verein 20 Hotels an, weitere 15 sollen in nächster Zeit dazukommen. Die Marke stehe für stilvolle, authentische, sinnliche und lebensfreudige Hotels unterschiedlicher Kategorien, wie beispielsweise das «Badrutt's Palace» in St. Moritz. **CK**

Umgebaut

■ **Gasthaus Berninahas** Das alte Gasthaus am Berninapass wurde während der letzten zweieinhalb Jahren etappenweise saniert. Bei der Renovation stand die traditionelle Bauweise im Zentrum; ebenfalls berücksichtigt wurden Faktoren wie Natur, Ruhe, Entschleunigung und Tradition. Die Zimmer, alle frisch renoviert, sind ausgestattet mit zeitgemäßem Komfort. Neu verfügen alle über Dusche/WC und je nach Zimmerkategorie auch über Satellitenfernsehen. **CK**

Redizor steigert Gewinn stark

■ **Erfolgskurs.** Der Hotel-Konzern Redizor SAS Hospitality erzielte letztes Jahr Erträge von 587 Mio. Euro. Im Vergleich zum Vorjahr entsprache dies einem Zuwachs von 17,7 Prozent, teilte das global tätige Unternehmen mit. Der Gewinn vor Steuern lag bei 31,6 Mio. Euro, im Vergleich zu 4,2 Mio. Euro im Vorjahr. Darin enthalten sind 6,2 Mio. Euro aus dem Verkauf der Anteile am Radisson-SAS-Hotel Flughafen London Stansted. Laut CEO Kurt Ritter konnte der Konzern 29 neue

Hotels vertraglich binden, darunter 15 Radisson SAS, 13 Park Inn und ein Lifestyle; das entspricht einem Zuwachs von nahezu 5000 Zimmern. «Gemessen an der Zahl der Zimmer sind wir 2005 um 16 Prozent gewachsen», so Ritter weiter. Redizor SAS betreibt insgesamt 267 Hotels in 49 Ländern und arbeitet eng mit Radisson SAS zusammen. Diesen Sommer eröffnet Radisson SAS in Luzern nahe dem KKL einen Betrieb, der ganz auf das Segment Kongress-tourismus setzt. **HRF**

Cube wächst

■ **Neue Destinationen.** Cube, die Homebase für Bergsportbegeisterte, eröffnet – voraussichtlich im Dezember – in Österreich zwei neue Destinationen: Cube Annaberg und Cube Biberwier. «Wir rechnen mit einem Vertragsabschluss in den kommenden Wochen, dann folgt der Baustart», sagt Cube-Sprecher Rudolf Tucek. Weitere Cubes sind 2007 geplant. Bereits offen ist Cube Savognin mit 266 Betten in 76 Zimmern, alle mit eigenen Duschen und WC. **HRF**

Zermatt

Heinz Julen siegt mit Projekt für Klein Matterhorn

■ Das Klein Matterhorn wird besser erschlossen – mit einem Projekt des Künstlers Heinz Julen und des Architekten Ueli Lehmann. Dadurch erhoffen sich die Zermatt Bergbahnen, im Frühjahr und im Sommer die Zermatter Hotels besser auslasten können.

Herbert Fischer

Die Zermatt Bergbahnen beabsichtigen, das Klein Matterhorn attraktiv auszubauen «und ihm so zu weltweiter Publizität» zu verhelfen; dies teilt ihr CEO Christen Baumann mit. Darum haben sie fünf verschiedene Studien geprüft, welche Möglichkeiten für den Ausbau der jetzigen Aussichtsplattform auf 3380 Metern über Meer und der Infrastruktur abgeklärt hatten. Nun hat sich der Verwaltungsrat der Bergbahnen für das Projekt «dream peak» von Heinz Julen (Zermatt) und Ueli Lehmann (Zürich) entschieden.

Den Konturen des Matterhorns nachempfunden

Julen (Zermatt) und Lehmann (Zürich) wollen die Infrastruktur auf dem Klein Matterhorn mittelfristig mit Aufenthaltsräumen, WC-Anlagen, unterirdischem Zugang zum Gletscherpalast, Restaurant und Übernachtungsmöglichkeiten erweitern. Die «Einzigartigkeit des Projekt» liege unter anderem in den zwei Aussichtsplattformen, die mit Vertikalfilmen erschlossen werden, so Christen Baumann von den Zermatt-Bergbahnen weiter. Eine Plattform ist direkt über dem Gletscher und die andere 120 Meter über dem Gipfel auf 4000 Metern vorgesehen. Die Silhouette des Projekts «dream peak» ist den Konturen des Matterhorns nachgebildet. Vorabklärungen hätten ergeben, dass das Projekt von Heinz Julen und Ueli Lehmann technisch realisierbar sei und die Erschliessung mit Vertikalfilmen «ohne weiteres möglich ist».

Heinz Julen liefert Ideen, Realisator ist der Architekt

Die Bergbahnen beabsichtigen laut Christen Baumann, «diesen Peak attraktiv auszubauen»: Dadurch sollen vor allem im Frühjahr und im Sommer, wenn grosse Kapazitäten der Hotels und der Ferienwohnungen brach liegen, neue Gäste hinzugewonnen und die Auslastung in Zermatt verbessert werden. Die Zermatt Bergbahnen werden «in einer nächsten Phase die weiteren Schritte im Rahmen einer sorgfältigen Planung für das Gesamtprojekt aufarbeiten». Laut Baumann «wirkt Julen als Ideengeber mit, während Architekt Lehmann für die Umsetzung zuständig ist». Heinz Julen hatte auch das inzwischen wieder abgerissene «Into the Hotel» in Zermatt gestaltet.

Mitglieder-Aktion

Raiffeisen pusht jetzt das Tessin

■ Nach dem Jungfraujoch, der Expo und Zermatt ist das Tessin an der Reihe. Die Schweizer Raiffeisenbanken widmen ihre attraktive Mitglieder-Halbpreis-Aktion 2006/2007 dem Südkanton. Die Erwartungen seitens der Touristiker sind hoch gesteckt.

Gerhard Lob

Am 1. März ist es so weit: Dann startet die Raiffeisen-Aktion «Das ganze Tessin zum halben Preis». Dreizehn Monate lang, bis 31. März 2007, können Mitglieder einer Schweizer Raiffeisen-Bank zu besonders günstigen Bedingungen auf einen Urlaubstrip ins Tessin fahren. Auf die Anreise mit der Bahn (SBB, Centovalli) wird eine Ermässigung von 50 Prozent gewährt, mit dem Halbtax-Abo sind es sogar 75 Prozent. Nur den halben Preis bezahlt man für eine Übernachtung in einem der 140 – von rund 500 – Hotels, die sich an der Aktion beteiligen. Bis zu zwei Kinder können gratis mit den Eltern im selben Zimmer übernachten. Dazu gibt es eine spezielle Touristenkarte, mit der öffentliche Verkehrsmittel, Bergbahnen und touristische Einrichtungen zum halben Preis benutzt beziehungsweise besucht werden können. Für die 80 000 Tessiner Mitglieder der Raiffeisen-Banken wird diese Karte eine Gültigkeitsdauer von einem Jahr haben.

Das Angebot geht landesweit an insgesamt 1,2 Millionen Mitglieder der Raiffeisen-Banken. Dementsprechend gross sind die Erwartungen der Tessiner Touristiker.

Die Tessiner Touristiker erwarten viele Gäste

Der Tessiner Verkehrsverein erhofft sich in Folge der Raiffeisen-Aktion für das laufende Jahr zusätzliche 200 000 Übernachtungen in Hotels und zusätzliche 200 000 Nutzungen öffentlicher Verkehrsmittel und Bergbahnen. Auch Restaurants und Geschäfte sollten den Ansturm der Kurzzeiturlauber spüren. «Der Enthusiasmus im Tessin für die Raiffeisen-Aktion ist enorm», sagte Tiziano Gagliardi, Direktor des Tessiner Verkehrsvereins, bereits an der letzten Generalversammlung von Hotellerie-Ticino. Er darf auch zufrieden sein, weil dank der Raiffeisen-Aktion viele institutionelle Partner der Schweiz und des Tessins für einmal an einem Strick ziehen: Schweizerische Bundesbahnen SBB, der Verband öffentlicher und touristischer Verkehrsunternehmungen im Tessin (Utp), Hotellerie Suisse Ticino und Gastroticino.

Die grossen Erwartungen hängen eng mit den Erfahrungen beziehungsweise Erfolgen anderer Schweizer Regionen mit Raiffeisen-Aktionen zusammen. Legendär ist die Aktion im Frühjahr 2000 zum Jungfraujoch, an der so viele Personen teilnahmen, dass



■ «Das ganze Tessin zum halben Preis». Die Raiffeisen-Aktion soll möglichst viele Gäste in den Kanton Tessin bringen. Die Voraussetzungen sind gut. Das zeigen Erfahrungen aus anderen Destinationen. Fotos: Swiss Image

die Gültigkeit der Aktionstickets beim Benutzen der Jungfraubahn eingeschränkt werden musste. 120 000 Mitglieder machten in zweieinhalb Monaten von der Offerte Gebrauch.

Auch zwei Jahr später war die Aktion «Zum halben Preis an die Expo.02» ein Renner. Teilnehmerzahl: 252 000. Schliesslich folgte im Jahr 2004 die «Aktion Matterhorn», die in Zermatt zusätzliche 88 000 Übernachtungen von 55 000 Raiffeisen-Mitgliedern generierte. Hotels, Bergbahnen und Restaurants in Zermatt jubelten über einen zusätzlichen Umsatz von 14,6 Millionen Franken. Und sie freuten sich vor allem, dass so viele Schweizer den Weg nach Zermatt fanden. Das tat der Stimmung im Dorf gut.

Raiffeisen sorgt für umfassendes Marketing

Die Raiffeisen-Banken wollen mit der Halbpreisaktion, die alle zwei Jahre stattfindet, ihren Mitgliedern ein Treugeschenk offerieren und touristisch interessante Regionen der Schweiz zu einem günstigen Preis zugänglich machen. Entgegen einer weit verbreiteten Meinung bezahlen die Raiffeisen-Banken nicht den Leistungserbringern (Hotels, Bergbahnen) den Einnahmeausfall. Dieser wird von den Hotels selber erbracht, die ihre Zimmer zum halben Preis für eine Nacht anbieten.

Der gewichtige Beitrag der Raiffeisen-Banken fliesst in eine gezielte Werbekampagne, die sich – wie im Falle des Tessins – eine einzelne Desti-

nation nie leisten könnte. Für «Ticino-Raiffeisen» sind allein 5,5 Millionen Franken budgetiert. Die Kampagne reicht von der individuellen Information der Mitglieder über Ticino-Schaukästen in den Bankfilialen bis zur hauseigenen Zeitschrift Panorama und einer speziellen Website (www.raiffeisen.ch/ticino).

Wie die Erfahrungen aus Zermatt zeigen, profitieren viele Hotels von der Raiffeisen-Aktion, auch wenn sie selber

auf die erste Nacht (zum halben Preis) etwas zuschiessen müssen. Denn häufig buchen die Kunden zusätzlich eine oder mehrere Anschlussnächte, die dann voll verrechnet werden. Gerade für Destinationen wie das Tessin, die immer stärker als Kurzferienziel oder für einen Wochenendtrip gefragt sind, stellt die Raiffeisen-Aktion eine gute Gelegenheit dar, in der Romandie und in der Deutschschweiz im Gespräch zu bleiben.

Eine Flasche Merlot für die Raiffeisen-Gäste



■ Eine Flasche Merlot. Ein geschenktes Souvenir.

Ein besonderes Geschenk winkt allen Teilnehmern der Raiffeisen-Aktion, die im Tessin übernachten, in Form einer Flasche Merlot. Dies ist kein Zufall: Denn die bekannteste Weinsorte des Tessins feiert dieses Jahr ihren 100. Geburtstag. 1906 gab es die ersten Versuchsergebnisse mit dem Merlot, der damals zusammen mit anderen französischen und italienischen Sorten getestet wurde (Pinot, Cabernet, Barbera, Nebbiolo und andere). Zum Jubiläum der Traube, die für das Tessin geradezu ein Symbol geworden ist, wurde ein eigenes Komitee gegründet, das für Einheimische, Touristen und alle Freunde von Wein und Gastronomie eine sehr reichhaltige Agenda zusammen gestellt hat – mit Konferenzen, Degustationen, Konzerten, Wanderungen durch die Weinberge und vielem mehr (Details im Internet unter www.merlot06.ch). **GL**



■ Der Mondschein ist des Wanders Lust: Die schweizweite Wandernacht, die dieses Jahr erstmals vom 10. auf den 11. Juni durchgeführt werden soll, kann sich zu einem alljährlichen touristischen Event entwickeln. Foto: zvg

Event für die ganze Schweiz

Mit dem Mond wandern

■ Vom 10. auf den 11. Juni 2006 ist schweizweit die erste (Vollmond)Wandernacht geplant. Initiiert wird sie vom Verband Schweizer Wanderwege. Gestern ist die Internetseite aufgeschaltet worden, in der Organisatoren ihre Projekte anbieten können.

Christine Künzler

Veranstalter, Bahnen, Hoteliers, Tourismusorganisationen, Gastrobetriebe, Vereine oder Kultur- und Freizeitzentren sind nun aufgerufen, in ihrer Region eine Nachtwanderung zu organisieren. Die Angebote und Packages können sie unter der gestern aufgeschalteten Site www.wandernacht.ch eintragen. Kostenpunkt: 100 Franken pro Eintrag. Die Internetplattform ist sowohl Leistungsträger als auch dem Publikum zugänglich.

Entstanden ist die Idee, vom Samstag 10. auf Sonntag 11. Juni in der ganzen Schweiz eine Wandernacht durchzuführen, aus zwei Gründen: einerseits, weil die Schweizer Wanderwege (SAW) mit einem neuen Leitbild offensiver in der Öffentlichkeit auftreten wollen, andererseits weil sie eine Fundraising-Aktion planen. Der Verband – er betreibt Lobbying für die Wanderinteressenten und hat eine Leistungsvereinbarung mit dem Bund abgeschlossen – ist auf Spenden angewiesen. So will der SAW beispielsweise im März den Wanderpass lancieren: Er enthält Wandervorschläge und Gutscheine für Vergünstigungen. Verschickt wird er an alle Spenderadressen. Er kann für 15 Franken auch gekauft werden.

Die Wandernacht soll jährlich durchgeführt werden

Die Wandernacht ist als Ergänzung zum Gutscheineheft gedacht. «Für uns ist es wichtig, mit dem Tourismus Kontakt zu knüpfen», sagt Peter Gschwend, Leiter Marketing Kommunikation der SAW. «Deshalb lancieren wir den nationalen Event. Unser Ziel ist, die Wandernacht jährlich durchzuführen.» Die Angebote, so Gschwend, sollen die Touristiker einbringen, die Kommunikationsplattform werde von den Schweizer Wanderwegen zur Verfügung gestellt. «Wir erhoffen uns, dass dieser gemeinsame Anlass das Zusammen-

gehörigkeitsgefühl stärkt.» So wünsche er sich, dass sich möglichst viele Touristiker beteiligen.

Einige Touristiker haben bereits ein Angebot für die Wandernacht kreiert. Zum Beispiel Thurgau Tourismus. «Wir beginnen die Wanderung beim Kloster Fischingen. Dort können die Gäste abends am Vesper teilnehmen», sagt Patricia Bucher, Direktorin Thurgau Tourismus. Nach einem Klosterrundgang geht es nach 21 Uhr auf die Wanderung. «Wir stellen zwei Routen mit unterschiedlichem Schwierigkeitsgrad zur Auswahl.» Unterwegs können sich die Wanderer auf einem Bauernhof verpflegen, Referenten zuhören und auch noch eine Kutschenfahrt buchen. Beendet wird die Wandernacht um Mitternacht mit einem Konzert in der Klosterbibliothek. Das Package umfasst die Übernachtung im Kloster oder in einem Hotel in der Nähe.

«Am nächsten Tag organisieren wir auch eine Tageswanderung», so Patricia Bucher. Nur ein kleines Marketingbudget steht den Thurgauern für die Wandernacht zur Verfügung. Damit will Patricia Bucher «einen Flyer und ein paar kleine Inserate» bezahlen. «Wir werden die Wandernacht zusätzlich in unserm Newsletter publizieren.»

Nacht-Events auf dem «Weg der Schweiz»

Auf dem «Weg der Schweiz» – in diesem Jahr 15 Jahre alt – wird ebenfalls eine Nachtwanderung stattfinden. Und zwar von verschiedenen Standorten aus mit jeweils unterschiedlichen Routen: Von Bauen, Sisikon und Morschach. Alle Wanderungen sind an ein Event gekoppelt. Das Resort Swiss Holiday Park in Morschach lädt zum abendlichen Bad und Spaghettiplausch.

«Unser Programm ist noch nicht ganz definitiv», hält Beatrice Strüby, Geschäftsführerin von Brunnen Tourismus, fest. Die Wandernacht ist Teil von verschiedenen Nacht-Events, die im Laufe des Jahres auf dem «Weg der Schweiz» durchgeführt werden: zum Beispiel die Lichternacht, die Feuer-Nacht, die Schweizer-Geburtstags-Nacht, die Film- und Musik-Nacht. «Betreffend Vermarktung sind wir bereits im Gespräch mit lokalen Radiosendern und Zeitungen, welche ein Medienpatronat übernehmen werden», sagt Beatrice Strüby. «Weiter werden wir einen Flyer erstellen und

werden durch die Präsenz auf den Zentralschweizer Internetplattformen E-Marketing betreiben.»

Lenk will «grösserer Partner» der Wandernacht sein

«Wir wollen als grösserer Partner bei der Wandernacht mitmachen», sagt Jürg Moor, Projektleiter Wandernacht beim Tourist Center Lenk. Das definitive Programm stehe noch nicht, doch geplant sei, «ein richtiges Event auf die Beine zu stellen». Möglicherweise werde das im Rahmen des Simmentaler Waldfeuers sein, das schon letztes Jahr an drei Orten im Simmental gezündet worden sei und rund 120 Gäste angelockt habe. «Wie werden für Verpflegung sorgen, und die Bahnen werden nachts fahren», so Moor. «Zudem werden Sagen und Geschichten erzählt. Wir wollen dem ganzen Anlass etwas Mystisches verleihen.» Die Tourismusorganisation Lenk will für die Wandernacht ein Package schnüren.

Auch im bündnerischen Val Müstair soll vom 10. bis 11. Juni nachts gewandert werden. Laut Mathias Zumoberhaus von Schanfigg Tourismus sind zwei unterschiedliche Wanderungen geplant: «Eine auf den Piz Chavalatsch, wo wir dann grillieren, die andere zum Wasserfall Aua da Pisch, wo ebenfalls grilliert wird.»

Organisationen aus der ganzen Schweiz machen mit

Aus dem Tessin hat bereits Bellinzona die Organisation einer Wandernacht zugesagt. «Das Programm steht aber noch nicht», sagt Bellinzonas Tourismusdirektor Franco Ruinelli, der auch im Ausschuss der Schweizer Wanderwege sitzt. Ihm schwebt eine Kopplung mit dem Festa d'Alpia vor, das zufällig am selben Wochenende stattfindet. Das ist ein Jahresfest, an dem Bauern beteiligt sind und ihre Produkte vorstellen. «Ich stelle mir einen Mini-lehrpfad vor, an dem sich die Bauern beteiligen», so Ruinelli.

Weitere Zusagen für die Wandernacht hat Projektleiter Peter Gschwend unter anderen erhalten von der Zürcher Wanderwegen, aus der Romandie – zum Beispiel vom Office du Tourisme in Châtel-St-Denis und von Téléndaz –, aus dem Wallis, dem Berner Oberland, aus Appenzell, der Zentralschweiz, dem Bündnerland und vom Schweizer Alpenclub.

KURZ UND BÜNDIG

Basel mit guten Januarzahlen

■ Die Basler Tourismusstatistik verzeichnet für den Monat Januar 61 202 Übernachtungen. Das entspricht gegenüber dem Vorjahresvergleich 9,3 Prozent Zuwachs. Dies ist zudem der höchste Wert seit langem und er liegt knapp 20 Prozent über dem Januarwert der letzten zehn Jahre, wie das Statistische Amt Basel-Stadt mitteilt. HRF

Die Aussteller zeigten sich zufrieden mit dem Interesse der Besucher. 505 in- und ausländische Aussteller aus dem Tourismus nahmen an der Ferienmesse teil, rund 50 mehr als im Vorjahr. CK/Isda

Neue Fitnessgeräte

■ Das Hotel Seedamm Plaza in Pfäfers hat neue Fitnessgeräte installiert: KinesisTM. Damit würden mehrere Muskelgruppen auf verschiedenen Bewegungsebenen aktiviert, die Kraft werde gefördert und die Stabilität der Körperhaltung bewahrt. KinesisTM basiere auf freier, natürlicher und dreidimensionaler Bewegung, und die Geräte ermöglichen mehr als 250 Übungen. Die individuelle Benutzung sei gewährleistet dank eines Monitors, an welchem die Übungen gezeigt würden. CK

Besucherkonstant

■ Rund 34 000 Personen haben die am Sonntag zu Ende gegangene 17. Ferienmesse in St. Gallen besucht. Das sind in etwa gleich viele Leute wie im Vorjahr.

Anzeige

Frische für Profis.

Cash+Carry

CCA Angehrn

Frische für Profis.

CCA-Frischmarkt

CCA-Lebensmittelmarkt

CCA-Nonfoodmarkt

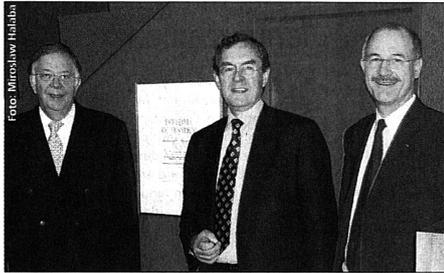
CCA Gossau SG
CCA Brüttisellen
CCA Spreitenbach
CCA Bern

CCA Luzern
CCA Rapperswil
CCA Sargans
CCA Frauenfeld

www.cca-angehrn.ch
Ihr Gratis-Draht zum nächsten CCA:
0800 ANGEHRN

Australische Partnerschule zu Besuch in Bern

■ **hotellerieuisse.** hotellerieuisse empfing am Geschäftssitz in Bern Gerald J. Lipmann (Mitte), Generaldirektor der Partnerschule College of Hotel Management in Adelaide (Australien). Das Treffen, geleitet von hotellerieuisse-CEO Christoph Juen (rechts) und Jean-Michel Illi, verantwortlich für das Bureau Romand von hotellerieuisse in Lausanne, drehte sich unter anderem um die Ansprechperson, die nach Illis Pensionierung für die Partnerschule zuständig sein wird. **MHICK**



Anerkennung

■ **Unternehmerpreis 2006.** Der Swiss Venture Club hat am Dienstag zum 4. Mal den Unternehmerpreis Espace Mittelland vergeben. Unter den sechs Nominierten befand sich auch ein Hotelbetrieb – nämlich das Grandhotel Giessbach in Brienz. Umweltschützer Franz Weber, der das historische Hotel 1983 vor der Schliessung rettete, musste sich schliesslich mit dem 4. Platz begnügen. Der Hauptpreis ging an die Scott Sports AG für Innovationen im Ski- und Velobereich. **TL**

Wettbewerb

■ **Kochbuch-Gewinner.** Die Wettbewerbsfrage in der htr vom 26. Januar lautete: «Zum wievielten Mal wird das Gourmetfestival in St. Moritz ausgetragen?» Anne-Marie Maurer aus Oberrohringen, Dirk Schied aus Davos-Laret und Suad Sadok aus Feldmeilen haben mit «zum 13. Mal» richtig geantwortet und wurden als Gewinner eines Kochbuches ausgelost. Zu gewinnen gab es je ein Werk von Horst Petermann, Bernd Ackermann und Roland Jöhri. **RD**

ZITAT DER WOCHE

«Es ist kein Ziel für die Schweiz, auf der Höhe des weltweiten Tourismus-Wachstums zu sein.»

Peter Keller
Ressortleiter Tourismus
beim Seco
im Interview
auf Seite 2

BUSINESS-PEOPLE



■ **Gilles Dind** ist von Schweiz Tourismus zum neuen Landesleiter für den Markt Spanien gewählt worden. Er tritt seine Funktion am 1. Juli an – anlässlich der Eröffnung der neuen Vertretung von Schweiz Tourismus in Barcelona. Der 32-jährige Tourismusfachmann und Marketingplaner arbeitet seit 2003 als Marketingverantwortlicher für den Markt Frankreich in Paris. Zusammen mit seinem Team hat er zur positiven Nachfrageentwicklung im französischen Markt beigetragen. **CK**

■ **Emanuel Berger**, Direktor Hotel Victoria-Jungfrau in Interlaken, ist mit dem Award «European Hotel Manager of the Year» ausgezeichnet worden. Die Award-Übergabe fand zum Abschluss der jährlichen Generalversammlung der EHMA in Budapest statt. Die EHMA gruppiert die europäische Hotellerie und stellt das Netzwerk und den Erfahrungsaustausch unter den Hoteliers in der Liga der Luxushotellerie sicher. Alljährlich wird ein Hotelier durch die Mitglieder der Vereinigung zum «European Hotel Manager of the Year» gewählt. **CK**

■ **Markus Conzelmann** (41), der bisherige General Manager des Park Inn Zurich Airport, ist per Anfang Februar 2006 zum General Manager des neuen Radisson SAS Hotel Luzern berufen worden, welches im Juli 2006 eröffnet wird. Neuer General Manager im Park Inn Zurich Airport wird der gebürtige Schweizer **Andreas Stöckli** (37). **DST**

■ **Marc Ziegler** (41) ist neu Leiter des Seilbahn-Kompetenz-Zentrums (SKZ) in Meiringen. Ziegler arbeitete nach seiner Lehre als Maschinenschlosser unter anderem als Betriebsmechaniker bei den Bergbahnen Grindelwald-First und der Grindelwald Sports AG und liess sich zum Bergführer und Betriebsökonom ausbilden. **DST**



■ **Schnelle Pferde.** Galopp- und Trabrennen sowie das exklusive Skijöring auf dem zugefrorenen See lockten wiederum Tausende von Zuschauern nach St. Moritz.

Foto: Swiss-Image

St. Moritz

Galopp auf dem gefrorenen See

■ Auch am zweiten Tag des White Turf 2006 – am 12. Februar – herrschten auf dem zugefrorenen See von St. Moritz traumhafte Bedingungen. 10 000 Personen strömten auf die Bahn und wetteten 95 022 Franken; vor zwölf Monaten waren es noch 77 613 Franken.

Im sportlichen Mittelpunkt stand der «BMW – Grosser Traberpreis von Pontresina». Sieger wurde der elfjährige Wallach Hesperbet mit seinem Fahrer und Trainer Renaud Pujol. Das zweite

Trabrennen sah im «Grand Prix Diners Club» Mini-t-elle-Peccau als Siegerin. Frauenpower herrschte vor, denn im Sulky sass Laurence Kindler.

Aus dem Programm der Galopper ragte der «Grand Prix Christoffel Bau Trophy» hervor. Lamirel unter Markus Kolb erreichte in lockerer Art einen Start-Ziel-Sieg. Die «Credit Suisse Skijöring-Trophy» wurde vom fünfjährigen Wallach und dessen Fahrer Adrian von Gunten gewonnen. **DST**

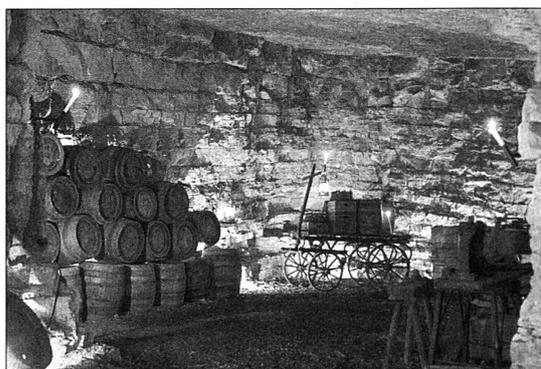
Genau wie an den anderen Renntagen wurde auch diesmal eine Skijöring-Nostalgieparade präsentiert. Die Zuschauer bekamen Eindrücke, mit welcher Ausstattung die St. Moritzer Weltexklusivität vor rund 100 Jahren, vor 80 Jahren und vor 60 Jahren gelaufen wurde. Riesenjubel herrschte beim Rentierrennen mit dem Mountainbiker Thomas Frischknecht als Sieger. Er verwies den Beachvolleyballer Patrick Heuschner knapp auf den Ehrenplatz. **DST**

130 Jahre Feldschlösschen

Im Felsenkeller lagert wieder Bier

■ Zum diesjährigen 130. Geburtstag der Brauerei schenkte sich Feldschlösschen die Sanierung ihres historischen Felsenkellers. Der 16 Meter tiefe, bis 6 Meter breite und maximal 3 Meter hohe Keller, der zwischen Magden und Rheinfelden liegt, wurde 1868 in den Kalkschiefer gesprengt und gemeißelt. Gebraucht wurde er bis 1882, bis die Brauerei die erste Eismaschine kaufte. Feldschlösschen-Gründer Theophil Roniger hatte den Keller gebaut, weil er mehr Bier herstellen wollte, als sich in der Gaststätte seines Vaters verkaufen liess, dazu aber ein Lager brauchte, das ganzjährig genutzt werden konnte.

In den letzten Jahrzehnten lag der Felsenkeller brach und drohte sogar aufgrund des Bergdruckes einzustürzen. Jetzt ist er komplett saniert und wird von Feldschlösschen bei Führungen oder für Apéros genutzt. **RD**



■ **Historisches Ambiente.** Im sanierten Feldschlösschen Felsenkeller herrscht ganzjährig eine Temperatur von etwa 10 Grad.

Foto: zvg

GLOSSE

Gaston

Hanspeter Gsell*

■ «Der Kellner war unfreundlich? Das Schnitzel zu dünn? Die Wirtin schlecht rasiert? Fühlen Sie sich frustriert und alleine gelassen? Kein Problem – wir helfen Ihnen weiter. Auf unserer Homepage können Sie Ihren Ärger abladen! Hauen Sie in die Tasten und bestrafen Sie die Täter sofort – anonym und kostenlos.»



Was bis anhin Hotelgästen offen stand, nämlich eine Plattform, auf der man einen Betrieb in die Pfanne hauen oder in den 7. Himmel loben kann, gibt es nun auch für Restaurantgäste. In Basel ist seit einigen Wochen eine Internetseite in Betrieb, auf welcher man die einheimischen Beizen bewerten kann. Weder die Qualität der Küche noch das Angebot sollen qualifiziert werden, sondern die Freundlichkeit und die Aufmerksamkeit des «Personals». Zur Auswahl stehen allerdings nur gerade fünf Möglichkeiten. Drei davon sind negativ (draussen bleiben, zahlen und gehen, zum Aushalten) zwei sind positiv (freundlich und nett, hier bist du König). Das Resultat dieser Benotungen wird laufend aktualisiert und ist in etwa so kontrovers und sinnlos wie die Diskussion über Feinstaub, Filter und Tempo 80.

Gestern Morgen hat mir Kari telefoniert, er sei wieder von Rang 6 auf Rang 26 zurück gefallen. Ich solle ihm doch bitte mithelfen, den Betrieb wieder «auf zu bomben». Kein Problem. Kurzes Mail an alle: sofort maximale Bewertung für Kari abgeben. Vereint hieven wir den Betrieb im Laufe des Tages auf Platz 3. Nebenbei haben wir noch seinen Nachbarn Antonio auf Platz 59 runter gepunktet. Ein Riesenspass! Obwohl – Kari hat heute einen anonymen Drohbrieff erhalten und Polizeischutz beantragt. Aber Antonio war schon immer ein humorloser Mensch.

Morgen werden wir uns Gaston, diesen Schlaumeier, vornehmen. Da sollen doch tatsächlich mehr als 200 Gäste für sein Etablissement gestimmt haben! Pech für Gaston, dass wir aus verlässlicher Quelle wissen, dass er im Januar nie und nimmer 200 sondern höchstens 37 Gäste hatte. Und die waren alle in einem Alter, in dem man das Internet entweder nicht kennt oder es bereits wieder vergessen hat.

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

Reklame

«Schweizer Qualitäts-
Wäsche für höchste
Ansprüche»

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



GASTRONOMIE 14
Köchinnen-Ausbildung | Im Tessin können sich Hilfsköchinnen zu qualifizierten Köchinnen ausbilden lassen.



GASTRONOMIE 10
«Post Haus» in St. Moritz | Jetzt ist es offen, das von Sir Norman Foster entworfene Restaurant im Zentrum von St. Moritz.



TOURISMUS 12
Welterbe | Kantonsübergreifendes Marketing: Das gilt künftig für Ferien im Gebiet Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn.



Genfer Tourismus

Das Resultat einer «guten» Strategie

Der Tourismus im Kanton Genf zeigt sich von seiner gesunden Seite. Im Jahr 2005 nahmen die Logiernächte in der Hotellerie gegenüber 2003 um 7 Prozent zu. Einer der Gründe für die erfreuliche Entwicklung liegt in der Anpassung der Nachfragestrategie.

Miroslaw Halaba

«Wir sind glückliche Leute» sagte Christian Rey, Präsident von Genève Tourisme, anlässlich der Präsentation der Zahlen für das Jahr 2005. Denn die Tourismusverantwortlichen der Calvin-Stadt blicken auf das beste der letzten fünf Jahre zurück. Die Hotellerie verzeichnete gegenüber 2003 150 000 mehr Logiernächte (+7%). François Bryand, Direktor von Genève Tourisme, bezeichnet das Resultat, das 4,5 Prozentpunkte über dem schweizerischen Mittel liegt, als «ermutigend für den Genfer Tourismus».

Zum positiven Ergebnis haben mehrere Faktoren beigetragen: das Anziehen des Welttourismus, der Aufschwung der Billig-Airlines, der günstige Euro-Franken-Wechselkurs sowie das verbesserte Angebot. Zahlreiche Hotels wurden renoviert und es entstand ein zusätzliches Angebot von 900 Zimmern. Ebenfalls positiv ausgewirkt hat sich die weitsichtige Strategie, welche die Diversifikation der Märkte, das Bearbeiten aufstrebender Märkte wie China und Russland sowie die Prioritätensetzung umfasst. «Wir haben den Eindruck, dass unsere Politik der Entwicklung der touristischen Nachfrage entspricht», bilanzierte François Bryand stolz.

Neue Verträge für 23 grosse Kongresse

Der positive Trend dürfte sich fortsetzen. Genf wird insbesondere auf den Geschäftstourismus zählen können, dessen Perspektiven vielversprechend sind. Im Jahr 2005 konnten Verträge für 23 grosse Kongresse unterzeichnet werden, welche in den Jahren 2006 bis 2010 stattfinden werden.

Der Kanton Genf zählt jährlich gegen 13 Millionen Tagesausflügler, die im Schnitt 76 Franken ausgeben. Dies zeigt eine Studie von BAK Basel Economics. Der Tourismus generiert jährlich Einnahmen von 2,5 Mia. Franken und Steuererträge von 120 Mio. Franken. Die Branche beschäftigt 18 000 Personen.

Übersetzung: Daniel Stampfli

Tourismus Biel Seeland

Vom Überleben zu neuem Leben

Die Seeland-Region am Jura-Südfuss organisiert ihre Zusammenarbeit umfassend neu. Die Entwicklung des Tourismus zählt zu den wichtigsten Projekten. Durch die Erhebung einer Beherbergungsabgabe in den Gemeinden soll die Tourismusorganisation finanziert werden.

Karl Josef Verding

In der neuen Regional-Organisation seeland.biel/bienne sind die Raumplanungsorgane von 60 Gemeinden, darunter der Stadt Biel vereint. «Der Tourismus hat für das ganze Gebiet – eingebettet im Drei-Seen-Land – eine grosse Bedeutung. Die Netto-Wertschöpfung beträgt laut einer wissenschaftlichen Untersuchung gegen 400 Millionen Franken, und der Gesamtumsatz wird auf etwa eine Milliarde Franken beziffert», betont Jakob Etter, Präsident von seeland.biel/bienne und Gemeindepräsident von Treiten.

Die neue Organisation seeland.biel/bienne soll für gemeinsame Willensbildung zugunsten von Projekten sorgen. Eins davon ist die Tourismus-Entwicklung. Am 28. Februar 2006 findet die erste Mitgliederversammlung statt. Hier soll die Konferenz Wirtschaft und Tourismus als Ressort gegründet werden. Ein Thema wird auch die Sanierung von Tourismus Biel-Seeland (TBS) sein. TBS hat laut seinem Direktor Samuel Kocher seit der Expo.02 jährlich einen Verlust von rund 100 000 Franken. Eine bessere und gerechtere Struktur seiner Finanzierung soll die Wende bringen. Darauf besteht vor allem die Stadt Biel. Sie brachte bisher drei Viertel des TBS-Budgets auf. Das Verhältnis der Logiernächte von Stadt und Region ist aber umgekehrt: 195 000 im Seeland ohne Biel, 70 000 in der Stadt Biel.



Seeland-Biel-Jura: eine neue Perspektive. Blick vom Bözingenberg auf die Stadt Biel, den Bielersee und die St. Petersinsel. Der Aufbruch der Region Seeland-Biel-Jura in eine neu organisierte Kooperation betrifft auch den Tourismus. Fotos: Swiss-Image

Zuerst: «das nackte Überleben des Tourismusverbands»

Wie Jakob Etter, Präsident von seeland.biel/bienne, gegenüber der htr feststellt, geht es in dieser Situation zuerst «um das nackte Überleben des Tourismusverbandes TBS». Die Mängel in der Struktur der Finanzierung müssten umgehend behoben werden. Etter: «Defizite bestehen sicher in der unterschiedlichen Handhabung der Beherbergungsabgaben. Einzelne Gemeinden und Städte haben diese Abgabe eingeführt, andere nicht. Mit dem Antrag an die Mitgliederversammlung von seeland.biel/bienne und dem Musterreglement, das uns der Kanton zuhanden der Gemeinden zur Verfügung stellt, wollen wir alle Tourismusgemeinden auffordern, die Beherbergungsabgabe einzuführen, damit die

Anbieter wieder gleich lange Spiesse haben und die Dienstleistungen von TBS für das ganze Seeland ordentlich abgegolten werden.» Der Vorschlag der Beherbergungsabgabe lautet auf 2 Franken pro Gast und Übernachtung in der Hotellerie und einen Franken in der Parahotellerie. Dabei sollen den Gemeinden laut Etter «maximal 50 Prozent für das Inkasso und ihre Aufwendungen bleiben; mindestens 50 Prozent müssen dem TBS als Entgelt für die Dienstleistungen abgeliefert werden».

Ziele des Gesamt-Projektes seeland.biel/bienne sind: Der Raum Biel-Seeland-Jura bernois soll seine gemeinsamen Interessen in Zukunft mit grösstmöglicher Wirkung vertreten. Die Zusammenarbeit unter den Regionalverbänden und übrigen Organisationen soll optimiert werden, indem sie effizienter und transparenter gestaltet wird. Damit soll sich auch das Kosten-Nutzen-Verhältnis der regionalen Zusammenarbeit für die Gemeinden verbessern. Gemeinsame Arbeiten und Probleme werden demgemäss künftig mit vereinten Kräften zielorientiert angegangen. Die wirtschaftliche, soziale, kulturelle und räumliche Entwicklung

soll auf gemeinsame Ziele ausgerichtet werden. Geeignete Massnahmen sollen gemeinsam erarbeitet werden.

Mehr Selbstbewusstsein führt zum Tourismus-Bewusstsein

Was das Projekt Tourismus betrifft, so ist noch einige bewusstmachende Arbeit zu leisten, wie Präsident Etter von seeland.biel/bienne einräumt: «Von vielen Landgemeinden wird die Bedeutung des Tourismus für das Seeland verkannt. In jeder Gemeinde gibt es Tourismus, aber das wird meistens nicht wahrgenommen. Ich erinnere an das HPM-Projekt (HPM = Human Powered Mobility). Tausende von Velofahrern, Skatern oder Wanderern kommen jährlich ins Seeland und verpflegen sich meistens vor Ort. Das wird ungenügend oder nicht realisiert.» Mehr Selbstbewusstsein führt zum Tourismus-Bewusstsein. Etter: «Im Seeland haben wir auf kleinstem Raum alle möglichen Angebote der Freizeitbeschäftigung – von Wandern, Velo, Wasser, Wintersport, Pferdesport, Klettern bis Kultur und Geschichte. Das gibt es kaum in einem anderen Gebiet in dieser Dichte.»



Bei Ins im Berner Seeland. Destination für Human Powered Mobility.

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

 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.
Unabhängig. Unkonventionell.
 | Betriebsanalysen
 | Businesspläne
 | Machbarkeitsstudien
 | Restrukturierung
 | Turnaround
 Gsell & Partner GmbH | 6003 Luzern
 Telefon +41 (0)41 220 2000
 Telefax +41 (0)41 220 2001
 info@gsellundpartner.ch
 www.gsellundpartner.ch

Ihre feine Schweizer Wäsche für Tisch, Bett und Bad
 Bezaubernde Motive nach Wahl und in jeder Farbe, für Ihr Haus auf Mass konfektioniert.
 Kauf oder Miete inkl. Wäschepflege: Setzen Sie auf Schweizer Kompetenz.

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

HESSERUNTERNEHMENSBERATUNG
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, Reorganisationen, Kostenrestrukturierungen und Marketing

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

CTCIConseils 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. 1'600'000.-

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

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
- Swisscomstübeli 24 Plätze
- Saal 72 Plätze
- Gartenterrasse 130 Plätze
- Bar 50 Plätze
- Gästezimmer 24 Betten

Haben wir 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

Gastroconsult

TREUHAND FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

Wir vermieten oder verkaufen nach Vereinbarung im Auf-
trag unseres Kunden zu fairen Konditionen das

gloria
**Hotel-Restaurant Gloria
in Beatenberg.**

Die einmalige Lage des Hauses erlaubt den Gästen einen
unvergesslichen Blick auf den Thunersee und die Alpen.

Das Hotel verfügt über 30 bis 36 Gästebetten. Das Res-
taurant besteht aus einer Gaststube (25 Sitzplätze), einem
Speisesaal/Stübeli mit 75 Sitzplätzen (abtrennbar), die
Sonnenterrasse mit 60-80 Sitzplätzen.

Gerne schicken wir Ihnen umfangreiches Informationsma-
terial - wenden Sie sich an:

Gastroconsult AG
Unternehmensberatung
Tina Müller
Standstrasse 8, Postfach, 3000 Bern 22

Telefon 031 340 66 29
tinamueller@gastroconsult.ch

Burgund - Grossraum Dijon

★★★-Campingplatz

3,5 ha, 100 Stellplätze, Ganzjahresbetrieb, geheizter Sanitär-
bereich, Behindertengerecht, Restaurant - Bar.
Perfekt restauriertes Bauernhaus mit allem Komfort,
zwei Nebengebäude.

Preisvorstellung € 910 000.-

Telefon 041 631 05 15, www.frankreichimmo.ch

169747/419071

htr AUS- UND WEITERBILDUNG / ANZEIGEN**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
GastroSuisse
hotellerieuisse

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

Verkauf von Nannini-Küchen- und Café-Einrichtungen

Donnerstag, 23. Februar 2006, 9 - 13Uhr bei Meier Cargo AG, Werkstr. 43, 8630 Rüti (ZH),
1. Etage. Besichtigung am Verkaufstag ab 8.30 Uhr möglich.

Beschrieb**Verkaufspreis Fr.**

Tresen komplett, dunkelbraun gebeizt, Front Messing elox. mit Kühlaggregat, 4 Getränke-
schubladen gekühlt und 2 Kühlräumen mit Türen, Doppelspülbecken, 5 abschliessbare Schubladen
aus Chromnickelstahl, Stauräume für diverse Buffeteinrichtungen, Anschlüsse für Strom Wasser +
Kühlung Masse: Länge: ca. 5m, Breite 0,9m, elegant gewinkelt Elegantes ital. Design, Dazu
Sideboard mit Schubladen und Türen, Besteckboxen, Geschirrmöbel, 5 Abfalkübel Holz
gebeizt/Chromnickelstahl und diverse weitere Einrichtungen. Wandverkleidung mit Tablern
(NP 38'500.00) Komplett 3'850.00

2 Arbeitstische mit Schrank, Chromnickelstahl,
160x70x90cm / 100x70x90cm 1'700.00 / 700.00

Induktionsplatte Berner 1'700.00

Salamander 600.00

2 Wärmeschränke mit Arbeitstisch, Chromnickelstahl, 160x70x90cm ab 1'600.00

Steamer, Chromnickelstahl 3'100.00

Spühtrog mit Galgen komplett, Chromnickelstahl 1'600.00

dazu Abwaschverlängerung 200.00

Kühlschrank GIGA/Frigel mit Gefriereteil, stehend, Doppeltür 1'800.00

3 Schränke aus Chromnickelstahl 400.00 - 1'100.00

10 Saucen Terrinen mit Deckel, Chromnickelstahl 130.-/Stk.

Pastakoche komplett, Chromnickelstahl 1'400.00

Abwaschmaschine GIGA CE, Ino 160, Turm, Chromnickelstahl 2'900.00

Abwaschmaschine GIGA CE, GLS 94, Turm, Chromnickelstahl 2'500.00

Zudem steht eine **gesamte Laden-Einrichtung** zum Verkauf.

Details dazu finden Sie im Internet unter www.vnb.ch

Das Inventar ist erst zwei Jahre im Gebrauch und befindet sich in bestem Zustand. Verkaufspreis
ca. 30-40% des Neupreises. Der Verkauf erfolgt im Auftrag und auf Rechnung der Fa. Meier
Cargo AG, 8630 Rüti

Parkplätze und Verlademöglichkeit vorhanden.

Besichtigen - Bezahlen - Mitnehmen. Es gelten die angeschriebenen Preise

Eine detaillierte Preisliste, Bilder und weitere Informationen zum Verkauf finden Sie im Internet
unter www.vnb.ch

VNB Beratungen, Eichwiesstrasse 9, 8630 Rüti (ZH)

Tel. +41 55 260 24 40 / Fax 41/ E-Mail iltgen@vnb.ch

SOUTHBOURNE SCHOOL OF
ENGLISH
BOURNEMOUTH ENGLAND

**Lernen & Arbeiten
für Hotel- & Gastroprofis**

Tel. 031 950 28 27

www.best-of-english.ch**Italienisch in Florenz****Spezialangebot:**

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

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

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

169059/980239

**Wo Werbung
wirkt.**

Q
Publikation

**FOKUSSIERT
KOMPETENT
TRANSPARENT**

Zertifiziert!

Der Verband SCHWIZER PRESSE verleiht das Gütesiegel «Q-Publikation»
an Titel der Fach- und Spezialpresse, die klar vorgegebene inhaltliche
und medientechnische Qualitätsstandards einhalten.

Sprachausbildung

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

Wo gibt es eine

Kongress- und Messe-
Annullierungs-Versicherung?

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

169308/432210

**Sichern wir gemeinsam
die besten Nachwuchskräfte**

Unsere Lehrstellenvermittlung hilft
Ihnen, die besten Lernenden zu finden
und dankt für Ihr Engagement!

Eine Telefonnummer
031 370 44 66

Eine Ansprechpartnerin
Karin Ritschard

Eine Dienstleistung von
hotellerieuisse und GastroSuisse



Die Berufe im Gastgewerbe
Schneider- und Lehrstellenvermittlung
Postfach, 3001 Bern
schneider@berufe-gastgewerbe.ch
www.berufe-gastgewerbe.ch

Familotel

■ **Sechs Neue.** Familotel zeichnet sechs Neuzugänge, und zwar in den Urlaubsgebieten Ostsee, Mecklenburgische Seenplatte, Kraichgau, Ischgl, im Allgäu sowie in den Dolomiten. Damit umfasst das Label 42 Betriebe, worunter das Familotel Lago di Lugano in Bissone (TI); es bietet Ferienwohnungen, Bauernhöfe, Landgüter, moderne Hotelanlagen, historische Hotelgebäude sowie einen Badepark an, wo «Familienferien auf hohem Niveau» verbracht werden können. **HRF**

Mehr Gewinn

■ **Marriott International.** Die führende US-Hotelkette hat im vierten Quartal 2005 dank höherer Zimmerpreise ihren Nettogewinn um 25 Prozent auf 237 Mio. Dollar gesteigert. Wie das Unternehmen mitteilte, kletterte der Umsatz um 16 Prozent auf 3,6 Mrd. Dollar; Marriott International habe von einer stärkeren Nachfrage profitiert, die einem kaum veränderten Angebot gegenüberstand. Dies habe es erlaubt, höhere Zimmerpreise zu verlangen. **SDA**

Rosebud plant Hotel in Kirche

■ **Brüssel.** Die Jesuskirche in Belgiens Kapitale soll ein Luxus-hotel mit Wellnesspark werden. Die Schweizer Rosebud Hotels Holding will das Projekt mit einem Investitionsvolumen von «mehreren zehn Millionen Franken» in den nächsten Wochen öffentlich auflegen. Geplant ist ein 5-Sterne-Hotel mit 150 Zimmern und 50 Appartements. Die Aussenhülle der alten Gebäude und der Glockenturm sollen bestehen bleiben, jedoch durch moderne, «durchsichtige Bauten» ergänzt

werden. Rosebud-Sprecher Pierre Buysens bestätigte Berichte belgischer Medien: Chor und Querschiff würden zur Lobby – einem Ort, an dem sich Menschen treffen sollen. Die Rosebud Hotels Holding ist Besitzerin mehrerer Luxushotels in Weltstädten. Nach wie vor unklar sind ihre Pläne mit dem «Schweizerhof» (Bern), dessen Hotelbetrieb ruht. Auch die Hotels auf dem Bürgerstock, das «Arabella Sheraton Atlantis» (Zürich) und das «Royal-Savoy» (Lausanne) gehören ihr. **HRF**

Abgewiesen

■ **Schatzalp.** Das Turmprojekt ob Davos ist seiner Realisierung ein Stück näher. Die Bündner Regierung hat die Nutzungsplanung genehmigt und zwei Beschwerden abgewiesen. Der Davoser Souverän hatte im Oktober 2004 die ortsplannerischen Voraussetzungen für das Projekt eines Hotel- und Wohnturms der Basler Architekten Herzog und de Meuron auf der Schatzalp geschaffen. Der Regierungsentscheid kann vors Verwaltungsgericht weitergezogen werden. **HRF/Isda**

Neuer Spa

■ **Lenzerheide.** Der «Schweizerhof» erhält zur Eröffnung der Wintersaison 2006/2007 einen 1500m² grossen Spa und 32 neue Hotelzimmer. Für die Projektierung der Wellness-Oase konnten die Gastgeber Andreas und Claudia Züllig-Landolt den Architekten Max Dudler (Zürich und Berlin) gewinnen. Hier wird auch das grösste Hamam – ein orientalisches Bad – im Schweizer Alpenraum entstehen; ergänzt mit finnischer und Bio-Sauna sowie breitem Behandlungsangebot. **HRF**

Marketing-Studie

Mund-zu-Mund-Werbung untersucht

■ **Erfahrene Hoteliers haben es schon immer gewusst:** Es gibt keine bessere Werbung als ein zufriedener Gast, der in seinem Umfeld Gutes über das Haus berichtet. Eine Bostoner Agentur hat diesen Einfluss jetzt quantifiziert und die Ergebnisse der Studie publiziert.

Harald Weiss

Allein in den USA hängen dieses Jahr 30 Milliarden Dollar Tourismus- und Hotelumsatz direkt von persönlichen Empfehlungen ab, weitere 250 Milliarden Dollar werden indirekt beeinflusst. Zu diesem Schluss kommt die Bostoner Marketingforschungs-Agentur Chadwick, Martin, Bailey (CMB), die erstmals eine breit angelegte Untersuchung zum Thema Mund-zu-Mund-Werbung als Marketing-Instrument durchgeführt und dabei die Bedeutung dieser Werbemethode in Zahlen gefasst hat.

Wo die persönliche Empfehlung am wichtigsten ist

Die Untersuchung umfasste die Marktsegmente Kreuzfahrten, obere Hotels und Resorts, Casinos, Vergnügungsparks, Mittelklasse-Restaurants sowie Fluggesellschaften.

Am wichtigsten ist die persönliche Empfehlung bei den Restaurants: 27 Prozent der Befragten gaben an, dass

sie in diesem Jahr mindestens ein Restaurant ausschliesslich auf Grund einer Empfehlung aufgesucht haben. Dafür wurden durchschnittlich 50 Dollar pro Essen ausgegeben, was sich zu einem Gesamtumsatz von 3,3 Milliarden Dollar addiert.

Empfehlung aus innerer Überzeugung

«Es ist für Hotels und Restaurants ganz wichtig zu verstehen, dass eine Empfehlung keine plumpe Werbung im herkömmlichen Sinne ist und auch nichts damit zu tun hat, dass man mit irgendwelchen Aktionen (im Gespräch) ist», sagt Judy Melanson, Analytikerin für den Tourismusbereich bei CMB. Ihrer Ansicht nach liegen die grossen Unterschiede darin, dass ein Empfehlungsgeber keinen wirtschaftlichen Vorteil mit seiner Empfehlung erwirbt und dass die Empfehlung aus innerer Überzeugung abgegeben wird. «Sie müssen im XY wohnen und ins YZ zum Essen gehen – und grüssen Sie unbedingt Carlos, den Concierge», hat nach ihrer Meinung eine derart zwingende Botschaft, dass man sich ihr nicht entziehen kann.

Chefs etwa haben eine höhere Meinungskraft

Doch nicht nur dass ein Haus empfohlen wird ist wichtig, sondern auch welche Person die Empfehlung abgibt. Vielreisende, kritische Kunden oder Chefs und andere Meinungsführer haben eine um einiges höhere Meinungskraft



■ **Fast-Talk.** Die Weltrekordlerin im Schnellreden, Fran Capo (links im Bild), im Gespräch mit Cat Greenleaf, die den Rekord für den Staat New York hält. Für die gesamte Aufzählung aller Vorzüge eines Luxushotels oder eines Restaurants bräuchten die beiden nur wenige Sekunden. **Foto: Feature Photo Service**

kraft als andere. Hinzu kommt nach Meinung der Marktforscher, dass sich Empfehlungen nach dem Schneeballsystem expandieren. «Sieben von zehn Amerikanerinnen und Amerikaner haben in den letzten zwei Jahren eine Empfehlung an mindestens vier Personen abgegeben. Damit verbreiten sich die guten Empfehlungen wie ein Flächenbrand», sagt Judy Melanson über die Ausbreitung der Empfehlungs-Propaganda.

Ausgesprochen werden solche von so genannten «Produkt-Botschaftern», die selbst zu den Stammkunden zählen und gerne auch andere davon überzeugen möchten. Nach Meinung der Marketingagentur iMedia lassen sich

etwa 20 bis 25 Prozent aller Kunden für eine solche Missionsrolle gewinnen.

Besonders interessant ist dabei eine weitere Erkenntnis aus der CMB-Studie: Die jüngeren Gäste sind am aktivsten im Verbreiten einer Empfehlung; doch es sind die so genannten Baby-Boomer (Jahrgang 1946 bis 1964), die am häufigsten einer Empfehlung folgen – und dabei auch wesentlich mehr Geld ausgeben als die Jüngeren; im Jahr 2005 waren es beinahe 20 Milliarden Dollar.

Empfehlungs-Marketing und Werbeplanung

«Viele Hotels und Restaurants unterschätzen immer noch die Bedeutung des Empfehlungs-Marketing, vor allem im Hinblick auf die modernen Kommunikationsmittel», meint Judy Melanson über die gegenwärtigen Werbestrategien. Ihrer Ansicht nach sollte bei jedem Tourismusbetrieb ein modernes Empfehlungs-Marketing an oberster Stelle der Werbeplanung stehen, das vor allem die neuen Technologien berücksichtigt.

Rick Bruner, Vizepräsident bei der Internetagentur DoubleClick, erläuterte auf dem jüngsten Word-Of-Mouth-Marketing Summit in Chicago, was damit gemeint ist: «Hoteliers und Restaurantchefs haben zwar schon immer darauf geachtet, dass ihre Gäste das Haus im privaten Kreis weiterempfehlen, doch das alleine reicht heute nicht mehr. Weblogs, Chatträume von Viel-

reisenden und öffentliche Kritiken nach einem Restaurantbesuch beherrschen das Internet und werden von Millionen gelesen – hier muss man vertreten sein.»

Die Internetagentur Claria Corporation behauptet, dass bereits 88 Prozent der Konsumenten erst im Internet recherchieren, bevor sie eine Dienstleistung buchen.

Nach Ansicht von Jim Nail, der als Analyst bei Forrester Research arbeitet, sollten gerade die mittelständischen Betriebe mit kleinem Werbebudget darauf achten, dass ihre jüngeren Gäste eine Empfehlung auf den üblichen Suchseiten, den Foren oder Blogs «posten». «Ein Gutschein für ein Abendessen zu zweit kostet nicht viel, aber die Wirkung eines Postings auf einer Vielfliegerseite kann Gold wert sein», lautet denn auch sein Ratschlag an die Tourismusbetriebe.

Wirtschaftliche Bedeutung des Empfehlungsmarketings

Marktsegment	Prozent der US-Bevölkerung die 2005 eine Empfehlung ausgesprochen hat	Entsprechendes Umsatzvolumen
Casual Full-Service-Restaurants	47 %	3,3 Mrd. \$
Airlines	11 %	4,8 Mrd. \$
Höhere Hotels	22 %	2,1 Mrd. \$
Casinos	33 %	3,0 Mrd. \$
Vergnügungsparks	22 %	2,6 Mrd. \$
Resort-Anlagen	10 %	4,9 Mrd. \$
Kreuzfahrten	12 %	9,5 Mrd. \$

Quelle: CMB

So gewinnt man Produkt-Botschafter – fünf Tipps

1. **Integration des Gastes.** Befragungen über die Zufriedenheit sind zu wenig. Wichtiger ist es, gute Kunden aktiv zu beteiligen, beispielsweise in einem «Beratungsgremium», das Vorschläge für Verbesserungen ausarbeitet oder in dem neue Unternehmenspläne diskutiert werden.

2. **Keine Geheimniskrämerei.** Je mehr Personen über eine Idee, Pläne oder neue Services informiert sind, umso mehr identifizieren sie sich mit dem jeweiligen Haus. Das berühmte Massachusetts Institute of Technology (MIT) stellt sein gesamtes Lehrmaterial inklusive aller Präsentationen und Rand-

bemerkungen der Professoren online. «Damit verlieren wir keinen einzigen Studenten, sondern gewinnen weltweites Ansehen», sagt MIT-Präsidentin Susan Hockfield.

3. **Im Gespräch bleiben.** Produkt-Missionare brauchen immer Stoff, über den sie im Zusammenhang mit dem Haus reden können. Eine exklusive Vorschau, ein Testessen oder Probewandern auf einer neuen Hauswanderroute heben das «Exklusivgefühl» der wichtigsten Gäste.

4. **Aufbau einer Kundengemeinschaft.** Gäste müssen ein Gemeinschaftsgefühl entwickeln. Und diese Gemeinschaft

muss im Marketing gefördert werden. Elektronische Newsletters, spezielle Partys nur für Stammgäste etc. sind ein probates Mittel dafür.

5. **Teilen und erklären.** Komplexe Dienstleistungen müssen in kleine, leicht verdaubare Portionen zerteilt werden. Beispielsweise kann die Palette des Tagungsservice in verschiedene kleinere Seminare, mehrere Broschüren oder auch sich ergänzende Newsletters aufgeteilt werden. Damit bleibt man im Gespräch und hat die Möglichkeit, Vertrauen zu schaffen. **HW**

Quelle: iMedia

Anzeige

daum: best for your guest!

- Studio-Qualität
- viele Funktionen
- Speicherkarte
- Vernetzung möglich
- günstige Preise

Fragen Sie nach daum im guten Fachhandel!

daum electronic
best for your fitness

mehr Info: GTM_Maglingen
☎ 044 461 11 30 gtsm@bluewin.ch

Neu arbeitsrechtliche Ära

■ **Kronenhalle Zürich.** Ein halbes Jahr nach dem Tode von Gustav Zumsteg bereinigt der heutige Verwaltungsrat die arbeitsrechtlichen Altlasten des ehemaligen «Kronenhalle»-Patrons, schreibt der «Tages-Anzeiger». Zumsteg erwartete von seinen Mitarbeitern uneingeschränkten Einsatz. Das hatte zur Folge, dass zum Zeitpunkt von Zumstegs Tod im letzten Juni zahlreiche Mitarbeiter unzählige Überstunden auf ihrem Arbeitskonto hatten, für die sie nie entlohnt worden

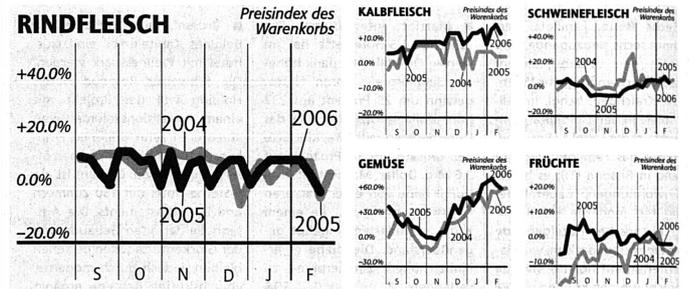
waren. Der grösste Teil der Überstunden wurde nun abgegolten. Der Verwaltungsrat hat dafür letztes Jahr Rückstellungen von 530 000 Franken vorgenommen, die Abgeltungen sollen sich aber auf weniger als 100 000 Franken belaufen. Seit 1. Januar 2006 haben alle «Kronenhalle»-Angestellten neue Arbeitsverträge. Zur Kontrolle der Arbeitszeiten wurde ein elektronisches und direkt mit der Lohnbuchhaltung verbundenes Zeiterfassungssystem eingeführt. GSG

Wine & Dine

■ **Beau-Rivage Palace Lausanne.** Das Fünf-Sterne-Haus startet eine neue Reihe in seinem Gourmet-Restaurant La Rotonde. Jeweils am ersten Donnerstag des Monats präsentieren sich ausgesuchte Weingüter an einem Wine & Dine-Dinner. Penfolds aus Australien startet am 2. März, es folgen Guy Roulot aus dem Burgund, Trimbach aus dem Elsass, Hervé Bizeul aus dem Roussillon, Antinori aus Italien, vor den drei Franzosen Pierre Gaillard, Château Angelus und Bollinger. RD

PRODINDEX 13. 2. BIS 18. 21. 2006

Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodego



Gastro Thurgau

Neue Website für die ganze Bodenseeregion

■ Im Alleingang hat Gastro Thurgau eine touristische Website für die ganze Bodenseeregion und für alle touristischen Anbieter realisiert.

Gudrun Schlenczek

Bieten will der Wirtverband Gastro Thurgau mit dem neuen Web-Auftritt www.gastro-thurgau.ch ein Internetportal für alle touristischen Leistungen des gesamten Bodenseeraums: Das Angebot umfasst die Gastronomie, touristische Angebote und Hintergrundwissen zur Region sowie die Übernachtungsmöglichkeiten. Bei der Bodensee-Tourismus GmbH in Konstanz reagiert man verhalten. Geschäftsführerin Daniela Pahl: «Es gibt schon so viele Branchenportale für die Region, für den Gast ist das eher unübersichtlich.»

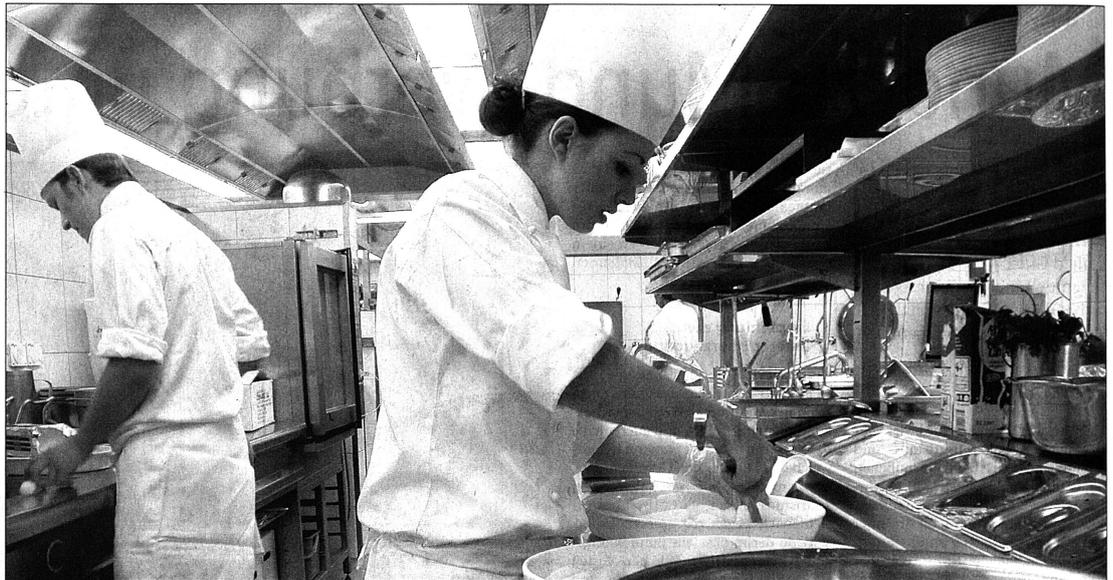
Um die Bodenseeregion zumindest auf Schweizer Seite aus einer Hand zu bewerben, hat Gastro Thurgau mit den Wirtverbänden der angrenzenden Regionen zusammengespant: Mit Gastro St. Gallen (rund 1500 Mitglieder) sowie den Wirtverbänden der Kantone Appenzell Ausserrhodon und Appenzell Innerrhodon (an die 600 Mitglieder). Geplant ist, die Internetplattform mit Gastgewerbe-Betrieben der anderen an den Bodensee angrenzenden Ländern abzurufen.

Den Internet-Auftritt wird ab Mai eine touristische Karte mit Velowegen und Inseraten der Gastbetriebe begleiten, aufliegen wird diese in Buchhandlungen und bei den Betrieben. Gegenwärtig bewirbt man die Website in den Tagesmedien. Das scheint notwendig: Denn der Name der Site lässt nicht gerade auf ein Angebot für die gesamte Region schliessen.

Digitale Karten führen zum gesuchten Betrieb

Neu bei www.gastro-thurgau.ch ist die Art der Präsentation: Via digitaler Karte findet der Surfer seinen Wunsch-Betrieb. Mitmachen können nur gastgewerbliche Betriebe mit eigener Homepage. Bei den rund 700 Mitgliedern von Gastro Thurgau hätten zirka 200 eine eigene Website, schätzt Alex Häni, Delegierter für Marketing von Gastro Thurgau. Der Auftritt mit Verlinkung kostet Nichtmitglieder von Gastro Thurgau 290 Franken pro Jahr, Mitglieder 220 Franken. Zurzeit sind 60 Betriebe angeschaltet, in einem Monat sollen es 120 sein, verspricht Häni. Die bestehenden digitalen Karten für Ausflugsziele und Restaurants werden noch um solche für Hotels, Jugendherbergen, Campingplätze Museen und Tierparks erweitert.

Die neue Website richtet sich ebenso an die Mitglieder des Wirtverbandes und ersetzt bei jenen mit Mail-Anschluss den gedruckten Verbands-Newsletter. «Das hilft dem Verband, Kosten zu sparen», verdeutlicht Häni.



■ Hier ist Frauenförderung nötig. In Restaurant-Küchen sind Frauen in Kaderpositionen immer noch selten.

Foto: zvg

Koch-Ausbildung

Mit grüner Gabel Köchin werden

■ Frauen sind in Führungspositionen in der Gastronomie unterrepräsentiert. Im Tessin können sich Küchenhilfen zur Köchin ausbilden lassen.

Anna Luethi

Frauen in der Küche? – Ja. Frauen als Köchinnen? – Eher selten. Zwar mangelt es nicht an weiblichem Küchenpersonal, die meisten Frauen fungieren jedoch in minderen Positionen, beispielsweise als Hilfsköchinnen oder Küchenhilfen. In den oberen Chargen dominieren die Männer.

Um diesem Missstand Abhilfe zu schaffen, wurde 2003 im Tessin ein Ausbildungsprogramm speziell für Frauen konzipiert. Entwickelt wurde dieses Projekt von der Leiterin der Tessiner «Fourchette verte», Giovanna Chevillat Magni (siehe Box). «Wir haben festgestellt, dass es sehr wenige qualifizierte Köchinnen gibt», sagt sie. Zudem seien viele dieser Frauen in Institutionen wie Schulkantinen tätig. Dort würden sie mit verantwortungsvollen Aufgaben betraut, obwohl sie gar keine spezifische Ausbildung absolviert hätten.

«Fourchette verte» bietet diesen Frauen ein zweijähriges Qualifikationsprogramm an. 15 Frauen nehmen seit Herbst 2004 am Pilotkurs teil. Nach Abschluss der Ausbildung können sie sich zur Prüfung für das eidgenössische Köchinnen-Diplom anmelden und sich danach in Kursen von «Fourchette verte» auf dem Gebiet der gesundheitsbewussten Ernährung spezialisieren. 2520 Franken müssen die Teilnehme-

rinnen für die zwei Jahre dauernde Ausbildung bezahlen. Die Kosten können dank der Unterstützung des eidgenössischen Büros für die Gleichstellung von Mann und Frau, das 133 800 Franken an das Projekt zahlt, sowie durch Subventionen des Berufsbildungsamts des Kantons Tessin so tief gehalten werden.

Berufsbegleitende Weiterbildung

Ein Tag pro Woche ist für die Ausbildung reserviert, an den übrigen Tagen gehen die Frauen ihrer gewohnten Arbeit nach. Dazu kommen fakultative Blockwochen zur Prüfungsvorbereitung. Auch wenn die Teilnehmerinnen als Voraussetzung minimal drei Jahre Berufserfahrung in Gastronomie oder

Hotellerie mitbringen müssen, ist es für sie nicht ganz leicht, die an sie gestellten Anforderungen zu erfüllen.

Peter Walliser, Vizedirektor und Ausbilder an der Hotel- und Tourismusfachschule in Bellinzona, steht dem Projekt von «Fourchette verte» beratend zur Seite: «Bei der Abschlussprüfung muss ein allgemeiner Standard erreicht werden, der für alle Kandidaten der Lehrabschlussprüfung für Köche gilt.» Die Frauen hätten oft ein Erfahrungsmanko, da sie in ihrer bisherigen Tätigkeit ganz andere Aufgaben hatten. Deswegen müssten die 15 Auszubildenden vieles autodidaktisch erarbeiten.

Die Ausbildung ist in zwei Teile gegliedert. Auf ein Jahr Theorie und Demonstration folgt ein Jahr, dessen Programm identisch ist mit jenem der regulären Ausbildung für Köche, die

im Tessin angeboten wird. Zum Fachwissen hinzu wird auch Allgemeinbildung vermittelt.

Bleibt dieses Angebot einmalig?

«Im Grunde genommen unterscheidet sich der «Fourchette-verte»-Ausbildungsgang kaum von der gewöhnlichen Kochausbildung», sagt Walliser. Gesundheitsbewusste Ernährung sei schliesslich ein wichtiger Aspekt der Gastronomie allgemein. Giovanna Chevillat Magni hingegen betont die Bedeutung des ersten Ausbildungsjahrs: «Die Teilnehmerinnen werden in die gesunde und ausgewogene Küche eingeführt. Diese Kenntnisse sind besonders in Grossküchen sehr wichtig, denn so werden Grundlagen für die sinnvolle Ernährung einer breiten Bevölkerung geschaffen.»

Im Juli 2006 werden die Frauen des Pilotprojekts ihre Abschlussprüfung ablegen. Nach Bestehen der Prüfung dürfen sie sich qualifizierte Köchin mit eidgenössischem Fähigkeitsausweis nennen. Ob ein weiterer Ausbildungsgang durchgeführt wird, ist ungewiss. Walliser ist skeptisch: «Ich glaube, dass dies ein einmaliges Angebot war. Ohne Zuschüsse von Kanton und Bund wird es kaum wieder zustande kommen.» Chevillat Magni jedoch gibt sich zuversichtlich. «Wir werden das Projekt evaluieren und dann über einen weiteren Ausbildungsgang diskutieren.» Die Nachfrage der Frauen besteht jedenfalls, es haben sich bereits Interessentinnen für einen eventuellen zweiten Kurs gemeldet.

Bereits 440 «Fourchettes vertes» in der Schweiz

■ Seit über zehn Jahren werden in der Romandie und im Tessin mit dem Label «Fourchette verte» gesundheitsbewusste Gastronomiebetriebe gekennzeichnet. Sie bieten ein gesundes und ausgewogenes Tagesmenü an und schenken alkoholfreie Getränke zu einem vorteilhaften Preis aus. Die Lokale bieten eine rauchfreie Zone, befolgen die Hygienevorschriften und trennen die Abfälle. Dies sind die drei Bedingungen, die erfüllt werden müssen, damit sich ein Gastronomiebetrieb mit dem Label «Fourchette Verte» auszeichnen darf. 1993 wurde das Projekt in Genf gestartet. Mittlerweile ist das Signet mit der

grünen Gabel auf gelbem Grund in über 400 Restaurants, Kantinen und Selbstbedienungslokalen in der Romandie sowie neuerdings auch im Tessin zu finden. Dort prangt das grün-gelbe Logo inzwischen an knapp 40 Lokalen. «In der Deutschschweiz ist ein vergleichbares Label nicht anzutreffen», meint Norbert Schmidiger, Geschäftsführer des Schweizer Kochverbands. Er beobachtet eher, dass die «Labelmanie» zurückgeht: «Die Betriebe wollen einzigartig sein, ein Label hingegen vereinheitlicht.» LUE

www.fourchetteverte.ch

KURZ UND BÜNDIG

Warenkorb '06

■ Im neuen Warenkorb des Landesindex der Konsumentenpreise 2006 gewann das Gastgewerbe an Gewicht: Im Gegensatz zu den Nahrungsmitteln und alkoholfreien Getränken, deren Anteil am gesamten Warenkorb um 0,4 Prozent sank, legte das Gewicht der Hotels und Restaurants um 0,1 Prozent auf 9,0 Prozent zu. Basis für die Gewichtung des Schweizer Warenkorbes (Total = 100%) ist die Ausgabenstruktur Schweizer Haushalte. Diese wird durch eine telefonische Befragung bei 3300 Haushalten ermittelt. **GSG**

satzwachstum verzeichnete 2005 die Birsfelden AG (plus 27,3%). Die markante Steigerung ist auf den Erfolg des Delizio-Kapsel-Systems für Kaffee und Tee sowie auf die neuen Export- und Industrie-geschäfte zurückzuführen. **GSG**

Eber schmeckt

■ Die Eidgenössische Forschungsanstalt Agroscope Liebefeld-Posieux (ALP) hat bei 379 Personen einen Home-Use-Test zu Eberfleisch durchgeführt. Das degustierte Eberfleisch wurde, unabhängig vom Geschlecht und Alter der Testpersonen, sowohl in der deutschsprachigen als auch in der französischsprachigen Schweiz im Allgemeinen positiv beurteilt. In England, Irland und Spanien ist die Ebermast üblich. Wenn in der Schweiz ab 2009 die heute übliche Ferkel-Kastration verboten ist, fehlt es bis anhin an einer praxistauglichen Alternativmethode. **GSG**

Kapsel-Erfolg

■ Die 16 Unternehmen der Migros-Industrie erzielten 2005 mit einem Nettoumsatz von 4,526 Mrd. Franken ein Plus von 2,9 Prozent. Das stärkste Um-

Zürich

Die zweite Nacht der Hotelbars

■ Das gute Echo der ersten «Langen Nacht der Hotelbars» im letzten Oktober motivierte Initiator Urs Zingg, in der Nacht vom Samstag, 25. März auf Sonntag, 26. März 2006 nun die zweite folgen zu lassen. Beteiligt sind wiederum zehn Zürcher 4- und 5-Sterne-Hotels. Nicht mehr mit macht der «Glärnischhof», neu dabei ist das Hotel Sofitel. Im limitierten «Hotelbar-Pass» der zweiten «Langen Nacht der Hotelbars» sind der kostenlosen Limousinen-Shuttle-Service zwischen den Hotels sowie ein Welcome-Drink und kleine Gaumenfreuden aus der Hotelküche inbegriffen. Der Ticketpreis wurde von 28 auf 35 Franken erhöht. 2005 gingen die 1000 Tickets fast alle bereits im Vorverkauf weg. Urs Zingg: «In internationalen Metropolen sind Hotelbars schon lange Szenentreffs, das wird in Zürich auch so werden.» **GSG**

Schweizerhof, Kandersteg

Das Altersheim wird nun realisiert

■ Der geplante Umbau des Hotels Schweizerhof in Kandersteg in ein Alters- und Pflegeheim wird realisiert. Ab 1. September soll das «Altersheim oberes Kandertal» bezugsbereit sein. Das ehemalige 4-Sterne-Hotel aus der Belle Epoque mit 44 Betten soll gemäss einem Bericht im «Bernern Oberländer» Zimmer zu Preisen offerieren, die im üblichen Rahmen vergleichbarer Heime der Region liegen. Besitzer Ueli Künzi bleibt Eigentümer und soll den Betrieb auf eigene Rechnung führen wollen. Die Hotelküche soll zur Heimküche werden, das öffentliche Café Schweizerhof wird separat geführt. Bei Kandersteg Tourismus ist man froh, dass das in der Hauptsaison in Kandersteg eher knappe Bettenangebot nun mit der Eröffnung der «Gemmilodge» und der «Alpenrose» wieder ausgebaut werden konnte. **GSG**

Jura

Vollautomaten versus Kapseln

■ Die Jura Elektroapparate AG aus Niederbuchsiten setzt weiter verstärkt auf das Kaffee- und Premium-Segment. Die deutsche «Stiftung Warentest» atestiert den Kaffee-Vollautomaten von Jura einen «Spitzenespresso». Grundsätzlich spielt Jura damit in der gleichen Liga wie Nespresso. Doch gemäss CEO Emanuel Probst sind sowohl Vollautomaten als auch Kapselmaschinen im Trend, «so dass wir derzeit noch gut aneinander vorbeikommen», lässt sich Probst in der «Bernern Zeitung» zitieren. Jura erzielte 2005 einen konsolidierten Umsatz von 294 Millionen Franken (+13,1%). In den internationalen Märkten stieg der Umsatz um 15,2% auf 247,2 Millionen Franken. Kaffee-Know-how will man weiter mit der «Juraworld of Coffee» zeigen. Das Kompetenzzentrum am Hauptsitz soll im September eingeweiht werden. **GSG**

Restaurant «Post Haus»

Neuer Treffpunkt für St. Moritz

■ Es heisst «Post Haus» Restaurant & Bar Lounge und ist am Wochenende mit viel Prominenz eröffnet worden. Der britische Star-Architekt Sir Norman Foster hat das 5 Mio. Franken teure Haus entworfen, das von früh bis spät und das ganze Jahr geöffnet ist.

Renate Dubach

Mit einem dem Ort und dem Anlass entsprechenden Fest wurde am Wochenende das «Post Haus» in St. Moritz eröffnet. Das neue Restaurant bildet den ersten fertig gestellten Teil des Gebäudekomplexes «The Murezan» im Herzen des mondänen Ferienortes. Der grosse, helle Raum des Restaurants wird von einem offenen Grill und über zwei Dutzend gotischen Bogenfenstern geprägt, die den Ausblick auf die Einkaufsstrasse Via Serlas, den Seeland der Berge eröffnen.

Die Speisekarte umfasst insbesondere Fleisch- und Fischspezialitäten mit frei kombinierbaren Saucen und Beilagen, dazu kommen verschiedene Vorspeisen und Pastavariationen.

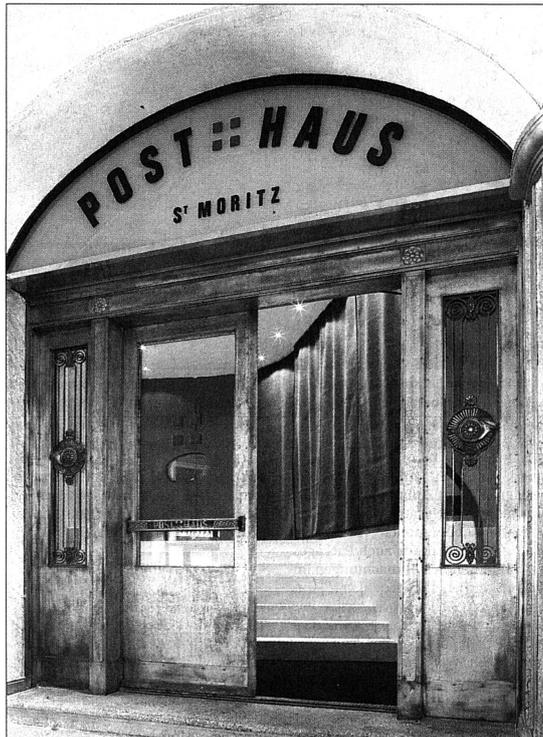
Offene Feuerstellen, kleine Tische und Sofas

Im vorderen Bereich ist die Bar untergebracht, die für den Morgenkaffee, den Espresso zwischendurch, einen kurzen Lunch oder als Treffpunkt am Abend gedacht ist. Links vom Haupteingang liegt eine Lounge mit kleinen Tischen, Sofas und einem weiteren offenen Kamin.

Das «Post Haus» wird von Giorgio und Maurice Laurenti geführt. Luca Antonini ist Restaurant-Manager, Küchenchef ist Thomas Held. Insgesamt konnten im neuen Restaurant 20 Arbeitsplätze geschaffen werden. Es wird 365 Tage im Jahr geöffnet sein und zwar von morgens früh bis abends spät. Von 9 bis 11 Uhr gibt es eine Frühstückskarte, warme Küche wird von 12 bis 15 Uhr und von 19 bis 22.30 Uhr serviert. Die Lounge ist von 16 bis 1 Uhr geöffnet.

Erster Restaurant-Bau für Star-Architekt Foster

Entworfen wurde das fünf Mio. Franken teure «Post Haus» vom britischen Welt-Architekten und Wahl-St. Moritzer Sir Norman Foster, der so spektakuläre Bauten wie den Swiss Re Tower und die Millennium Bridge in London, das Millau-Viadukt in Frankreich, die gläserne Kuppel des Berliner Reichstags



■ Imposanter Auftakt. Der stilvolle «Post-Haus»-Eingang (oben). Architekt Norman Foster (rechts) und Kurdirektor Hanspeter Danuser an der Eröffnungsfeier. Fotos: zvg

und die Chesa Futura in St. Moritz realisierte. Foster hat in seinem ersten Restaurant-Projekt die Geschichte des Gebäudes neu interpretiert und umgesetzt. Er hat auch die Innenausstattung des «Post Haus», den Stil der Feuerstellen, der Tische, Sessel und Lampen bestimmt.

Norman Foster nahm mit seiner Ehefrau Elena Ochoa an der Eröffnungsparty teil, zusammen mit 450 weiteren Gästen. Darunter waren auch Prinzessin Caroline von Monaco mit Ehemann Ernst August von Hannover, Rolf Sachs, Marc Rich und Shawne Fielding-Borer zu erspähen.

Anzeige

Fertig
in
1 Minute.

Barilla macht Wirt und Gäste zu Gewinnern. Tiefgekühlt, vorge-salzen und einfach portionierbar kommen die praktischen Pasta-Kreationen zu Ihnen. Und die fixfertig abgeschmeckten sowie tiefgekühlten Saucen enthalten keinerlei Konservierungs- oder Zusatzstoffe. Die Zubereitung dauert im kochenden Wasser gerade 30 Sekunden, gelingt aber auch spielend in der Pfanne, Mikrowelle oder im Kombidämpfer. Viel Zeit sparen, sofort heiss servieren und in glückliche Gesichter schauen.

Typisch Barilla: Echt Italienische Pasta-Menüs – einfach perfekt in nur 1 Minute!

Informieren Sie sich jetzt bei Ihrem Partner für Tiefkühlprodukte:
Gmür AG: Tel. 044 446 88 88
Eggenschwiler AG: Tel. 032 685 76 76
Bolay & Fils: Tel. 022 367 25 50
Erwin Aebi: Tel. 026 418 23 45
Howeg: Tel. 041 348 07 00

Barilla
N°1 in Italia
foodservice.ch@barilla.it

Neuer Schwung für Aargau Tourismus

■ **Gestärkte Position.** Der Verein Tourismus Aargau blickt wieder optimistischer in die Zukunft. Der Neustart im vergangenen Jahr sei gelungen, betont Präsident Josef Füglistaller. Hoffnung schöpft der Verein auch aus der wirtschaftspolitischen Offensive des Kantons. Seit der Gründung vor 10 Jahren hat Tourismus Aargau mehr Tiefen als Höhen erlebt. 2004 drohte gar das vorzeitige Aus. Mit einer Neuorganisation im Vorstand und der Verlegung der Geschäfts-

stelle von Zofingen nach Aarau wurde ein Neuanfang gewagt. Der Verein sei heute zwar noch nicht dort, wo er ihn gerne haben möchte, räumt Füglistaller ein. Sein Ziel sei es, Aargau Tourismus zu einem Dachverband aller tourismusrelevanten Organisationen im Kanton zu machen. Diese Lead-Funktion könne der Verein aber nur mit «gefestigten und tragfähigen Strukturen» erfüllen, betont der Gastwirt aus Oberlunkhofen. Aargau Tourismus müsse ein verstärktes poli-

tisches Bewusstsein für den Stellenwert eines modernen Tourismus im Kontext mit der Wirtschaftsentwicklung des Kantons erlangen. Um seine Ziele zu erreichen, hat der Verein beschlossen, professionelle Begleitung in Anspruch zu nehmen. Bis Ende April soll der ehemalige TV-Direktor Roy Oppenheim im Mandatsverhältnis die Vorstellungen des Vereins konzeptionell erarbeiten und bis zur Realisierungsreife weiterentwickeln. *TL/lda*

Der Trend zu kürzeren Reisen ist gestoppt

■ **Deutsche Tourismusanalyse.** Die fussballbegeisterten Deutschen werden der Reisebranche nur auf den ersten Blick einen WM-Knick beschern: «Was der Branche während der WM an Feriengästen verloren geht, wird nach Beendigung des Turniers in einer Art Aufholjagd schnell wieder ausgeglichen», hält Horst W. Opatowski, wissenschaftlicher Leiter des BAT Freizeit- und Forschungsinstituts in Hamburg, fest. Er stützt sich dabei auf die 22. Deutsche Tourismusanalyse,

die sein Institut im Januar durchführte. Insgesamt wurden 4000 Deutsche ab 14 Jahren nach dem Urlaubsverhalten 2005 und den Reiseabsichten 2006 befragt. Eine wichtige Erkenntnis daraus ist, dass sich im Hinblick auf die Reisedauer ein Ende der Talfall abzeichnet. Seit den 80er-Jahren wurden die Ferienreisen immer kürzer: 1980 dauerten sie durchschnittlich 18,2 Tage, 2004 nur noch 12,8 Tage. Nun ist die Trendwende geschafft: 2005 dauerten die Ferienreisen wieder länger

– nämlich durchschnittlich 13,3 Tage. Bei Grossstädtern, die Erholung suchten, liegt der Wert mit 14,6 Tagen sogar noch höher. Aufforchen lässt auch die Umfrage des Instituts zu Qualitätsmerkmalen der Reiseländer: Gemäss den 4000 Befragten arbeitet das freundlichste Personal in der Schweiz und in Griechenland. Das gesündeste Klima und die grösste Umweltfreundlichkeit wird ebenfalls der Schweiz bescheinigt, die gemütlichste Atmosphäre hingegen Österreich. *TL*

KURZ UND BÜNDIG

Gstaad kämpft um Tennisturnier

■ Das ATP-Tennisturnier in Gstaad muss wegen finanzieller und organisatorischer Probleme neu strukturiert werden. Die Durchführung des Turniers 2006 ist zwar garantiert, es finden aber Verhandlungen zur längerfristigen Sicherung des Sportevents statt. Wie Roger Seifritz, Direktor von Gstaad Saanenland Tourismus, mitteilte, arbeiten die Gemeinde Saanen, der Titelsponsor Allianz Suisse, Gstaad Saanenland Tourismus und der Hotellerverein der Region gemeinsam mit Turnirdirektor Köbi Hermenjat an einer Lösung. Die Details dazu werden in den nächsten Tagen präsentiert. *TL*

Hochwasser lähmt Schifffahrt

■ 13,1 Mio. Passagiere sind 2005 mit Schiffen auf Schweizer Seen und Flüssen unterwegs gewesen. Das sind 2% weniger als im Vorjahr, denn die Augusthochwasser trübten die Bilanz. Auf einigen Seen (z.B. Ägeri-, Thuner-, Briener- und Bielersee) legten sie die Schifffahrt lahm, wie der Informationsdienst für den öffentlichen Verkehr mitteilte. Die Rangliste 2005 führt erneut der Vierwaldstättersee mit 2,18 Mio. Fahrgästen an, dicht gefolgt von der Zürichsee-Fähre Horgen–Meilen (2,175 Mio.). Auf Zürichsee und Limmat führen 1,6 Mio. und auf dem Genfersee knapp 1,5 Mio. Passagiere. Thuner- und Brienersee brachten es gemeinsam auf 1 Mio. Fahrgäste. *TL/lda*

Eine Lawinen-Trainingsanlage

■ Auf dem Flumserberg ist am Dienstag die erste permanente Lawinen-Trainingsanlage der Ostschweiz eröffnet worden. Es können Einzel- und Mehrfachverschüttungen geübt werden. Zudem erhalten sämtliche Wintersportler die Möglichkeit, ihr eigenes Lawinenverschütteten-Suchgerät (LVS) zu testen. Die Benützung der Anlage ist kostenlos. Die technische Unterstützung und Wartung wird von den Bergbahnen Flumserberg geleistet. *TL*

Jura startet eine Werbekampagne

■ Der Kanton Jura will sich in der Region Basel von seiner besten Seite zeigen: Vom 24. April bis zum 21. Mai führt er zur Imageförderung eine grosse Werbekampagne in den Bahnhöfen und Trams durch. Die Aktion soll die Beziehungen zwischen den beiden Regionen verstärken. Zudem erhofft sich der Jura Effekte auf Tourismus und Wirtschaft. Für die Kampagne in der Region Basel sowie zwei Werbekampagnen in der Westschweiz wendet die Regierung 200'000 Franken auf. *TL/lda*

Weltnaturerbe Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn

Touristiker spannen zusammen

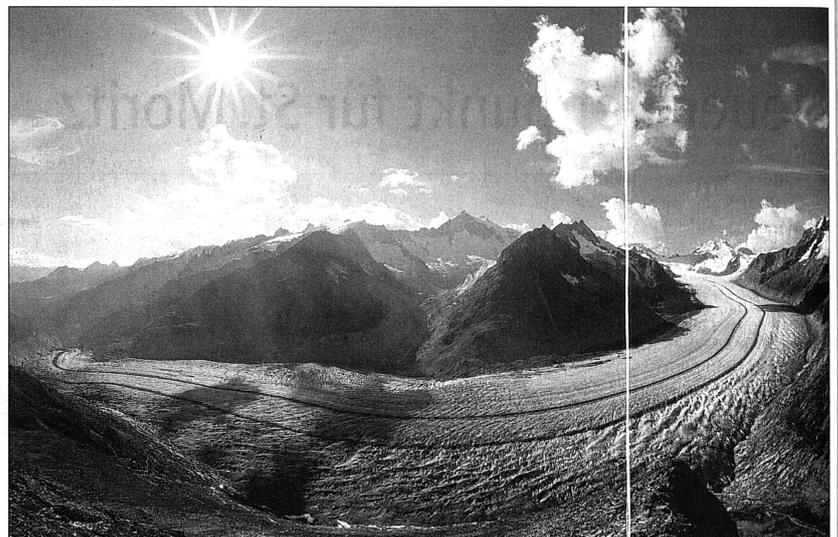
■ Das Unesco-Weltnaturerbe Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn wurde bisher kaum touristisch genutzt. Doch das soll sich nun ändern: Die betroffenen Tourismusorganisationen machen beim Marketing gemeinsame Sache und auch mit den Besucherzentren gehts vorwärts.

Theres Lagler

Seit vier Jahren gehört das Gebiet rund um die Jungfrau, den Aletschgletscher und das Bietschhorn zu den Weltnaturerben der Unesco – und fast genau so lange wartet die lokale Bevölkerung auf konkrete Projekte, die nicht nur den Schutz, sondern auch die nachhaltige Entwicklung der Region sicher stellen. Letzte Woche nun präsentierten die Welterbe-Promotoren in Bern den aktuellen Stand der Arbeiten. Beat Ruppen, Projektleiter des Managementzentrums Welterbe Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn (JAB), betonte dabei insbesondere: «Die Kerngruppe touristisches Marketing hat es geschafft, alle Tourismusorganisationen unter einen Hut zu bringen. Wir betrachten das als wichtigen Meilenstein.»

Kantonsübergreifende Marketing-Plattform

Kopf dieser Gruppe ist Daniel Zihlmann, Geschäftsleiter der Gondelbahn Grindelwald Männlichen AG. Auf Anfrage der htr führte er aus, dass am 2. Februar der Verein «Ferien im Welterbe JAB» gegründet wurde. Mitglieder dieser Marketing-Institution sind auf der Berner Seite des Alpenkamms die Marketingkooperation Jungfrau, die Destinationen Alpenregion und Lötschberg. Auf der Walliser Seite machen Rund um Visp Tourismus und die Tourismusorganisationen im Aletschgebiet mit. Bereits im nächsten Monat soll der Internetauftritt aufgeschaltet werden. «Unsere Aufgabe ist es nicht, neue Angebote zu kreieren, sondern beste-



■ 23 Kilometer Eis am Stück. Vom Gipfel des Eggishorns lässt sich der gesamte Aletschgletscher vom Jungfraujoch bis zum Zungenende überblicken. Diese einmalige Gebirgslandschaft ist Teil des Unesco-Weltnaturerbes. Foto: Lorenz Fickler

hende, naturnahe Angebote zu vermarkten», betont Zihlmann. Allerdings seien bis jetzt noch kaum kantonsübergreifende Kooperationen vorhanden. Künftig seien natürlich auch Packages mit kombinierten Übernachtungen im Bernbiet und Oberwallis denkbar. Beim gedruckten Werbematerial geht der Verein nach dem Motto «schlank und aktuell» vor. Es ist geplant, zu jeder Jahreszeit einen Flyer mit konkreten Angeboten zu gestalten. Die Verteilung soll über die lokalen Tourismusbüros erfolgen. Das Budget beläuft sich – zumindest in der Anfangsphase – auf 120'000 bis 150'000 Franken pro Jahr. Gemäss Zihlmann wird die Finanzierung komplett von den Mitgliedern getragen.

In Kürze sollte der Verein «Ferien im Welterbe JAB» auch auf ein offizielles

Welterbe-Logo zurückgreifen können. Gemäss JAB-Projektmanager Ruppen erhält die erarbeitete Markensystematik derzeit den letzten Schliff.

Architekturwettbewerb für Besucherzentrum Naters

Doch es tut sich noch mehr: Im Mai wird der Projektwettbewerb für das Besucherzentrum in Naters ausgeschrieben. Der Bau des 10-Mio.-Projekts soll 2007/2008 erfolgen. 40 Prozent der Gelder sind gemäss Alois Kämpfen, Präsident des Stiftungsrats Dialog Center, bereits gesichert. Das Besucherzentrum soll eine moderne Ausstellung mit verschiedenen Modulen – «Raum der Stille», «Wetter» und «Panorama» – beinhalten. Es soll gleichzeitig aber auch

ein lokaler Treffpunkt und Tagungsort werden. Wie Stiftungsratsmitglied und Staatsrat Jean-Michel Cina ausführte, wird im Rahmen einer Machbarkeitsstudie zudem die Ansiedlung eines Nachdiplomstudiengangs im Schnittbereich Tourismus/Museologie/Neue Medien überprüft. Weniger weit gediehen sind die Pläne für ein Besucherzentrum im Berner Oberland. «Es soll auf dem Bödeli realisiert werden. Wir suchen aber noch nach einem Standort», so Martin Heim, Präsident des Trägervereins Unesco Welterbe Jungfrau Aletsch Bietschhorn. Weitere Bestandteile des geplanten Info-Netztes sind das Forschungszentrum auf dem Jungfraujoch, das Pro-Natura-Zentrum auf der Riederfurka sowie Info-Säulen in den 26 Welterbe-Gemeinden.



■ **Kartenstudium.** Der Walliser Staatsrat Jean-Michel Cina (li.) und der Berner Martin Heim, Präsident des Vereins Welterbe Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn. Foto: Theres Lagler

Die «Wäscheleine» stösst vielerorts auf Skepsis

■ «Ich persönlich bin sehr skeptisch, ob sich die geplante Bahnverbindung zwischen der Riederalp und Belalp mit dem Welterbe verträgt», hielt Martin Heim, Präsident des Vereins Unesco-Welterbe Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn, an der Medienkonferenz von letzter Woche fest. Die Diskussion darüber müsse innerhalb des Vereins erst noch geführt werden. Urs Wiesmann, wissenschaftlicher Leiter des Welterbes Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn, findet allerdings, dass eine offizielle Stellungnahme gar nicht angezeigt ist. Eine allfällige Verhinderung der so genannten «Wäscheleine» habe nichts mit dem Welterbe zu tun, sondern mit den Schutzbestimmungen des Bundesinventars der Land-

schaften und Naturdenkmäler von nationaler Bedeutung (BLN). «Es ist falsch, wenn das Welterbe als Polizist auftritt. Wir möchten Dinge ermöglichen, nicht verhindern», so Wiesmann. Das Bundesamt für Verkehr hielt in seinem Voraussicht Anfang Jahr fest, dass das Seilbahnprojekt Riederalp-Belalp, das direkt über das Welterbe-Gebiet führt, nicht «bewilligungsfähig» sei. Dennoch halten die Promotoren daran fest: Die Verantwortungsträger der Aletsch Riederalp Bahnen AG und Belalp Bahnen AG betonten, dass die Verbindungsbahn zwingend nötig sei, wenn die betroffenen Tourismusgebiete auf dem Markt bestehen wollten. Sie planen nun Projektanpassungen. *TL*



FOKUS 15
Seminarverpflegung |
 Heute wollen Konferenzteilnehmer leichtes Essen am Mittag – am liebsten bei einem Stehlunch.



FOKUS 17
Russische Gäste | Die Russen gehören zu den «Top Ten» im Schweizer Tourismus. Genf ist eine Lieblingsdestination.



PLATTFORM 18
Ratgeber | Wann der neue Lohnausweis eingeführt werden soll und welche Vorkehrungen getroffen werden müssen.



Karin Frick

«Es ist wichtig, sich zu positionieren»

Karin Frick, Head of Research im Gottlieb Duttweiler Institut in Rüschlikon, spricht im Interview über Trends im Allgemeinen und Trends im Tourismus.

Christine Künzler

► **Weshalb braucht es Trendforscher?**
 Noch vor 40 Jahren konnten sich die Unternehmer nach den herrschenden Traditionen richten, das heisst, sie konnten tun, was schon ihre Vorgänger getan hatten. Heute, in einer Zeit, in der sich alles sehr schnell verändert, geht das nicht mehr. Ein Unternehmen kann sich nicht mehr an dem orientieren, was war, sondern muss in die Zukunft schauen und sich an dem orientieren, was kommt. Interessanterweise gibt es für Trendforscher keine Ausbildung an der Hochschule und auch keine Disziplin – es gibt nur die Geschichte, die Vergangenheit. Und die ist sehr gut dokumentiert und analysiert: Sie zeigt, dass die Zukunftsforschung auch Tradition hat, aber lange im Magischen angesiedelt war (vgl. Artikel Seite 14). Wissenschaftliche Methoden zur Früherkennung wurden erstmals in der Medizin – um Krankheiten besser zu heilen beziehungsweise vorzubeugen – und Militär – um Strategien zu entwickeln – angewendet. Trendforschung wird bis heute sehr praxisorientiert betrieben.

► **Haben Sie die Nase besonders weit vorne, oder weshalb sind Sie in der Trendforschung tätig?**
 Eine gewisse Neugier lässt mich nach Trends forschen. Ich finde es spannend zu beobachten, was sich verändert.

► **Wann ist ein Trend ein Trend?**
 Ein Trend der relevant ist, muss für uns während mindestens fünf Jahren eine

Bedeutung haben – und zwar über lokale Orte und Branchen hinaus.

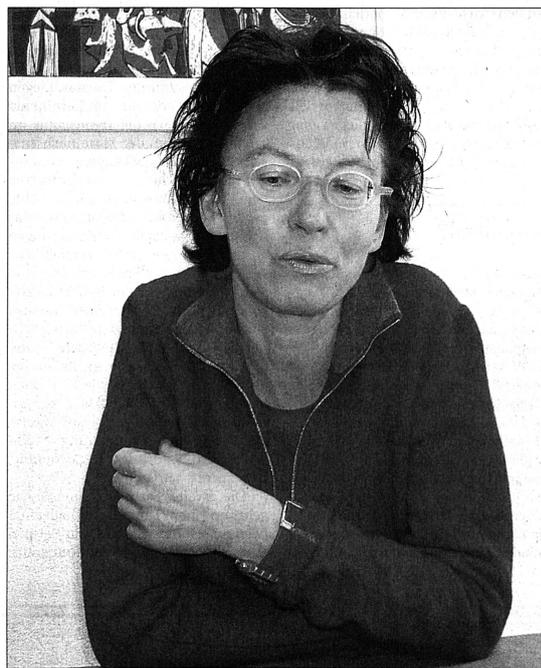
► **Wie zuverlässig sind Prognosen?**
 Sie sind heute sehr zuverlässig, und zwar deshalb, weil keine einzelnen Ereignisse, sondern Strömungen und Tendenzen vorausgesagt werden. Es heisst ja nicht, in zwei Jahren wird es so und so sein. Wir machen Aussagen, die Entwicklungsrichtungen betreffen, zum Beispiel, dass die Gesundheitsprävention ein wichtiger Grund ist, weshalb Leute Ferien buchen.

► **Wie kann der Touristiker den grösstmöglichen Nutzen aus einer Trendanalyse ziehen?**

Es ist wichtig, sich zu positionieren. Man kann nicht jedem Trend folgen. Der Touristiker muss eine Nische finden, in der er seine Stärken einbringen kann, also muss er sich aus der Trendanalyse suchen, was seinen Fähigkeiten und Möglichkeiten entspricht. Er muss sich selber entscheiden, auf welche Elemente er setzen will.

«DER TOURISTIKER MUSS SICH AUS DER TRENDANALYSE SUCHEN, WAS SEINEN FÄHIGKEITEN UND MÖGLICHKEITEN ENTSPRICHT.»

► **Also kann auch Ihre neueste Gesundheitsstudie für ihn hilfreich sein ...**
 Ja. In unserer älter werdenden Gesellschaft wird Gesundheit immer wertvoller. Der heutige Mensch wird mehr und mehr für dieses Thema sensibilisiert. Gerade in diesem Bereich haben wir,



■ Karin Frick. Sie rät Hoteliers zu professionellen Gesundheitsprogrammen, die von Spezialisten entwickelt werden. Foto: Christine Künzler

was die Hotellerie mit den ganzen Wellnessbereichen anbetrifft, eine riesige Blackbox. Keiner weiss mehr, was ihn wirklich gesund macht und was nur fauler Zauber ist. Jeder bietet ein Stück Wellness an, was sich meistens auf die

Infrastruktur bezieht. Wer sich wirklich in diesem Bereich profilieren will, muss qualitativ hochstehende Angebote im medizinischen Bereich bieten, die Gesunde noch gesünder machen. Dass das ein 3- oder 4-Sterne-Hotel nicht im

Alleingang machen kann, ist klar. Da braucht es Zusammenarbeit mit Fachleuten, denn letztlich müssen die Hotels ein Gesundheits-Label vorzeigen können. Am besten sind sie Lizenznehmer eines professionellen Gesundheitsprogramms. Es wird immer mehr Spezialisten geben, die solche Angebote entwickeln. In Zukunft wird die Hardware, die Infrastruktur, immer unwichtiger und die Software, das Gesundheitsprogramm, wichtiger. Und das Gesundheitsprogramm kann von der Kompetenz her nicht jener erstellen, der das Hotel führt. Die Ansprüche der Gäste sind hoch – deshalb ist Professionalität erforderlich.

► **Richten sich auch Trendforscher nach Trends aus?**
 Ja, was die technischen Möglichkeiten, zu Informationen zu kommen, betrifft.

► **Welches sind die wichtigsten Trends im Tourismus?**

Gesundheit, Meetings, Treffen, Zusammenkommen, Partnervermittlung. Partnervermittlung online wird zunehmend normal. Nicht zuletzt darum, weil die Menschen lebenslang immer wieder auf dem Partnermarkt sind. Hotels müssen Plattformen bieten, wo sich Menschen treffen und zusammenfinden können. Singles-Hotels zu machen, wäre zu eng definiert. Das ist wie Seniorenhotels. Das funktioniert nicht. Es gilt, den Ferienclub neu zu erfinden. Ein weiterer Trend sind zum Beispiel Ikea-Hotels. Das Hotel macht eine Ausstellung einer Kollektion. Das heisst, Ikea beispielsweise macht ein Musterzimmer im Hotel. Der Kunde kann im Hotel auch Möbel kaufen, die extra für das Hotel designt worden sind. Oder Kosmetikfirmen können Muster ihrer Produkte ins Hotelbadezimmer stellen.

Anzeige



happy 4YOU

Was bedeutet happy lease&sleep?

Entspannte Gäste und Finanzen.






Wer heute im harten Hotelleriegeschäft wettbewerbsfähig bleiben will, muss flexibel bleiben. Das gelingt am besten mit dem speziell auf die Hotellerie zugeschnittenen Programm und den **Dienstleistungen von happy**. Wie beispielsweise **lease&sleep**: Hier schlafen Ihre Gäste bereits für wenige Rappen pro Nacht auf neuen Schweizer Qualitätsmatratzen. Und das Beste: Nach drei Jahren geht die Ware ohne weitere Ablösung in Ihren Besitz über. So bleiben nicht nur Ihre Gäste, sondern auch Ihre Finanzen entspannt. Übrigens wird **happy mit lease&sleep als offizieller Partner der hotelleriesuisse** empfohlen.




I wett i hett es happy-Bett. happy AG, Fabrikstrasse 7, CH-9201 Gossau SG, www.happy.ch, Tel. +41 (0)71 387 44 44, Fax +41 (0)71 387 44 45

Trends

Heute ersetzt das Internet das Orakel

■ Wie arbeiten Trendforscher? Was braucht es, bis sich ein Trend erkennen lässt? Ein Besuch im Gottlieb Duttweiler Institut in Rüschlikon.

Christine Künzler

Früher waren es Astrologen, Wahrsager oder Preister, die die Zukunft vorausgesagt hatten. Heute sind es Trendforscher. Und die Art und Weise, wie sie vorgehen, entbehrt jeder Mystik. Die Frauen und Männer im Gottlieb Duttweiler Institut (GDI) arbeiten mit einfacheren und zuverlässigeren Hilfsmitteln als damals die Mystiker. Das wichtigste Instrument ist nicht mehr das Orakel, sondern das Internet. Dadurch

hat die Zeitung als Informationsquelle an Bedeutung verloren. Zwar pflegt das GDI die Medienbeobachtung, jedoch mittels eines Web-Monitoring-Systems. «Wir stellen fest, dass die Medien viele Trendthemen früh aufgreifen, dann aber das Interesse daran verlieren», sagt Karin Frick, Head of Research, im GDI (vgl. Interview Seite 13).

Grundlagen für die Erforschung eines Trends liefern Fachleute. «Wir werben sehr viele Expertenberichte aus», sagt Karin Frick. «Wir reden mit Menschen, die sich mit dem Thema befassen, das wir gerade bearbeiten.» Handelt es sich um längerfristige Themen, tauschen sich die Trendforscher im GDI monatlich darüber aus. Sie pflegen aber auch Kontakt zu Trendforschern in anderen Ländern. So entsteht – in einem

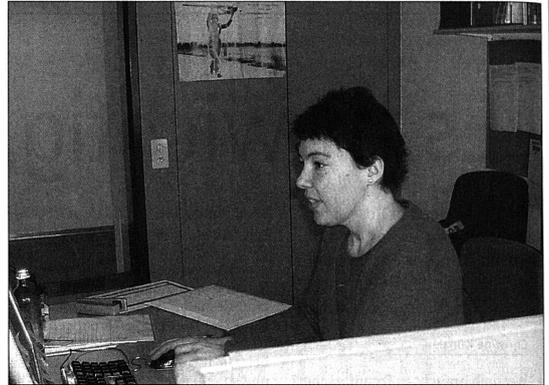
laufenden Prozess – ein umfassendes Netzwerk.

Wer aber jetzt glaubt, im GDI ein grosses Archiv zu finden, irrt. «Ein Archiv nützt uns nichts, wenn wir in die Zukunft schauen wollen», sagt Karin Frick. «Wenn wir beispielsweise wissen wollen, was in St. Moritz vor 100 Jahren war, nutzen wir dafür andere Archive.»

Zwei Arten nach Trends zu forschen

Es gibt zwei Wege, Trendforschung zu betreiben. Einmal durch das Beobachten eines bestimmten Themas. Liegen ersten Informationen zum Kernthema vor, arbeiten sich die Trendscouts im Themenkreis von der Mitte nach ausen: Sie suchen nach Dingen, Strömungen und Menschen, die das Kernthema beeinflussen können. «Wir haben eine ganze Reihe von Megatrends, das heisst, substantielle Veränderungen von Einstellungs- und Verhaltensweisen», erklärt Karin Frick (vgl. Box). «So war beispielsweise die Individualisierung, die Konzentration auf sich selbst, ein starker Megatrend. Jetzt aber zeichnet sich ab, dass die Gesellschaft, und die Gemeinschaft wieder an Bedeutung gewinnen.» Das heisst, die Menschen haben wieder das Bedürfnis, zusammenzurücken – was sich beispielsweise auch in der Konsumhaltung – und im Tourismus – ausdrückt: Cocooning, Geborgenheit, ist gefragt.

Die zweite Form der Trendsuche geht von einem Thema innerhalb einer bestimmten Branche aus. Ein Beispiel einer Problemstellung im Tourismus:



■ Bei Trendforschern im GDI. Kristina Raymann arbeitet gerade an einer Trendforschung zum Thema Mann-Frau-Maschine: Wer macht was im Haushalt? Es sei hier schon verraten: Am wenigsten tun die Männer. Foto: Christine Künzler

Es kommen immer weniger Gäste. «Also gilt es für uns Trendforscher herauszufinden, was der Gast künftig von einem Hotel oder von seinen Ferien erwartet», erklärt Karin Frick. «In diesem Fall sind die Bedürfnisse der Gäste Ausgangspunkt unserer Recherche.» Wenn Trends von einer Problemstellung ausgehen, stellen sich Fragen wie «Haben wir überhaupt noch eine Zukunft? Wenn ja, wie sieht die aus? Was passiert im Umfeld?»

Zurzeit erarbeitet das GDI eine Trendstudie zum Megathema Gesund-

heit. Dafür werden viele Expertengespräche geführt, Meinungsbefragungen vorgenommen und Diskussionen geführt. Eine Person muss dann alle diese Ideen und Infos vernetzen. Dafür braucht diese Person zwischen zwei und drei Monate Zeit. «Von der Idee bis zur fertigen Studie dauert es manchmal ein Jahr, manchmal nur zwei Monate.»

Zehn Personen befassen sich im GDI mit der Analyse und Erforschung von Trends. Die Themen werden entweder vom GDI selber gewählt oder im Auftrag eines Kunden bearbeitet.

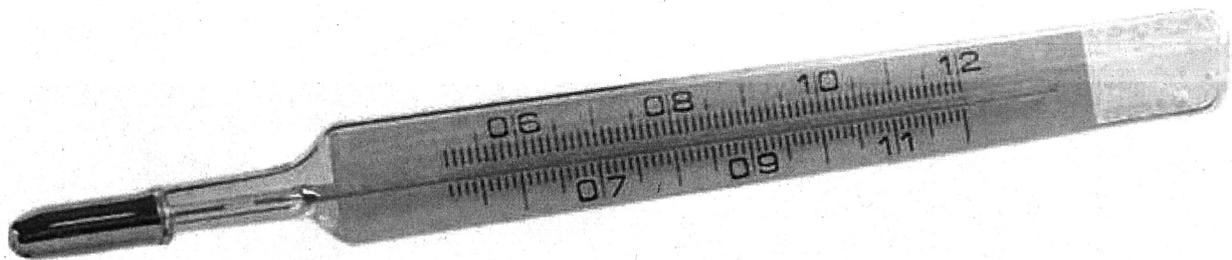
Was ist ein Trend? Was ist ein Megatrend?

■ Ein Trend ist laut der Enzyklopädie Wikipedia eine statistisch erfassbare Grundtendenz, die Richtung, in die eine Entwicklung geht. Sie kann innerhalb gesellschaftlicher oder wirtschaftlicher Entwicklungen wirksam sein (z.B. Trend zur Ein-Kind-Familie) oder wissenschaftlich-technische Vorgänge betreffen (z.B. ansteigende Tendenz einer Messgrösse). Trends sind beobachtbar und messbar. Ihr weiterer Verlauf lässt sich meistens genähert abschätzen, aber nur teilweise beeinflussen. Ein Trend ist eine neue Auffassung in Gesellschaft, Wirtschaft oder Technologie, die eine neue Bewegung beziehungsweise Marsch-

richtung auslöst. Trends im Verhalten, meist durch Meinungsforscher erfasst, sind durch Werbung und Trendsetter beeinflussbar und haben entscheidende Auswirkungen auf das Konsumverhalten der Verbraucher oder auf gewisse Modeerscheinungen im Freizeitbereich. Bei Megatrends handelt es sich laut Wikipedia um besonders tief greifende und nachhaltige Trends, die gesellschaftliche und technologische Veränderungen betreffen. Laut dem deutschen Trendforscher Matthias Horx sind das Trends, die praktisch die ganze westliche Kultur umfassen und deren Dauer zumindest Jahrzehnte umfasst. CK

Trend 2006

Fokusthemen in der hotel+tourismus revue.



16.02.06 Wann ist ein Trend ein Trend?

21.04.06 Wellness-Trends

15.06.06 Gastro-Trends

24.08.06 Hotel-Trends



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

Seminarverpflegung

Leicht und bekömmlich ist gefragt

Die Verpflegung an Weiterbildungen oder Tagungen soll nicht bloss den Hunger stillen. Sie wird als Bestandteil von Konferenzen immer bedeutender. Dabei geht der Trend heute hin zu vollwertiger oder vegetarischer Kost und zu weniger Weinkonsum.

Annett Altwater

Seminare, Tagungen oder Weiterbildungen laufen meist nach einem festen Muster ab: Nach der Begrüssung mit Kaffee, Saft und Gipfelt konzentrieren sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer auf ihr Programm, nehmen in der Zünipause eine Kleinigkeit zu sich und stärken sich mittags mit drei bis vier Gängen.

Der Nachmittag ist üblicherweise von einer Pause unterbrochen; manchmal beendet ein Dinner die Weiterbildung. Was nach dem immer gleichen Schema klingt, ist aber nicht mehr so einfach wie früher. Heute sind Einfallsreichtum und Flexibilität gefragt, denn die Kundenwünsche sind vielfältiger geworden, weiss Daniel Urwyler vom Konferenzhotel Arte in Olten: «Die Essgewohnheiten haben sich in den letzten Jahren spürbar verändert.» So wirken sich die BSE-Krise in Europa, der Gammelfleisch-Skandal in Deutschland und die Angst vor der Vogelgrippe auf die Essensgelüste aus. Doch auch der teilweise hohe Fleischpreis sorgt dafür, Vegetarisches attraktiver zu machen, denn so können Hotels ihren Kunden weiterhin gute Preise anbieten. «Fleischlos liegt voll im Trend, auch bei Nicht-Vegetariern», sagt Urwyler.

Weniger Wein, mehr gutbürgerliche Raffinesse

Wenn morgens die Menupläne aushängen und die Gäste sich zwischen zwei verschiedenen Gerichten entscheiden können, stellt Sales-Manager Urwyler fest, dass Frauen eher das vegetarische Mittagsmenu ankreuzen als Männer und junge männliche Seminarteilnehmer öfter fleischlos essen als ihre älteren Kollegen. Das Konferenzhotel in Olten, das gutbürgerlich kocht, tischt seinen Gästen jedoch nicht aus dem

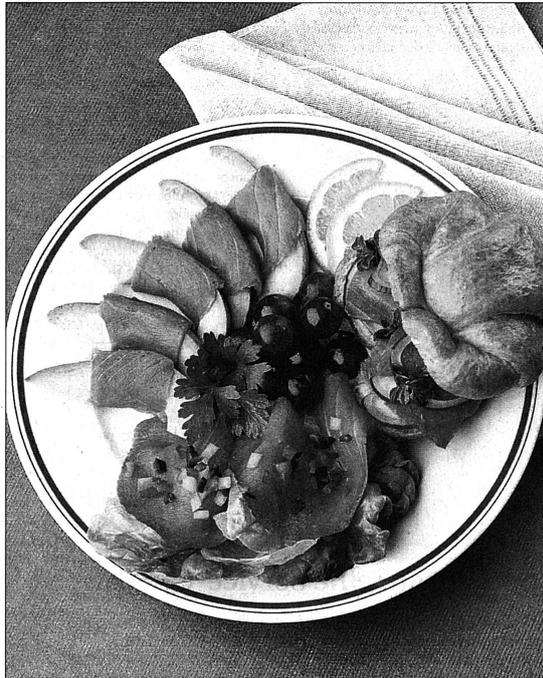
Wasser gezogene Gemüse mit Salzkartoffeln auf, sondern raffinierte Quorn- und Tofugerichte. Ist Fleisch auf dem Teller, verzichten die Köche meist auf schwere Saucen; auch Schweinefleisch wird seltener gekocht als früher.

Beliebter, so Urwyler, seien Fleischsorten mit wenig Fett, wie Lamm, Wild oder Geflügel. Je nach Kundenwunsch werden im Konferenzhotel mittags zwei oder drei Gänge serviert. «Das ist das Maximum», so Urwyler. Dank dem leichten Mittagessen, zu dem viel seltener als noch vor einigen Jahren Wein bestellt wird, hält sich das kurze Zeit später folgende Leistungstief in Grenzen. Der gesunkene Alkoholkonsum muss sich für Wirt jedoch nicht nachteilig auswirken, denn die Gäste greifen für einen guten Tropfen tiefer in die Tasche: «Die Gäste trinken weniger, dafür aber qualitativ besseren Wein», stellt Urwyler fest.

An Tagungen sind Pommes passé

Weniger Wein trinken auch die Gäste von Tagungen im Seehotel Kronenhof in Berlingen/TG: Mittags werde Wein eher weggelassen, dafür am Abend getrunken, konstatiert Seminarkoordinator Elias Thomas. Tagsüber stehe den Teilnehmern jederzeit genügend Mineralwasser bereit. Dass ausserdem in den letzten Jahren vermehrt Suppen und Salate angeboten werden, führt Thomas auf das gewachsene Gesundheitsbewusstsein zurück: «Die Nachfrage nach frisch gepressten Säften, Müsliriegeln, Vollkornbrot, Joghurt und Gemüse für die Pause ist stark gestiegen.»

Auch in der Mittagspause, die maximal anderthalb Stunden dauert, haben sich die Bedürfnisse verändert. Ob leicht oder deftig hängt etwa von der Dauer der Konferenz ab, so Thomas: «Normalerweise ist das Mittagessen leicht und das Znacht etwas üppiger. Doch wenn die Veranstaltung über mehrere Tage geht, kommt auch das Dinner mit wenig Fett aus.» Ganz aus der Mode gekommen sind Pommes frites oder Gerichte mit Kohl, beides wird nur noch auf Wunsch serviert. Rohkost und Fisch stehen stattdessen im Vordergrund, ausserdem wird nur Schweizer Fleisch verarbeitet. Angesichts des wachsenden Gesundheits-



Leichtes Essen vermindert das Leistungstief. An Tagungen wird besser Fisch und Salat aufgetischt als deftige Fleischgerichte. Foto: trt

bewusstseins will das Seehotel in der nächsten Zeit mehr Bio-Produkte für die Mahlzeiten verarbeiten.

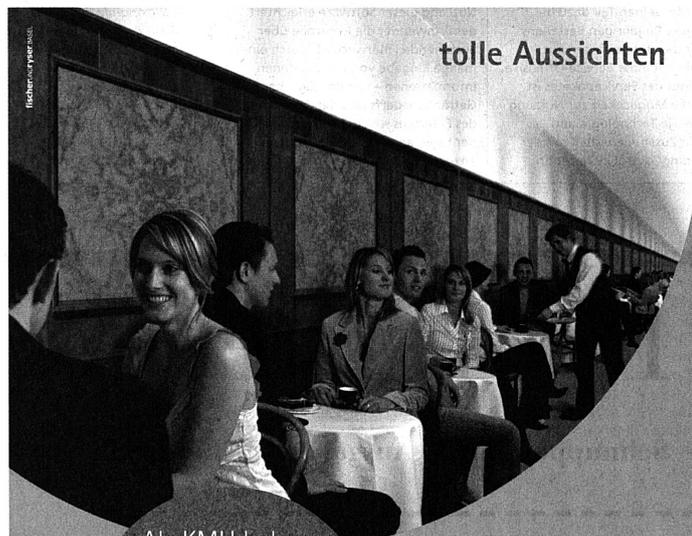
Knoblauch und Kraut sind an Kongressen out

Im Zürcher Hotel St. Gotthard geht man ähnliche Wege, wenngleich nicht unbedingt auf der Bio-Schiene. Oskar Schönbeck bietet seinen Gästen Packages zu Preisen zwischen 110 und 180 Franken pro Tag an. Darin eingeschlossen sind das dreigängige Mittagsmenu und Kaffeepausen für die maximal 40 Seminarteilnehmer.

Deftiges Fleisch wie Schwein oder Truthahn werden nicht mehr zubereitet. «Vielmehr gibt es eine Tendenz zu exklusiven Fisch- und Meeresfrüchtemahlzeiten», beobachtet Schönbeck. Auch in den Pausen zeigt sich der Bewusstseinswandel auf dem Kaffeebuffet: Angeboten werden Erfrischungsgetränke, Milch- und Energy-Drinks; Snacks gibt es in Form von Vollkorngebäck, Früchten und Rohkost.

Wie im «Seehotel» und im Oltener «Konferenzhotel», hält sich der Küchenchef des «St. Gotthard» an ungeschriebene Gesetze der Branche, denn an Kongressen wird nicht jeder Gästewunsch erfüllt. Manche Lebensmittel sind bei solchen Anlässen tabu. Dazu gehören blähende Lebensmittel wie Kohlsorten. Doch auch Knoblauch wird in Gerichten für Seminarteilnehmer sparsam verwendet, um unerwünschte Gerüche in Grenzen zu halten.

Anzeige



tolle Aussichten

Ein Stehlunch bringt Bewegung in die Seminarteilnehmer

Wer den ganzen Tag im Seminar sitzt, braucht zwischendurch Bewegung. Dies wird von Hoteliers als einer der Gründe angeführt, weshalb immer öfter Stehlunches oder -dinner gefragt sind. «Bei etwa einem Drittel der fünf bis zehn Seminar-Anfragen pro Tag erkundigt man sich, ob ein Stehessen möglich ist», rechnet Oskar Schönbeck vom 4-Sterne-Haus St. Gotthard in Zürich. In den eher kleinen Seminarräumen ist es jedoch nur für kleine Gruppen möglich, diesem Bedürfnis zu entsprechen.

Auch Elias Thomas, der beim Seehotel Kronenhof in Berlingen für den Seminarbereich zuständig ist, führt Mahlzeiten im Stehen nur bis zu einer Seminargrösse von 50 Personen durch. «Bei grösseren Gruppen wird es schwierig, genügend Stationen für alle einzurichten», sagt Thomas. Der Anteil von Steh-Mahlzeiten an der Verpflegung lässt sich laut Thomas nicht beziffern, liegt aber noch immer weit hinter dem klassischen Drei-Gänge-Menu. Er stellt fest, dass die Seminarteilnehmer am Abend lieber gemütlich beisammen sitzen, während sich für die Mittagszeit ein Lunch im Stehen durchaus anbietet: An einem kleinen Buffet essen sich die Gäste schneller satt als beim klassischen Dreigänger, das Personal kann also auch schneller abräumen. Diese Erfahrung macht auch Petra Diethelm von Can-

drian Catering in Zürich. Im Restaurant Au Premier können es sich Seminarteilnehmer sitzend zu einem Preis zwischen 60 und 70 Franken à la carte schmecken lassen, die Tagespauschale mit Bankett liegt pro Person zwischen 105 und 115 Franken. Ein Stehlunch ab 39 Franken, wird aber erst ab einer Gruppenstärke von 20 Personen angeboten.

Auch im Konferenzhotel Arte in Olten werden Stehessen durchgeführt. Daniel Urwyler ist jedoch nicht der Meinung, dass Bankette länger dauern. «Für ein serviertes Dreigangsmenu kalkulieren wir eine Stunde.» Beim stehenden Geniessen hingegen sei die Dauer nicht so klar vorauszusagen. «Für unser Personal ist das mühsamer», sagt Urwyler, er sieht aber auch die Vorteile: Jeder könne nehmen, worauf er Appetit habe. Wenn an Stehtischen gegessen werde, zirkulierten die Gäste und man komme leichter in Kontakt. Diese Form der Nahrungsaufnahme komme bei jüngeren Menschen gut an, so Urwyler. Gäste zwischen 50 und 70 Jahren setzten sich lieber zum Essen. Noch stehen die «Arte»-Gäste erst in 20 Prozent der Mittagessen, während sich für die Mittagessen, nur 10 Prozent lassen sich am Abend Fingerfood schmecken. Nicht zuletzt ist auch die Gruppenstärke ausschlaggebend für die Entscheidung: «Ein Stehessen ist nur mit maximal 50 Leuten angenehm», findet Urwyler. av

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

«i gelati» – Eine neue Glacé-Linie, exklusiv bei Scana

Den Scana-Kunden stehen neu eine grosse Auswahl an 4-Liter-Bidons, diverse Impulsartikel und Glacé-Torten zur Verfügung. Eine hervorragende Qualität zu einem ausgezeichneten Preis – das sind die «i gelati»-Glacen. Big Almond, Jumpy, Rhum Raisin, Chocolate-Chips, Sorbet Prune und

Cassata sind nur einige Beispiele im neuen Glacé-Sortiment. Bei den Bidons wird zwischen zwei Varianten unterschieden: «Superiore» steht für die Rahmglacés mit Stückchen und ist die Premium-Linie, «Classico» ist die günstigere Alternative. Die Glacé-Artikel werden zu den gleichen Kon-

ditionen wie das bisherige Sortiment angeboten und mit der bisherigen Tiefkühllieferung zugestellt. Für den Kunden bedeutet dies, dass er bereits ab der ersten Bestellung von seinen vereinbarten Konditionen profitiert. «i gelati» ist eine echte Alternative zu den bestehenden Glacé-Anbietern. Mit Midor als Produzent sämtlicher Glacé-Artikel wird mit einem starken Partner zusammengearbeitet. Beide Firmen profitieren von der jeweiligen Kernkompetenz: Scana als etablierter Partner für die Gastronomie mit einem branchenverbundenen Aussendienst für die Marktbearbeitung, und Midor mit seiner langjährigen Erfahrung in der Glacé-Produktion, welche sich in einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis widerspiegelt. Für die Startphase ist ein attraktives Einführungsangebot mit 4-Liter-Rahmglacé zusammengestellt worden. Scana wird von der Midor bei der Verkaufsförderung und mit Werbematerial aktiv unterstützt.

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

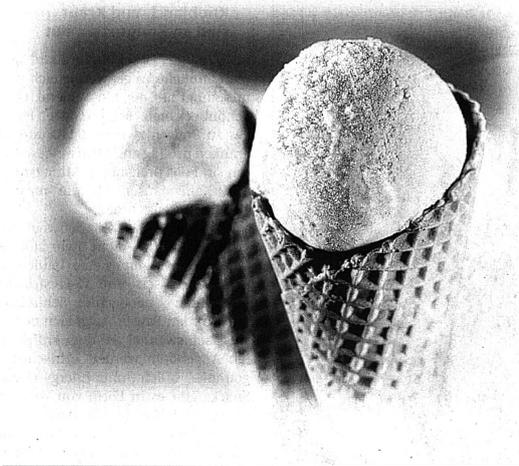
Heineken mit neuer «Longneck Bottle»



Ihr Inneres ist cool, ihr Äusseres schick, und sie hat einen geschmeidigen Hals: Die neue, attraktive «Longneck Bottle» von Heineken Switzerland. Europaweit eine Premiere, präsentiert sich die langhalsige 25cl-Mehrwegflasche punkto Design und Grafik

als neuer Trendsetter in der Schweiz. Mit der kleineren, eleganten Variante seines Premium-Biers will Heineken vor allem auch Frauen ansprechen. Dass es sich bei der «Longneck Bottle» um ein qualitativ hochwertiges Produkt handelt, unterstreichen ein in die Flasche eingegossenes Heineken-Logo und die Siebdruck-Beschriftung, die sich im Gegensatz zur traditionellen Papieretikette nicht ablöst. Im Vordergrund steht vor allem der Verkauf in Restaurants und Bars sowie in Themen-Outlets. Neben der internationalen Premium-Marke Heineken sowie den internationalen Brands Amstel und Murphy's produziert und vermarktet Heineken zahlreiche regionale Marken und Spezialitäten, in der Schweiz zum Beispiel die traditionellen Marken Haldengut und Calanda sowie die Spezialitäten Original Ittinger Klosterbräu und Desperados.

— Heineken Switzerland
Haldenstrasse 69
8401 Winterthur
Telefon 0848 300 003
www.heineken.ch



Im Jubiläumsjahr setzt Brita auf eine Service-Offensive

Die Internorga, Europas wichtigste Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung, Bäckereien und Konditoreien, öffnet wieder ihre Tore: vom 3. bis 8. März treffen sich in Hamburg Aussteller aus ganz Europa, um sich und ihre Kunden über Trends und Innovationen zu informieren. Auch Brita Professional, der führende Hersteller professioneller Wasserfiltersysteme, trägt seinen Teil dazu bei. Im Jahr seines 40-jährigen Bestehens überrascht das Unternehmen aus Taunusstein mit einer Service-Offensive. Das Highlight des Servicepaketes ist sicherlich die Möglichkeit zur Nutzung der Telemetrie Technologie und entstand in Zusammenarbeit mit der Firma vendingControl in Zarrentin.

Diese Technologie ermöglicht es, die im Markt installierten AquaQuell Purity Filter per Datenabfrage hinsichtlich ihres aktuellen Betriebszustandes zentral überwachen zu können. Ein weiteres Tool, das zur Optimierung des Filteraustausches genutzt und den interessierten Kunden zur Verfügung gestellt werden kann, ist eine speziell entwickelte Filtertausch-Software. Die Nutzung dieser Software erleichtert dem Anwender die Kontrolle über anstehende Filterwechsel. Durch einmalige Eingabe von verschiedenen Informationen – wie des täglichen Getränkebedarfs und der Angabe des Filtertyps – ist die Software in der Lage, anstehende Filterwechsel anzuzeigen.

- Internorga 2006, Hamburg
3. bis 8. März 2006
Halle 10.EG, Stand 10.EG 08
- Brita an weiteren Messen in der Schweiz:
- World of Coffee, Bern
19. bis 21. Mai 2006
Stand C80/B1
- Zagg, Luzern
24. bis 28. September 2006
Halle 1, Stand 165
- Gastronomie, Lausanne
4. bis 8. November 2006
Monde du Café
- Brita Professional
Gassmatt 6
6025 Neudorf
Telefon 041 932 40 27
Fax 041 930 30 74
www.brita.ch

Crème Cuisine mit Jogurt von Emmi

Eine raffinierte Kombination von Rahm und Jogurt – die Crème Cuisine mit Jogurt setzt neue Massstäbe. Mit dem tiefen Fettanteil von lediglich 10 Prozent entspricht das innovative Produkt dem Trend zur ernährungsbewussten, natürlichen und leichten Küche. 100 Prozent säure- und kochstabil, sorgt Crème Cuisine mit Jogurt sowohl in der warmen als auch kalten Küche für frischen Geschmack. Lassen Sie sich von der angenehmen Säure und der verführerischen Leichtigkeit zu neuen Gerichten inspirieren. Ihre Gäste werden begeistert sein. Verlangen Sie jetzt eine Probierpackung bei Ihrem Gastro-Partner.

— Emmi Schweiz AG
Habsburgerstrasse 12
6002 Luzern
Telefon 041 227 27 27
Fax 041 227 37
www.emmi.ch



Profis lesen die htr.

Schnupperabo: 10 Ausgaben für nur Fr. 25.–!

Ja, ich bestelle die hotel+tourismus revue:

- Schnupperabo, Fr. 25.– (10 Ausgaben)
 Jahresabo, Fr. 145.–
 2-Jahresabo, Fr. 255.–
(Preise Inland, inkl. MWSt)

Name: _____ Vorname: _____

Firma: _____ Tel. tagsüber: _____

Strasse/Nr. _____

PLZ/Ort: _____ E-Mail: _____

Coupon ausfüllen und einsenden an:
 hotel+tourismus revue, Abo-Service, Industriestrasse 37, 3178 Böisingen

Kontakt:
 Tel.: 031 740 97 93
 Fax: 031 740 97 76
 abo@htr.ch, www.htr.ch



htr

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

Galina Stolyarova

«Mittelschicht ist eingeschüchtert»

Die Journalistin Galina Stolyarova (31) von der «St. Petersburg Times» kritisiert eine einseitig auf die Oberschicht zielende Tourismuswerbung der Schweiz.

Gerhard Lob

Welche Russen wählen die Schweiz als Ferienziel?

In den meisten Fällen handelt es sich um Neureiche; um Leute aus der absoluten Oberschicht, die sich ein 5-Sterne-Hotel leisten können. Die Mittelschicht ist eingeschüchtert und überzeugt, sich nie Ferien in der Schweiz erlauben können. Sie wissen nicht, dass der Tourismus in der Schweiz keineswegs nur aus 5-Sterne-Hotels besteht. Deshalb gehen sie zum Skifahren eher nach Osteuropa oder in die Türkei.

Dies hängt also mit dem Image der Schweiz in Russland zusammen?

Die meisten Russen sehen die Schweiz als absolute Luxuswinterdestination. Beim Wort Schweiz denkt man an Golduhren, Banken, edle Skiorte und Pelzmäntel. Die Schweiz ist ein Synonym für Top-Qualität. Dies ist zwar ein Vorteil für die Schweiz. Doch es hat die erwähnte Kehrseite: Leute aus der Mittelklasse rufen nicht einmal ein Reisebüro an, um nach einer Schweiz-Reise zu fragen. Denn sie erwarten einen Preisschock.

Wie beurteilen Sie die Arbeit von Schweiz Tourismus (ST) in Russland? ST leistet hier hervorragende Arbeit. Sie organisieren perfekt zugeschnittene Journalisten-Reisen, immer mit Blick auf die jeweilige Zeitschrift und Zielgruppe. Daher stehen in «Cosmo Shopping», «Beauty»-Zeitschriften bringen Geschichten über Wellness und Thermal-Bäder, allgemeine Publikumszeitschriften haben Reisereportagen und Event-Geschichten. So sehen die Leser, dass die Schweiz mehr bietet als Skilaufen.

Wie beurteilen Sie das Angebot der Reisen in die Schweiz? Die Touren sind in der Regel sehr standardisiert und sehr teuer. Nur 4- oder 5-Sterne-Hotels werden angeboten. Wer eine Änderung in ein 2- oder 3-Sterne-Hotel verlangt, kann dies haben. Doch dann wird ein individueller Preis berechnet, der genauso teuer ist wie die Standardvariante. So hat man die Wahl zwischen einer teuren «individuellen Tour» oder einem teuren «Package». Ein typischer Sechs-Tage-Trip kostet 1500 bis 2000 Euro. Doch ich habe selber, z. B. in Leukerbad, wunderschöne 2- oder 3-Sterne-Hotels gesehen. Ich denke, man sollte die Vielfalt der Packages erweitern.

Russen

Eine Schweizreise als Prestige

Mit 300 000 Übernachtungen jährlich gehören die Russen bereits zu den «Top Ten» des Schweizer Tourismus. Der Hang zum Luxus der neureichen Russen ist legendär, doch es gibt auch bescheidenere Feriengäste aus der Russischen Föderation.

Gerhard Lob

«Die Entwicklung ist sehr positiv», kommentiert Federico Sommaruga, der bei Schweiz Tourismus (ST) für den Markt Russland zuständig ist. Im Jahr 2005 stiegen im Vergleich zum Jahr 2003 (letzte Erhebung vor 2005) die Übernachtungszahlen – Hotellerie und Kurbetriebe – von Russinnen und Russen in der Schweiz um nahezu 13 Prozent. «Mit 300 000 Übernachtungen jährlich sind die Russen unter den Top Ten des Schweizer Tourismus und unter den fünf strategischen Entwicklungsmärkten von Schweiz Tourismus positioniert, zusammen mit China, Korea, Indien und den Golfstaaten», bilanziert Sommaruga.

Für viele Russen sei eine Schweizreise eine Prestigefrage, sagt Maria Makarova, Marketing Managerin von ST in Moskau. Das Image von Reichtum, hoher Sicherheit und Qualität wirke anziehend. 1996 eröffnete Schweiz Tourismus die Vertretung in Moskau und arbeitet seither eng mit Medien, Reisebüros und Tour-Operators zusammen. Bei der Tourismusmesse MITT, der drittgrössten Messe weltweit, die traditionell im März in Moskau stattfindet, ist die Schweiz inzwischen mit über 100 Ausstellern präsent, darunter auch Vertreter von Hotels und Kliniken.

Shopping ist wichtiger als das Buchen von Ausflügen

Das Werben um den russischen Kunden hat handfeste Hindergründe. Denn was Touristiker besonders freut: Russen lieben Shopping und lassen gerne den Rubel rollen. Die Ausgaben der russischen Gäste liegen hoch, nämlich bei durchschnittlich 400 Franken pro Person und Tag (2004). Somit liegt die Wertschöpfung ihres Aufenthaltes in der Schweiz weit über dem, was europäische Touristen in der Schweiz pro Person und Tag durchschnittlich erbringen, nämlich rund 150 bis 200 Franken. Die Gäste aus Russland geben in der Schweiz jährlich über 100 Millionen Franken aus.

Der Hang neureicher Russen zum Luxus und Opulenten ist bekannt.



Lange Tradition. Seit Jahrzehnten sind Russland – im Bild St. Petersburg – und die Schweiz beliebte Reiseziele für Schweizer und Russen. Vor 190 Jahren wurde in St. Petersburg die erste offizielle Schweizer Vertretung eröffnet. Foto: Keystone

«Diese Kunden schauen kaum auf die Preise von Suiten oder Hotelzimmern: Nur das Beste ist gut genug», sagt Katia Toporkova, die für Genève Tourismus den russischen Markt betreut. Thermalbäder, Wellness und Beauty seien besonders gefragt. Bei der Buchung von Ausflügen und Reiseleitern herrsche hingegen eher Zurückhaltung.

Genf gehört eindeutig zu den Lieblingsdestinationen der Russen im Städtetourismus. «Sie fühlen sich näher an der französischen Kultur als an der deutschen Sprache», sagt Toporkova. Die Hälfte aller Logiernächte von Russen werden in den Kantonen Genf, Waadt und Wallis generiert. Gefragt sind aber auch Graubünden, das Tessin sowie das Berner Oberland. Und natürlich Zürich, was auch mit der Flugverbindung zusammenhängen dürfte. Die Schweizer Airline Swiss fliegt von Moskau zweimal täglich nach Zürich, aber nur einmal nach Genf. Aeroflot fliegt täglich je einmal nach Zürich und Genf. Charterflüge gibt es nur zu den russisch-orthodoxen Festtagen wie Weihnachten und Neujahr Anfang Januar.

Im mondänen St. Moritz helfen die russischen Gäste, das berühmte Januarloch zu stopfen. «Rubel und Rus-

senjets in Top of the World», titelte die «Südschweiz» vor kurzem und berichtete, dass zwischen 20. Dezember und 15. Januar 52 Direktflüge russischer Privatjets genau 303 Personen in die Engadiner Destination brachten – eine Zunahme von 65 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Mit 10 000 Logiernächten im Januar liegen die Russen nach Schweizern, Deutschen und Italienern schon an vierter Stelle.

Viele Russen haben ein bescheidenes Budget

Vor allem viel «Russen-Euphorie» warnt aber Fritz Meyer, Managing-Direktor der IncoTrade AG in Frauenfeld. Dieser Tour-Operator ist seit 10 Jahren auf Schweizreisen für Russen spezialisiert und nach eigenen Angaben grösster Anbieter für Gruppenreisen (www.incotrade.ch). Einerseits müsse man die quantitative Bedeutung der russischen Gäste realistisch und nüchtern beurteilen, so Meyer. Gerade mal 2,5 Prozent aller ausländischen Logiernächte werden von Gästen aus der Russischen Föderation generiert. Zum anderen wird laut Meyer mit den Berichten über verschwundensüchtige Russen ein sehr

einseitiges Bild gezeichnet: «Es gibt auch viele Russen, die bei ihren Reisen mit einem Tagesbudget von 60 bis 70 Franken auskommen müssen.»

Meyer weist auch den Vorwurf zurück, die Angebote für Schweizreisen seien ausschliesslich auf das Luxussegment zugeschnitten (siehe Interview). Eine sechstägige Swiss-Classic-Carreise mit sechs Übernachtungen in Vier-Sterne-Hotels (je zwei Nächte in Zürich, Bern und Genf), inklusive russischsprachiger Reiseleitung und Ausflüge, bietet IncoTrade bei einer Mindestteilnehmerzahl von 30 Personen für 404 Euro (gut 600 Franken) an. Dank einem Arrangement mit Swiss kommt auch der Flug in die Schweiz relativ günstig.

Genf bemüht sich bewusst, vom Image einer sehr teuren Stadt wegzukommen. Und dies mit ersten Erfolgen: Zunehmend logieren Gäste der russischen Mittelschicht in der Calvin-Stadt. Katia Toporkova: «Während das Luxussegment stagniert, verzeichnen wir in der Kategorie von Drei- und Vier-Sterne-Hotels eine Zunahme.» Auch Federico Sommaruga von ST unterstreicht, «dass es im Russland-Markt inzwischen Angebote für alle Preissegmente gibt».

Jubiläums-Veranstaltungen

«Die Beziehungen bilden den roten Faden»

Das Jahr 2006 wurde für die Schweiz und Russland zum «Jahr der Jubiläen» erklärt. In beiden Ländern finden rund 60 Projekte statt.

Daniel Stampfli

Das Ziel des Jubiläumsjahres und der damit verbundenen Veranstaltungen in Russland und in der Schweiz sei die Vertiefung der bilateralen Beziehungen zwischen den beiden Ländern, erklärte Johannes Matyassy, Leiter der Geschäftsstelle Präsenz Schweiz, am Dienstag in Bern anlässlich einer Medienkonferenz.

Dimitry D. Cherkashin, Botschafter der Russischen Föderation in Bern, er-

klärte, dass das Jubiläumsjahr Schweizer und Russen zusammenbringen soll, deren Beziehungspalette «sehr, sehr breit» sei. Das Jubiläum beginnt heute Donnerstag und endet im März 2007.

Nachhaltiger Auftritt und neue Eindrücke

Anlass der Feiern sind 190 Jahre gemeinsame Beziehungen zwischen Russland und der Schweiz. Im Jahre 1816 wurde das erste Schweizer Konsulat in St. Petersburg eröffnet – als erste Schweizer Vertretung in Russland. Das Jahr der Jubiläen findet aber nicht nur auf diplomatischer Ebene statt. Über das Jahr verteilt finden in Russland wie in der Schweiz in den Bereichen Kultur, Politik, Wirtschaft, Lifestyle, Tourismus, Wis-



Dimitry Cherkashin, Botschafter der Russischen Föderation in Bern. Foto: Daniel Stampfli

senschaft und Bildung Anlässe für ein breites Publikum statt. Das Jubiläumsjahr soll Russland und der Schweiz einen nachhaltigen Auftritt und dem Publikum beider Länder neue Eindrücke über das jeweilige Land ermöglichen.

Jubiläumsveranstaltung im Rahmen der MITT

Highlights sind die Ausstellung «Suisse-Russie: des siècles d'amour et d'oubli. 1680-2006» im Musée Historique in Lausanne, das Finanzforum Finas, die Genfer Wirtschafts- und Kulturwoche in Moskau, die Moscow World Fine Art Fair mit Schweizer Ausstellern aus den Bereichen Kunst, Antiquitäten und Schmuck, sowie die Präsentation der Schweiz mit russischen Partnern an

Messen in Moskau. Mit dabei sind Schweizer Architekturverbände, Verbände der Schweizer Industrie und Schweiz Tourismus. Anlässlich der internationalen Tourismusmesse MITT in Moskau (21. bis 26. März) wird an einem Abend in der Schweizer Botschaft eine Jubiläumsveranstaltung mit schweizerischen Teilnehmern stattfinden.

Die Beziehungen zwischen der Schweiz und Russland bildeten den roten Faden durch das Jubiläumsjahr, erklärte Projektleiter Matthias Rühmüller. Nicht gefragt seien Aktionen im Alleingang. Die Projekte sollten nachhaltig über das Jubiläumsjahr hinaus wirken. Für die 60 Projekte sind rund 2,3 Mio. Franken budgetiert, wovon rund 200 000 Franken Präsenz Schweiz beisteuert.

Ratgeber

Wann kommt der neue Lohnausweis?

► **Frage:** In letzter Zeit wurde in verschiedenen Zeitungen zum Teil kontrovers über den neuen Lohnausweis berichtet. Können Sie etwas konkreter sagen, ob und wann der neue Lohnausweis kommt und welche Vorkehrungen wir treffen müssen?

M. F. aus T.

■ Thomas Allemann
Wirtschaftspolitik
hotellerieuisse



► **Antwort:** Im letzten Jahr hat die Schweizerische Steuerkonferenz auf Druck der Wirtschafts-Dachverbände entschieden, die Einführung des neuen Lohnausweises auf das Jahr 2007 zu verschieben. Das bedeutet, dass Sie als Arbeitgeber erstmals Anfang 2008 für das Steuerjahr

2007 den Lohnausweis mit dem neuen Formular und nach den Richtlinien des neuen Reglements ausfüllen müssen.

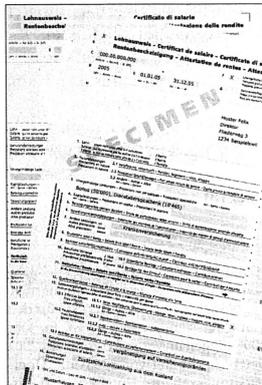
Im Moment werden der neue Lohnausweis und die neuen Reglemente in Form von Pilotversuchen in verschiedenen Unternehmen aller Branchen – darunter auch zwei Hotelbetriebe – auf ihre Praxistauglichkeit geprüft. Ziel dieses Pilotprojektes ist es insbesondere auch die KMU-Tauglichkeit zu prüfen. Eine erste Erfahrungsaustausch-Tagung findet bereits am 20. Februar 2006 statt. Sicher sind aufgrund dieser Erkenntnisse noch einige Änderungen anzubringen, mit einem Abbruch der Übung ist jedoch sicherlich nicht zu rechnen, auch nicht mit einer weiteren Verschiebung des Einführungstermins.

Der neue Lohnausweis bringt nämlich primär ein gesamtschweizerisch einheitliches und elektronisch verarbeitbares Formular, das auch die Abrechnung der Sozialversicherungsbeiträge verein-

fachen soll. Es ersetzt zwanzig verschiedene kantonale Formulare.

Widerstand gegen den neuen Lohnausweis ist insbesondere darum entstanden, weil dadurch auch die immer häufiger gewährten Gehaltsnebenleistungen (Fringe Benefits) transparent gemacht werden sollen. Sie sind schon nach dem geltenden Recht steuerbar, werden aber im alten Lohnausweis oft nicht aufgeführt und bleiben darum dem Fiskus verborgen.

Auf kantonaler Ebene laufen verschiedene Vorstösse gegen die Einführung des neuen Lohnausweises. Da die Einforderung der Steuern inkl. Bestimmung des Formulars eine Kompetenz der Kantone darstellt, wäre es möglich, dass gewisse Kantone beschliessen können, nach wie vor das alte Formular zu verwenden. Dies würde jedoch bedeuten, dass in diesen Kantonen der Arbeitgeber unter Umständen ein Formular für die Kantons- oder Staatssteuern sowie ein anderes



■ **Lohnausweis.** Das neue Formular muss erstmals für das Steuerjahr 2007 ausgefüllt werden. Foto: Gilbert Perrot

(nämlich das neue) für die Bundessteuer ausfüllen müssen. Wir hoffen nicht, dass es so weit kommt; dieser Entscheid liegt jedoch in der Kompetenz der einzelnen Kantonsparlamente.

Um sich frühzeitig auf die Umstellung zum neuen Lohnausweis vorzubereiten, empfehlen wir Ihnen, im Verlauf der zweiten Hälfte des Jahres mit Ihrem Treuhänder und/oder den entsprechenden Softwarelieferanten für die Finanz- und Lohnbuchhaltung Kontakt aufzunehmen, um die notwendigen Anpassungen einzuleiten. Damit Sie nämlich zu Beginn des Jahres 2008 möglichst nur auf Knopfdruck die Lohnausweise mit dem neuen Formular ausdrucken können, müssen alle relevanten Gehaltsnebenleistungen bereits von Beginn des Jahres entsprechend auf die begünstigten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter abgerechnet werden.

Kontakt: thomas.allemann@hotellerieuisse.ch

IMPRESSUM

hotel-tourismus revue

Die Fachzeitung für Hotellerie,
Gastronomie und Tourismus.

Gegründet 1892

Herausgeber:

hotellerieuisse
Mombijoustrasse 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 Schlenzcek-Gasser (GSG).
Cahier français: Miroslaw Halaba (MH), Laurent Misbauer (LM).
Produktion/Layout: Roland Gerber (RG), Gilbert Perrot (GPE).
Korrektorat: Paul Le Grand.

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

Verlag:

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

Druck:

Büchler Grafino AG, Druckzentrum Bern.
Auflage:
WEMF-beglaubigt 2004/05
Verkaufte Auflage: 12.332
Gratisauflage: 1342
(Druckauflage: 18.000)
Verkaufspreise: (inkl. MwSt)
Einzelnummer Fr. 4.30,
Jahresabonnement Fr. 145.–,
ISSN: 1424-0440

Partnerpublikation:

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

Kontakte:

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

* Mit uns zum schönsten Meeresrauschen *

Basler Ferienmesse 06
Die grosse Messe für Ferien und Reisen

17.–19. Februar
Messezentrum Basel
Öffnungszeiten: Fr/Sa/So 10–18 Uhr

www.baslerferienmesse.ch

Gastregion: ortenau
Sonderschauen: **VELO'06** Camping/Caravaning **muba** **Baslerfest**

BASILISK
KASINO PÜR BASEL



HÔTELLERIE

3
Arië van der Spek | Le nouveau directeur de l'Ecole SSH «Les Roches» dévoile les projets d'agrandissements à Bluche (VS).



TOURISME

4
Genève | La Cité de Calvin a le vent en poupe, grâce notamment à une diversification réussie des marchés.



GROS PLAN

5
Cinq-étoiles | Les structures d'organisation des hôtels cinq étoiles ont évolué ces derniers temps.



Marché italien

Une promotion sur plusieurs niveaux

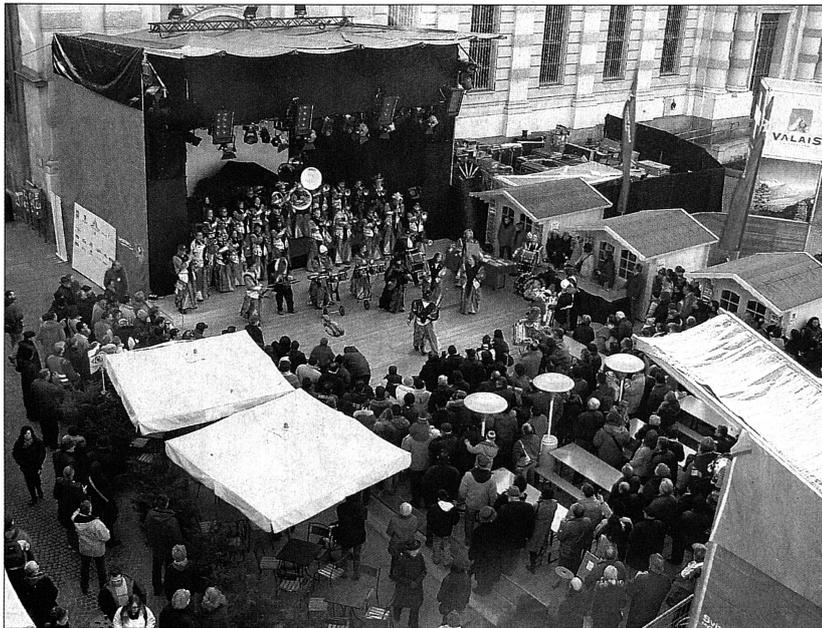
■ L'Italie fait l'objet en ce mois de février de beaucoup d'attention de la part du tourisme suisse. Le salon touristique de Milan et les JO de Turin seront en effet le théâtre de différentes actions susceptibles de confirmer l'augmentation des nuitées hôtelières constatée en 2005.

Laurent Missbauer

En ces jours, ce ne sont pas moins de 600 trams et bus qui circulent à Turin avec une publicité conjointement réalisée par Valais Tourisme et Suisse Tourisme avec le Cervin en toile de fond. Il ne s'agit là que d'une partie de la vaste action de promotion mise sur pied cette année en Italie et qui s'inscrit dans la lignée des efforts déjà consentis en 2005 où Suisse Tourisme avait bénéficié d'un budget de promotion en augmentation de 30% par rapport aux années précédentes.

Le succès de la brochure «Art & architecture» en Italie

«Ces efforts ont porté leurs fruits car les nuitées hôtelières italiennes en Suisse ont augmenté de 4,4% en 2005», note Dino Dulio, le directeur de Suisse Tourisme Italie. «Cela malgré le fait que les intempéries du mois d'août, la principale période de vacances en Italie, nous aient privé d'un nombre important de nuitées.» En effet, si l'on compare les nuitées du mois d'août de 2003 - dernière année de référence - avec celles du mois d'août de l'année passée, on constate un recul de 5,8%. En revanche, les nuitées d'octobre ont été marquées par une augmentation de 31% avec un total de 67 343 nuitées contre 51 457 en



■ Des chalets suisses dans le centre de Turin. Pendant toute la durée des Jeux olympiques d'hiver, la Piazza del Castello de Turin a été transformée en «Piazza Svizzera» avec une estrade et des chalets d'information touristique. Photo: Valais Tourisme

2003. Le magnifique automne, mais aussi le succès de la brochure sur la route thématique «Art & architecture» qui, contrairement aux autres routes thématiques, a été traduite en italien, expliqueraient cette très forte augmentation. «Berne, avec l'ouverture du centre Paul Klee de l'architecte italien

Renzo Piano, a suscité un grand intérêt en Italie», remarque Dino Dulio.

En effet, 15 632 nuitées italiennes ont été comptabilisées de janvier à novembre 2005 - les chiffres pour décembre ne sont pas encore connus - contre 11 714 en 2003. Un autre point positif en Italie est l'essor du tourisme

journalier ou de week-end. L'engouement des Italiens pour les petits trains (Bernina Express, Glacier Express, Golden Pass), le Marché de Noël de Montreux et les séjours de remise en forme à Loèche-les-Bains, a encore augmenté en 2005, précise Dino Dulio. A Loèche-les-Bains, les nuitées hôte-

lières italiennes ont en tout cas augmenté de 23% en 2005 et, sans citer de chiffres, Walter Loser s'attend lui aussi à une augmentation. Au niveau du tourisme journalier, on notera que le domaine skiable de Blatten-Belalp, en Valais, propose une offre au départ de Milan avec le Cisalpino à 8 h. et le retour de Brigue à 19 h. Quant au domaine skiable de St-Moritz-Corvatsch (GR), il a lancé des forfaits de ski nocturne de 19 h à 2 h du matin avec un service bus depuis Milan!

Le potentiel du marché italien est donc loin d'être exploité et c'est notamment ce qui a poussé Suisse Tourisme (plus de 150 000 francs), Valais Tourisme (100 000 francs) et le canton du Valais (900 000 francs) à investir près de 1,2 million de francs pendant les Jeux olympiques de Turin.

La BIT de Milan en même temps que les JO de Turin

■ La Bourse internationale du tourisme (BIT) de Milan, qui aura lieu du 18 au 21 février, est à l'Italie ce que l'ITB de Berlin est à l'Allemagne, soit un salon incontournable avec 146 685 visiteurs en 2004 dont 100 831 professionnels. Suisse Tourisme (ST) y disposera de 150 m² (une surface d'exposition similaire à 2005, mais mieux placée et plus colorée selon les nouvelles directives de ST) avec onze exposants dont Valais Tourisme. «Comme cette importante foire se déroulera en même temps que les JO de Turin où se trouvent plusieurs collaborateurs de nos bureaux de Milan, le personnel de la représentation de Suisse Tourisme à Rome viendra renforcer notre équipe à la BIT», relève Dino Dulio, le directeur de Suisse Tourisme Italie. LM

Une stratégie de marketing qui s'étend sur trois ans

■ La présence du tourisme suisse aux JO de Turin ne se limite pas aux deux «Houses of Switzerland» de Sestrières et de Turin. «Non loin de la Maison suisse turinoise, nous avons transformé la Piazza del Castello en Piazza Svizzera avec une estrade et plusieurs chalets avec des stands d'informations sur les régions touristiques, les fromages et les chemins de fer», relève Dino Dulio, le directeur de Suisse Tourisme Italie. L'Italie arrive en 6e position au niveau des nuitées en Suisse (derrière l'Allemagne, la Grande-Bretagne, les Etats-Unis, les Pays-Bas et la France) et la proportion des nuitées

estivales est légèrement supérieure aux nuitées hivernales (56% été, 44% hiver). «Ce que nous présentons à Turin annonce nos futures campagnes sur l'été à la montagne et sur l'hiver 2006-2007», ajoute Dino Dulio. Valais Tourisme a lui aussi inscrit son investissement turinois sur la durée. «Notre opération à Turin est le point de départ d'un action qui s'étend sur trois ans et qui consiste à renforcer notre image en Italie du Nord et surtout au Piémont, une région où les revenus se situent au-dessus de la moyenne italienne», relève Marcel Perren, le directeur-adjoint de Valais Tourisme. LM



■ Promotion touristique à Turin. Quelque 600 trams et bus de Turin inviteront la population et les usagers des transports publics à découvrir la Suisse et le Valais dans le cœur de Turin pendant toute la durée des Jeux olympiques. Photo: Suisse Tourisme

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

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



Il a vraiment bonne mine!

MICROS DE LA CIGOGNE



Auberge de la Cigogne, Fribourg

Produits Micros-Fidelio de
Check-In Data 021 632.91.00.
Chez eux chez les meilleurs.

CHECK IN DATA

La première adresse pour les initiés.

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 Bösinggen

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

Un SIAL 2006 «prometteur»

■ **Salon international de l'alimentation de Paris (SIAL).** Les organisateurs du SIAL*, qui a lieu tous les deux ans et qui est représenté en Suisse par Promosolons à Zurich, annoncent un millésime «prometteur» pour l'édition de cette année.

Celle-ci se tiendra à Paris-Nord Villepinte du 22 au 26 octobre et se déroulera donc une semaine avant le Salon Gastronomica qui aura lieu à Lausanne (du 4 au 11 novembre). A dix mois de l'ouverture du SIAL, ses organisateurs

annoncent que «près de 80% de la surface d'exposition a déjà été réservée» et que les secteurs consacrés à la viande, aux produits bio et aux produits laitiers «ont connu une augmentation». Le SIAL regroupe des exposants de «toutes les filières de l'alimentation» sur plus de 200 000 m² et a accueilli plus de 136 000 visiteurs, pour moitié internationaux, lors de sa dernière édition en 2004. LM

* www.sial.fr

Nouveau salon

■ **«World of Coffee» à Berne.** Une grande manifestation internationale consacrée au café aura lieu pour la première fois en Suisse avec le salon «World of Coffee» qui se tiendra à Berne du 19 au 21 mai. En plus de la présentation de machines à café – la Suisse est le leader mondial de la fabrication de machines à café entièrement automatiques –, ce salon sera aussi le théâtre de séminaires et du championnat mondial des «barman» spécialisés dans le café. LM

Le délai d'inscription a été fixé au 31 mars

■ **Concours de l'«hôtel historique de l'année 2007».** Quel établissement rejoindra prochainement sur les tables des lauréats de l'«hôtel ou du restaurant historique de l'année» le Beau-Rivage Palace de Lausanne (1999), l'Hôtel Bella-Tola à St-Luc (2001) et – pour ne citer que les lauréats de Suisse romande – l'Hôtel des Trois-Couronnes à Vevey (2003)? Les organisateurs de cette distinction – la section suisse de l'Icomos (Conseil international des monuments et des

sites) avec la collaboration de Suisse Tourisme et des deux organisations faîtières hôtelièresuisse et Gastrosuisse – ont rappelé la semaine passée que le dernier délai pour l'inscription au concours et pour la remise du dossier de candidature avait été fixé au 31 mars.

En plus du premier prix, qui est attribué en automne afin de permettre au gagnant l'utilisation honorifique de sa distinction dans sa campagne de promotion annuelle, le jury décerne plusieurs

mentions – l'une d'entre elles avait été décernée en 1999 à l'Hôtel Masson de Montreux pour la conservation de sa substance historique –, ainsi qu'un «Prix spécial du mobilier».

Ce dernier, instauré en 2002 sous le patronage de la Mobilière Assurance, distingue un objet mobilier ou ensemble de mobilier particulièrement précieux et authentique qui se trouve dans l'hôtel historique. LM

www.icomos.ch/histhotel_f.html

Swiss Historic Hotels

Un partenariat de marketing a été conclu avec ST

■ Les Swiss Historic Hotels ont conclu la semaine passée un partenariat de marketing avec Suisse Tourisme (ST). Ce partenariat débouchera en 2007 sur une campagne intitulée «Historic Switzerland» qui valorisera hôtels, restaurants, chemins de fer et autres bateaux historiques.

Laurent Missbauer

Le potentiel touristique des hôtels et des restaurants historiques, mais aussi des chemins de fer et des bateaux à vapeur, ainsi que des musées doit être mieux exploité, estime Suisse Tourisme. Dans un communiqué de presse diffusé la semaine passée, il annonce ainsi la conclusion d'un accord de collaboration avec les Swiss Historic Hotels qui regroupent vingt hôtels historiques et qui comptent en accueillir quinze de plus «dans un proche avenir». Sur la base de ce contrat, Suisse Tourisme sera, à partir de 2007, responsable du marketing des Swiss Historic Hotels.



■ **L'Hôtel Ruedihus, à Kandersteg (BE), a été cité en exemple par Suisse Tourisme.** Photo: Swiss Historic Hotels

Suisse Tourisme ne souhaite cependant pas seulement promouvoir les hôtels historiques, mais également «les plus beaux témoins» de la Belle-Epoque tels que les chemins de fer à vapeur, les bateaux à aubes ou les promenades et sentiers pédestres historiques comme la Via Spluga aux Grisons. A cet effet, Suisse Tourisme lancera – également en 2007 – une campagne promotionnelle intitulée «Historic Switzerland». Celle-ci entend répondre à la forte demande touristique enregistrée ces dernières années pour les courts séjours. «Avec cette campagne, nous pourrions proposer un tout, par exemple passer une nuit au Swiss Historic Hotel Ruedihus à Kandersteg construit il y a 250 ans, puis effectuer une excursion sur le Rothorn avec un chemin de fer à vapeur», note Suisse Tourisme.

Arie van der Spek, nouveau directeur de l'Ecole des Roches

«Répondre aux besoins de notre industrie»

■ Pour Arie van der Spek, le nouveau directeur général de l'Ecole des Roches à Bluche (VS), les perspectives d'emploi dans la branche touristique et hôtelière ne font aucun doute. L'école propriété de l'américain Laureate Education va d'ailleurs s'agrandir.

Danielle Emery Mayor

Arie van der Spek a été engagé en décembre dernier à la direction générale (Chief Executive Officer) de l'Ecole de management hôtelier des Roches, propriété de Laureate Education Inc. Ce Hollandais, désormais installé à Bluche, y amène sa longue expérience dans l'hôtellerie, dans les compagnies aériennes et, d'une manière plus générale, dans l'industrie du voyage et du tourisme.

► **Quel est votre rôle à la direction générale des Roches?**

Autour des Roches se construit une plate-forme internationale pour la formation dans l'hospitalité, avec des campus en Suisse (Bluche), en Chine (Shanghai) et en Espagne (Marbella). Un programme similaire à celui des Roches est également dispensé au «Kendall College» à Chicago avec lequel nous avons un partenariat. Mon rôle est d'assurer la qualité des études, de faire correspondre notre formation aux besoins de l'industrie et de promouvoir l'image de l'école au niveau international. Je veux également que nos jeunes diplômés débutent leur carrière avec de nouvelles compétences.

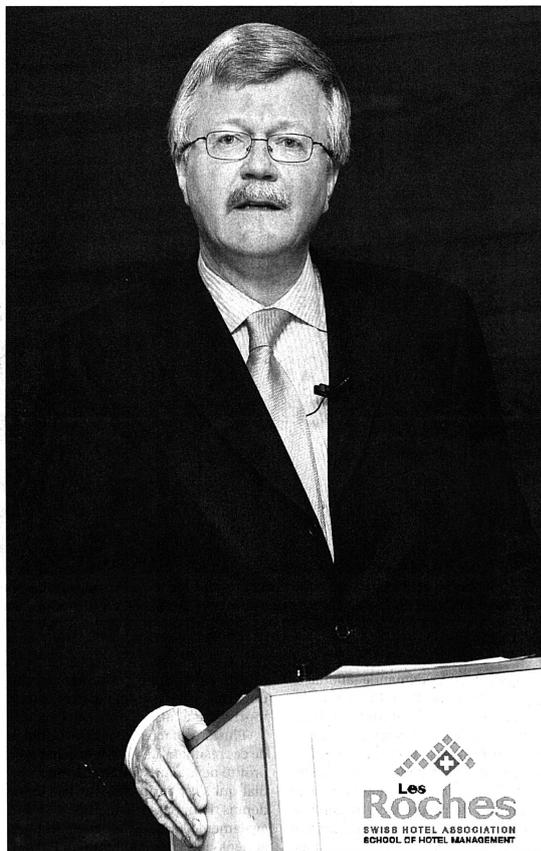
«LES PERSPECTIVES DE CARRIÈRE POUR LES DIPLOMÉS DES ROCHES SONT EXCELLENTES.»

► **Vous dites que les métiers de l'accueil sont devenus très complexes...**

Nous avons besoin d'une nouvelle génération de dirigeants capables de cal-

Un contrat de licence avec hotelleriesuisse

■ Association faîtière de l'hôtellerie helvétique, hotelleriesuisse a conclu des contrats de licence avec trois écoles hôtelières qui sont reconnues sur le plan international et qui, grâce à leur licence, ont le droit de délivrer des diplômes de fin d'étude d'hôtellerie-suisse. Une de ces trois écoles est l'Ecole hôtelière SSH «Les Roches» à Bluche, en Valais, à proximité de Crans-Montana. Les deux autres écoles sont l'International College of Hotel Management à Adélaïde en Australie et l'Ecole hôtelière SSH de Marbella en Espagne. LM



■ **Arie van der Spek.** Ancien dirigeant du groupe Intercontinental, Arie van der Spek dirige depuis décembre l'Ecole des Roches. Photo: Ecole SSH «Les Roches»

culer la valeur d'un client, le revenu au mètre carré, le temps qu'il faut pour faire une chambre depuis le départ d'un client jusqu'à l'arrivée du suivant... Aux Etats-Unis, un client veut sa chambre à la descente de son avion, à 7 heures le matin. L'hôtellerie a réagi un peu lentement jusqu'ici pour s'adapter. Nous proposons une licence en gestion hôtelière internationale (Bachelor in International Hotel Management) et nous venons donc de développer un Bachelor of Science in Food Services Management (spécialisé dans la gestion de la restauration), car nous discutons avec de grands pourvoyeurs d'emplois dans les services, comme Nestlé ou Unilever.

► **L'hôtellerie mène-t-elle à d'autres métiers?**

Prenez le stade de foot lors du Mondial à Munich: c'est comme une ville, avec ses commerces et sa douzaine de restaurants. Pour y travailler il faut des gens compétents. On loue des sièges dans le stade comme on loue des

chambres d'hôtel. La différence n'est pas très grande. Pour nos étudiants, il s'agit d'opportunités incroyables.

«NOUS UTILISERONS UN DE NOS CHALETS POUR Y CRÉER UNE GRANDE CHAMBRE D'HÔTEL DE DÉMONSTRATION.»

► **Prévoyez-vous de développer l'école à Bluche?**

Nous sommes en train de concrétiser l'achat de quatre bâtiments pour loger nos étudiants car aujourd'hui les jeunes veulent des studios ou des appartements. Nous allons aussi construire une nouvelle bibliothèque, transformer une salle de classe en auditorium. Nous aimerions couvrir la piscine pour que les étudiants puissent l'utiliser en hiver et créer peut-être une

halle couverte pour les sports d'équipe. Nous allons utiliser un de nos chalets pour y créer une grande chambre d'hôtel de démonstration, équipée de manière à enseigner les différentes techniques de nettoyage et d'entretien. Au sous-sol, nous allons recréer la réception d'un hôtel pour permettre aux étudiants d'effectuer des jeux de rôle d'arrivée et de départ.

► **Qu'est-ce que le fait d'appartenir à Laureate Education vous amène-t-il?**

Appartenir à un grand groupe permet de profiter d'un important réseau. Nous disposons des meilleurs professeurs qui contribuent grandement à la réputation de l'école et qui sont également contents de pouvoir inscrire dans leur curriculum vitae qu'ils ont enseigné aux Roches. Et puis la Suisse fait toujours rêver.

«HOTELLERIESUISSE EST UNE MARQUE QUI A UNE RÉELLE VALEUR AU NIVEAU INTERNATIONAL.»

► **Le label «suisse» a-t-il encore une bonne réputation?**

Bien sûr. Regardez ma carte de visite, il y a dessus le logo d'hotelleriesuisse. C'est une marque qui a une réelle valeur au niveau international. hotelleriesuisse est d'ailleurs représentée au sein de notre conseil d'administration. Nos étudiants font leur stage du 2e semestre dans des hôtels en Suisse, cela a de la valeur, notamment aux yeux de leurs parents. C'est intéressant aussi pour les hôtels suisses, tout comme pour Les Roches.

Un ancien directeur du groupe Intercontinental

■ Arie van der Spek était «Chief Operating Officer» d'Intercontinental Hotels Group en Europe, avec un portefeuille de 450 d'hôtels sur vingt-neuf marchés différents, avant de saisir l'opportunité de mettre son expérience du terrain au service de la formation. Laureate Education, propriétaire des Roches et de Glion, est une grande société cotée en bourse qui forme plus de 200 000 étudiants dans le monde et qui a conscience de l'importance de la branche «hospitalité» (hôtellerie et tourisme). Le 80% des recruteurs interrogés par Laureate Education estiment que les perspectives de carrière pour les diplômés des Roches sont très bonnes, voir excellentes et qu'ils occuperont des positions de cadres supérieurs dans l'industrie dans les cinq à dix ans qui suivent l'obtention de leur diplôme. En Suisse, l'école a entamé les démarches pour entrer dans le cercle de «l'université des métiers» (HES). DEM

Les hôteliers valaisans mécontents des CFF

■ **Valais.** Lors du récent Symposium touristique de Zermatt, Vincent Ducrot, responsable Grandes lignes aux CFF, a présenté plusieurs innovations que les CFF allaient entreprendre dans le domaine du tourisme. A l'issue de cette présentation, il lui a été fait part que les hôteliers valaisans déploreraient que, malgré les améliorations liées à la prochaine mise en service des nouvelles transversales alpines, plus aucun train partant après 21h30 de l'aéroport de Zurich – grand pour-

voyeur de touristes – ne parviendrait en Valais. «Sur ce, M. Ducrot a répondu que la ligne du Valais était l'une des moins rentables et que nous devrions être contents que cette ligne soit maintenue», déplore Patrick Béro, président de l'Association hôtelière du Valais. «En outre, à la question d'un participant canadien qui relevait la difficulté de voyager avec tout l'équipement de ski, M. Ducrot a répondu qu'il était possible en Suisse d'utiliser le service de bagages accompagnés, sans pré-

ciser toutefois que ce service n'est possible qu'avec Swiss et British Airways et que l'enregistrement des bagages ne se fait que dans les villes et à Zermatt. Depuis Crans-Montana ou Verbier, vous devez venir les enregistrer à Sion. Comment peut-on faire preuve d'autant de désinvolture envers un canton qui accueille 14 millions de nuitées touristiques par année», se demande Patrick Béro. «Comme service public ou comme conditions cadre, on a déjà fait mieux», conclut-il. *LM*

L'amélioration des affaires devrait se poursuivre

■ **Hôtellerie et restauration.** L'amélioration de la situation conjoncturelle dans l'hôtellerie et la restauration helvétiques, sensible en 2005, devrait se poursuivre au cours des premiers mois de cette année. C'est ce qui ressort de l'enquête trimestrielle effectuée par le Centre de recherches conjoncturelles de l'Ecole polytechnique fédérale de Zurich (KOF), avec le concours de Gastro Suisse. Globalement, le nombre de personnes interrogées qui comptent

sur un accroissement des ventes au cours du premier trimestre dépasse pour la première fois, depuis deux ans, le nombre de ceux qui s'attendent à un recul, écrivent les experts du KOF. Dans le détail, on note que l'hôtellerie s'attend à une progression du nombre de nuitées indigènes et étrangères. Les restaurants de taille moyenne (de 10 à 49 employés) prévoient une «nette augmentation des ventes». Les petits établissements, en revanche, sont moins optimistes, alors que les

grands (plus de 50 employés) tablent sur une stagnation. Pour ce qui est du trimestre précédent, l'enquête a montré que le volume des ventes et la situation bénéficiaires s'étaient améliorés dans les deux secteurs, l'hôtellerie obtenant cependant les meilleurs résultats. Cette progression, qui s'était concentrée jusqu'au troisième trimestre sur les grandes agglomérations, s'est étendue au cours des trois derniers mois de l'année aux quatre zones touristiques du pays. *MH*

Tourisme genevois

Les résultats d'une «bonne» stratégie

■ Avec une hausse des nuitées hôtelières de 7%, le tourisme genevois a réalisé, l'an passé, une excellente performance. Plusieurs raisons expliquent ce succès, dont une a de quoi réjouir ses responsables: l'adéquation de la stratégie à la demande.

Mirosław Halaba

Les responsables du tourisme genevois ne cachent pas leur satisfaction, la semaine dernière à Genève, lors de la présentation des résultats de l'année 2005. «Nous sommes des gens heureux», n'a pas hésité à dire le président de Genève Tourisme, François Bryand. En effet, le tourisme de la Cité de Calvin a connu «un très bon millésime» 2005, le meilleur depuis cinq ans. L'hôtellerie a enregistré une hausse des nuitées de 7% ou de 150 000 unités par rapport à 2003, la dernière année de comparaison. Ce chiffre étant obtenu sur la base des résultats des onze premiers mois, l'extrapolation fait apparaître un total pour 2005 d'environ 2,4 millions de nuitées. Pour le directeur de Genève Tourisme, François Bryand, ce résultat, qui est de 4,5 points supérieur à la moyenne suisse, est «encourageant pour l'avenir du tourisme genevois».

«Notre clientèle est en train de changer»

L'analyse par marché (basée sur les chiffres cumulés à fin novembre) montre une nette progression des marchés de proximité, comme la Suisse (+18,5%) et l'Allemagne (+22,4%). Les marchés émergents (Chine, +52,4%; Inde, +16%) ont également obtenu de



■ **Fréquentation estivale.** Les résultats 2005 ont notamment montré que le «meilleur mois» de l'année a été celui d'août, ce qui est flatteur pour une ville axée durant le reste de l'année sur le tourisme d'affaires. Photo: Mirosław Halaba

bons résultats. La demande japonaise, en revanche, a reculé de 16,5% et la demande des pays du Golfe de 7,5%. Dans ce dernier cas, il faut noter que les arrivées ont progressé de 6,6%, ce qui signifie que les visiteurs sont restés moins longtemps. Cette tendance et les taux élevés de progression de certains marchés permettent à François Bryand de constater: «Notre clientèle est en train de changer.» Autre fait intéressant: en 2005, le «meilleur mois» a été celui

d'août. Une bonne performance pour une ville principalement axée sur le tourisme d'affaires.

Plusieurs facteurs sont à l'origine de ces résultats. Le tourisme genevois a profité de la reprise du tourisme mondial qui s'est véritablement fait sentir depuis l'an passé seulement. Il y a également l'essor des transporteurs aériens «low cost», notamment Easyjet, le cours du change favorable de l'euro par rapport au franc suisse et l'améli-

oration de l'offre. De nombreux hôtels ont, en effet, été rénovés et neuf cents chambres ont été créées. Un autre facteur, et non des moindres, a également joué un rôle dans ce résultat: la stratégie. Le tourisme genevois récolte aujourd'hui les fruits d'une stratégie clairvoyante basée notamment sur la diversification des marchés, la recherche de marchés émergents – comme ce fut le cas pour la Chine et la Russie – et le choix des bonnes priorités. «Nous

avons l'impression que notre politique correspond à l'évolution de la demande touristique», a pu dire, non sans une pointe de fierté, François Bryand.

Poursuite de la tendance favorable

Cette tendance favorable devrait se poursuivre. Ainsi, 2006 devrait permettre d'atteindre le cap des 2,5 millions de nuitées. Genève pourra notamment compter sur le tourisme d'affaires dont les perspectives sont prometteuses. «En 2005, nous avons signé des contrats pour 23 grands congrès qui s'échelonnent de 2006 à 2010», a dit François Bryand.

Un développement qui donne tout son sens au renforcement du bureau des congrès de l'office du tourisme, office qui s'appelle désormais: «Genève Tourisme & Bureau des congrès».

Près de 13 millions d'excursionnistes

■ Le canton de Genève accueille chaque année près de 13 millions d'excursionnistes qui dépensent en moyenne 76 francs par visite. C'est ce qui ressort d'une étude réalisée par l'institut BAK Basel Economics et consacrée à l'impact économique du tourisme réceptif dans le canton de Genève. L'étude montre que le tourisme génère des recettes pour 2,5 milliards de francs par an et des recettes fiscales pour 120 millions de francs environ. La branche occupe 18 000 personnes. Intéressante est la répartition de la valeur ajoutée brute générée par le tourisme. Ainsi, l'hébergement et le commerce de détail profitent chacun de 19% de cette valeur. *MH*

«Destinomètre» testé en Valais

Une bonne évaluation de l'hébergement

■ Adopté au Tyrol pour mesurer le degré de satisfaction des touristes, le «destinomètre» a été testé dans les stations de Verbier, de Crans-Montana et de Zermatt. Il indique les grandes tendances suivantes: l'hébergement est bien coté, mais pas l'animation.

Geneviève Zuber

Le «destinomètre» a été développé en 2002 en Autriche, à l'Université d'Innsbruck, l'un des leaders européens en matière de recherche sur le tourisme alpin. Après une phase pilote, cet outil

de benchmarking a été adopté pour toute la région par le Département du tourisme du Tyrol.

Ainsi, lors de chaque saison d'hiver et d'été, les touristes remplissent 30 000 questionnaires, évaluant la qualité et le prix de sept prestations: le logement, la restauration, les animations, le shopping, l'offre sportive, le wellness et le lieu de séjour.

Un outil de positionnement stratégique

Cet outil de positionnement stratégique a été testé en Valais par l'Institut économie et tourisme de la Haute école valaisanne. Il faut rappeler que, comme le reste du pays, ce canton manque

assez cruellement d'instruments de mesure des activités touristiques. Et si le «destinomètre» a été retenu, «c'est qu'il indique de manière pointue les prestations à améliorer, dans quel sens rectifier ou affiner le tir au fil des saisons et ce, en s'appuyant sur des comparaisons avec d'autres destinations», précise Marie-Françoise Perruchoud-Massy, la responsable de l'institut valaisan.

«Les urbains s'ennuient à la montagne»

A Crans-Montana, Verbier et Zermatt, où il a été testé pendant les saisons d'hiver 2004-2005 et d'été 2005, le «destinomètre» livre des premiers ré-

sultats instructifs: c'est le lieu de séjour (nature, accueil général, signalisation, transports, site internet, etc.) qui obtient la meilleure note, avec un bémol toutefois pour la circulation à l'intérieur des stations. Autre point fort: le logement (hôtellerie, parahôtellerie, accueil, équipement...), avec à nouveau la palme à Zermatt en ce qui concerne le rapport qualité-prix.

Si le shopping, la restauration et le wellness sont jugés satisfaisants, l'animation et les divertissements n'ont, en revanche, pas la moyenne. Un problème pour le Tyrol également et pour tout l'arc alpin d'ailleurs, «qui doit réfléchir aux attentes des urbains, commente Marie-Françoise Perruchoud, car manifestement, ils s'ennuient à la

montagne en dehors de la nature et du sport».

Motiver les touristes à remplir les questionnaires

Reste à savoir quelle sera la destinée du «destinomètre» dans le canton du Valais, où le choix des outils stratégiques a moins tendance à venir d'en haut qu'au Tyrol.

L'institut valaisan a pris son bâton de pèlerin pour convaincre les différentes destinations. Les tests l'ont montré, l'un des défis sera de motiver les touristes à remplir les questionnaires. Une piste: «les hôtels et les cafés pourraient offrir un petit drink à ceux qui acceptent.»

Olivier Lambert

«On accède plus vite au sommet de la hiérarchie qu'auparavant»

■ Professeur de gestion de l'hébergement à l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL), Olivier Lambert analyse les changements qui ont été apportés, ces dernières années, dans la manière de diriger les établissements cinq étoiles en Suisse et à l'étranger.

Miroslaw Halaba

► La structure organisationnelle des hôtels cinq étoiles a-t-elle changé au cours de ces cinq dernières années et, si oui, dans quel sens?

Oui, elle a changé, car l'exploitation des établissements se fait désormais avec moins de personnel. Ceci a eu pour effet de raccourcir les structures hiérarchiques. On constate aussi qu'il n'y a plus beaucoup de «seigneurs», de ces dirigeants tout-puissants qui n'avaient pas beaucoup de comptes à rendre si les affaires marchaient bien. Aujourd'hui, les directeurs sont beaucoup plus contrôlés. Résultat, ils ont une certaine crainte à prendre des décisions et les employés subalternes tendent à devenir des fusibles que l'on change en cas de problème.



■ Olivier Lambert, professeur de gestion de l'hébergement. Photo: EHL

► Quels ont été les facteurs qui ont contribué à ces changements?

L'importance grandissante des chaînes, mais aussi celui des actionnaires qui veulent des résultats. Les chaînes hôtelières sont souvent rachetées par des sociétés d'investissements désireuses de gagner de l'argent le plus rapidement possible. La pression des syndicats et le risque de se forger une mauvaise image peuvent avoir pour effet de dissuader les directeurs de se montrer par trop omnipotents.

«AUJOURD'HUI, LES DIRECTEURS SONT BEAUCOUP PLUS CONTRÔLÉS QUE DANS LE PASSÉ.»

► Constate-t-on des différences d'organisation d'un continent à l'autre?

La différence majeure se trouve dans les coûts du personnel. Ceux-ci sont, par exemple, plus élevés en Europe qu'en Asie. La forme d'organisation dépend aussi de l'importance de l'effectif du personnel. On remarque également, en Asie notamment, qu'un employé effectuera une tâche sans forcément se demander s'il y a lieu de la modifier si elle lui apparaît comme mal conçue. Ce qui ne sera pas le cas en Europe.

► Un pays ou un continent donne-t-il le ton?

Je ne crois pas, mais il faut reconnaître que les grandes chaînes sont souvent

américaines et qu'elles ont tendance à imposer leur manière de faire. J'ai remarqué que certaines d'entre elles avaient toutefois du mal à progresser sur les autres continents. Cela pourrait venir du fait qu'elles utilisent à l'étranger des procédures de travail standardisées par les chaînes (S.O.P.), conçues et convenant à la clientèle américaine, mais qui ne sont pas adaptées à la clientèle qui fréquente ces chaînes sur d'autres continents, ni à la manière d'agir des employés.

«UN DIRECTEUR DOIT SURTOUT ÊTRE À L'ÉCOUTE DE SES COLLABORATEURS.»

► Quelle est l'évolution probable des modèles de management des hôtels cinq étoiles?

Je ne vois pas de changements majeurs au cours des prochaines années, car on reste dans cette politique de rentabilité chère aux groupes d'investissement. On s'aperçoit cependant que les directeurs sont de plus en plus jeunes. Les personnes accèdent plus vite au sommet de la hiérarchie qu'auparavant, mais, comme indiqué tout à l'heure, elles deviennent en même temps des fusibles. D'autre part, les dirigeants n'ont pas autant d'expérience que leurs prédécesseurs, mais ils ont plus facilement l'occasion de faire leurs preuves.

► Les structures en place dans l'hôtellerie se retrouvent-elles dans d'autres branches de l'économie?

Je ne suis pas un spécialiste des autres secteurs, mais j'ai souvent remarqué que l'hôtellerie est en avance par rapport aux autres branches de l'économie. Un changement dans l'hôtellerie, que ce soit sur le plan de la hiérarchie ou de l'organisation, est souvent repris ailleurs. Ainsi, certaines industries sont prêtes aujourd'hui à engager du personnel lorsque la demande est forte comme le font depuis longtemps les hôtels de saison.

«IL N'Y A PLUS BEAUCOUP DE DIRECTEURS TOUT-PUISSANTS.»

► Les femmes sont toujours très peu présentes au sommet de la hiérarchie. Des changements sont-ils prévisibles à moyen terme?

Non, je ne vois pas de changements fondamentaux, si ce n'est dans certains niveaux intermédiaires. Ainsi, les gouvernantes générales, par exemple, tendent à jouer un rôle plus important qu'auparavant. Elles sont plus impliquées dans la prise de décision, comme dans les choix en matière d'aménagement intérieur lors des rénovations. Je crois cependant qu'on a toujours peur, lorsqu'il s'agit de confier des responsabilités élevées à une femme, que l'on ne puisse pas pouvoir compter sur elle si elle décide d'avoir une vie de famille. Or, il n'y a pas de raisons qu'il en soit ainsi.

► Quel profil doit avoir aujourd'hui un directeur d'un établissement cinq étoiles?

Il doit être fort avec ses supérieurs afin de pouvoir faire passer ses idées et en même temps il doit être relativement proche de ses collaborateurs et, surtout, être à leur écoute. Il doit être en mesure d'appliquer ses propres décisions, de montrer la direction et d'être suivi. Il doit également s'occuper de la clientèle et être au courant de ce qui se passe hors de son hôtel. Il doit être fort en relations humaines, en marketing et en communication.

Organisation des hôtels cinq étoiles

Un mot clé, la communication

■ Presque figée durant tout le siècle dernier, l'organisation des hôtels cinq étoiles helvétiques a subi depuis quelque temps des changements notables.

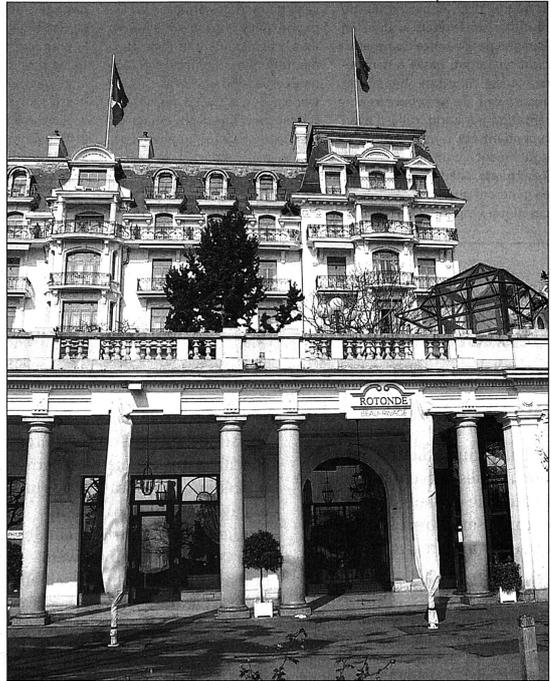
Miroslaw Halaba

On en trouve encore, mais elles tendent à disparaître. Les structures d'organisation verticales, où les impulsions circulaient de la direction aux employés, ont fait leur temps dans l'hôtellerie. L'heure est à la «participation», comme le fait remarquer le directeur du Swissôtel Métropole Genève, Thierry Lavalley. Peu influencée par les pratiques des grandes chaînes internationales, l'hôtellerie helvétique a mis plus de temps que ses concurrentes à adopter les nouvelles formes de management. Depuis quelque temps toutefois, les modifications sont sensibles.

«Certes, la hiérarchie existe toujours, mais il n'y a plus de préséance, explique Thierry Lavalley. Le directeur est aujourd'hui le chef d'une équipe qui pratique un management participatif.» En fonction depuis juillet 2005, Rafael Biner a pris des mesures pour donner au Grand-hôtel Zermatterhof, à Zermatt, dont il a la charge, une structure de management moderne. «Les décisions sont discutées dans le cadre de l'équipe de direction», souligne-t-il, tout en précisant toutefois que le choix final lui appartient. Ancien directeur du Montreux Palace, Hans Wiedemann a aussi tenu à moderniser la forme de management à son arrivée à la tête du Badrutt's Palace à Saint-Moritz (GR). «Notre style de gestion nous a rapproché du client», dit-il.

Pour une participation accrue des employés

La modernisation du style de management apparaît moins dans la structure hiérarchique que dans les rapports que la direction entretient avec le personnel. L'idée générale est de faire participer davantage le personnel à la marche de l'entreprise, ceci, notamment, en lui donnant l'occasion de s'exprimer. «Il est important que les collaborateurs se sentent libres de parler, de discuter et de soumettre des idées», note le directeur du Beau-Rivage Palace, à Lausanne, François Dussart. Et cela fonctionne. La preuve? «Quatre-vingts pour cent des idées ne viennent pas de moi», dit Hans Wiedemann. Ouvert aussi aux suggestions de ses employés, Rafael Biner constate cependant que les solutions



■ Etablissement cinq étoiles. Un management participatif est aujourd'hui souvent pratiqué dans les établissements cinq étoiles du pays. Photo: Miroslaw Halaba

proposées ont encore tendance à être relativement coûteuses. Pour Thierry Lavalley, la participation du personnel à la bonne marche de l'entreprise dépend du degré d'autonomie qui leur est octroyé. «Ce dernier doit être suffisamment important pour que les collaborateurs puissent prendre des décisions sans consulter la hiérarchie», dit-il.

Plusieurs facteurs de réussite

Plusieurs facteurs peuvent conduire au succès de cette politique d'ouverture. Thierry Lavalley croit fermement à l'effet «caméléon». Pour lui, l'exemple doit venir de la direction et du directeur lui-même. Et il n'est pas le seul à le penser. «A midi, je mange avec mon personnel et en fin d'après-midi, lorsque je le peux, je m'installe à une petite table placée dans le hall de l'hôtel pour être à l'écoute de la clientèle», indique Hans

Wiedemann. Rafael Biner croit, pour sa part, aux vertus d'une bonne structure. «Celle-ci, dit-il, doit être claire afin que chaque employé sache parfaitement quelle est sa tâche.» Il estime également que le principe de la «boîte à idées» a des chances de fonctionner si le collaborateur qui émet une suggestion obtient un message de retour. Nos interlocuteurs s'accordent toutefois à reconnaître que le mot clé de cette politique d'ouverture est la communication. Tous ont peaufiné l'organisation des séances afin que l'information circule le mieux possible. «Je communique ouvertement les résultats de l'entreprise», indique ainsi François Dussart. Comme au Swissôtel Métropole Genève, les cadres du Grand-hôtel Zermatterhof se réunissent une fois par semaine pour recevoir et échanger des informations, informations qui seront ensuite répercutées, selon les besoins, aux échelons inférieurs.

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

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

ST ouvrira une représentation à Barcelone

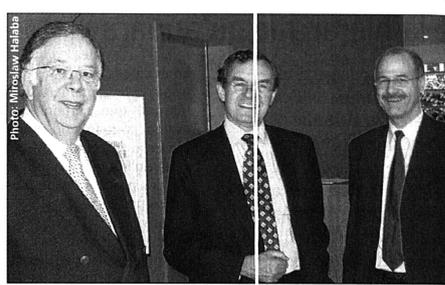
■ **Marché espagnol.** Suisse Tourisme ouvrira le 1er juillet une représentation à Barcelone. Jusqu'ici et depuis 1997, la promotion du tourisme suisse était assurée en Espagne par l'agence de communication Sergat, basée à Barcelone. Suisse Tourisme bénéficiait auparavant de sa propre représentation à Madrid, celle-ci avait cependant été fermée en raison notamment d'une localisation inadéquate, Madrid et sa région ne générant que 12-15% du total des nuitées espagnoles en Suisse,

a expliqué Véronique Kanel, attachée de presse de Suisse Tourisme. Cette volonté de disposer à nouveau d'une représentation en Espagne, mais cette fois-ci à Barcelone, s'explique par la forte augmentation du nombre de touristes espagnols en Suisse. De janvier à novembre 2005, les nuitées hôtelières des touristes espagnols en Suisse ont ainsi augmenté de 16,6% par rapport à la même période de 2003 (318 835 contre 273 531). Au mois de juillet, elles ont même augmenté de 27,5%

(39 008 contre 30 605). Cette augmentation profite notamment à la Suisse romande. Le nombre de passagers espagnols à l'aéroport de Genève est en effet passé pour la première fois en 2004 en troisième position (642 000) derrière le Royaume-Uni (1,98 million) et la France (1,31 million). Les nouveaux vols d'Easyjet entre Genève et l'Espagne ne sont pas étrangers à cette augmentation, mais Iberia a vu elle aussi son trafic à destination de Genève augmenter de 14% en 2004. LM

Personnalité australienne en visite à Berne

■ **hotelleriesuisse.** Lundi, hotelleriesuisse a accueilli dans ses locaux à Berne Gerald J. Lipman (au centre sur la photo), le directeur général de l'International College of Hotel Management à Adelaïde (Australie). La rencontre, menée par Christoph Juen (à dr.), CEO, et Jean-Michel Illi (à g.), a porté sur les relations, qualifiées d'«excellentes», qu'hotelleriesuisse entretient avec l'école et sur la personne qui sera en charge de ces relations après le départ à la retraite de Jean-Michel Illi. MH



Navigation

L'automne est venu au secours de la saison 2005

■ Les compagnies de navigation suisses doivent beaucoup à l'automne qui leur a permis de compenser les reculs de fréquentation enregistrés en été.

Miroslaw Halaba

Les compagnies de navigation suisses ont connu une année 2005 marquée par un recul de fréquentation. En effet, celles-ci ont transporté 13,1 millions de passagers, soit une diminution de 2% par rapport à 2004, a indiqué la semaine dernière le Service d'information pour les transports publics (Litra). Deux facteurs ont influencé sensiblement le déroulement de la saison.

Après une période initiale favorable, caractérisée par des températures élevées, les hautes eaux et les inondations, qui ont frappé durement une partie de la Suisse au cours du mois d'août, ont fortement perturbé la navigation. Celle-ci, note le service d'information, a dû être «totalement suspendue» sur les lacs d'Aegeri, de Biemme, de Thoune et de Brienz, ainsi que sur l'Aar. Les bonnes conditions météorologiques qui ont caractérisé l'automne ont cependant permis de récupérer une partie des fréquences perdues.



■ Une année 2005 contrastée pour la navigation suisse. Photo: Swiss-Image

Le classement, provisoire, du plus grand nombre de passagers transportés fait à nouveau apparaître en tête la compagnie de navigation du lac des Quatre-Cantons avec 2,179 millions de passagers. Elle est suivie par la société qui dessert le lac reliant Horgen et Meilen, dans le canton de Zurich, et qui a transporté 2,175 millions de passagers. La Compagnie générale de navigation sur le lac Léman (CGN) a, pour sa part et selon ses chiffres, recensé 1,497 million de passagers, ce qui représente une hausse de 3,9%. Cette progression, précise la direction de la CGN, est essentiellement due à l'ouverture de la nouvelle ligne frontalière Nyon-Chens-sur-Léman.

Maisons suisses aux Jeux olympiques de Turin

Un engouement sans précédent

■ Les restaurants des Maisons suisses de Turin et de Sestrières suscitent un engouement sans précédent qui se traduit par un engagement permanent des étudiants de César-Ritz. Un des points forts du premier week-end a été la visite du conseiller fédéral Samuel Schmid.

Jean-Jacques Ethnoz

«C'est de la folie, songez que nous servons environ 700 raclettes par jour alors que sur la place où se trouve le restaurant il y a déjà un stand de raclettes dans le village monté par Valais Tourisme», relève Raphael Gross, responsable du restaurant turinois et professeur au Collège César-Ritz au Bouveret. C'est bien dire que les 32 étudiants - certains sont à la Maison suisse de Sestrières - et les quatre professeurs assurant l'encadrement ne chôment pas.

«Nous ouvrons à 9h30 mais le gros de la clientèle arrive vers 11h30. Ensuite, c'est le coup de feu permanent jusque vers une heure et demie», poursuit Raphael Gross. Et le phénomène est le même à Sestrières puisque, cette année, ce ne sont pas un mais bien deux établissements qui ont été créés étant donné l'éloignement des lieux.

Les félicitations du conseiller fédéral Samuel Schmid

Si, à Sestrières, le point fort de ce premier week-end a été la petite cérémonie organisée afin de fêter la première médaille du descendeur Bruno Kernen, à Turin, c'est le conseiller fédéral Samuel Schmid, ministre des sports, qui donnait réception. «Nous attendions quelque 200 convives et il y en a eu finalement 420! Autant dire qu'il a fallu un peu improviser», note Raphael Gross.

A Sestrières, principal lieu de compétition de ski alpin, le restaurant a exploité sur le thème de la «Channe valaisanne» avec une gastronomie et des produits typiques du Vieux-Pays alors que la Maison suisse de Turin offre une atmosphère plus branchée alliant «tapas valaisannes» avec viande séchée et purée d'olive sur pain de seigle, «sushis du Léman» et «raclettes du



■ **Devant la Maison suisse de Turin.** Le conseiller fédéral Samuel Schmid a félicité Dino Dulio (à g.), directeur de Suisse Tourisme en Italie, et Urs Zenhäusern, directeur de Valais Tourisme, pour leur excellent travail de promotion. Photo: Valais Tourisme

monde». Comme à Athènes, où les étudiants de César-Ritz étaient déjà de la partie, cette aventure olympique se déroule sous l'égide de Présence suisse et de Swiss Olympic. Suisse Tourisme et Valais Tourisme sont aussi de l'expédition et leurs responsables sur place, Dino Dulio, directeur de la représenta-

tion de Suisse Tourisme en Italie, et Urs Zenhäusern, directeur de Valais Tourisme, ont été félicités par Samuel Schmid pour leur excellent travail de promotion. Les Maisons suisses sont en effet en passe de devenir incontournables lors de ces JO. Elles sont d'ailleurs les seules ouvertes au public.

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

■ **Lancement de la première randonnée nationale nocturne.** La nuit du 10 au 11 juin 2006 sera le théâtre de la première randonnée pédestre nationale nocturne. Cette date n'a pas été choisie au hasard, elle coïncidera avec la pleine lune et devrait intéresser de nombreux prestataires touristiques (hôteliers, restaurateurs, offices de tourisme, entreprises de remontées mécaniques) qui sont invités à présenter sur www.wandernacht.ch les offres qu'ils concocteront à cette occasion. Cette première randonnée nationale nocturne touchera toutes les régions linguistiques. En Suisse romande, Châtel-St-Denis (FR) et Têlénendaz (VS) ont déjà donné leur accord. LM

Page 5

■ **Vers des jours meilleurs pour Bienne-Seeland Tourisme.** L'encaissement d'une taxe de séjour de deux francs par personne et par nuit dans tous les hôtels de Bienne et du Seeland devrait permettre à cette région de connaître des jours meilleurs. Ceux-ci sont en effet loin d'être roses aujourd'hui, notamment au sein de Bienne-Seeland Tourisme qui perd 100 000 francs par année depuis l'Expo.02. La clé du succès devrait passer par une nouvelle répartition du financement. Jusqu'ici, c'est en effet la ville de Bienne qui finançait les deux-tiers de Bienne-Seeland Tourisme alors que le nombre de nuitées laissait apparaître une répartition inverse, à savoir 195 000 nuitées dans le Seeland sans Bienne et 70 000 pour Bienne. LM

Page 7

LES GENS

■ **Gilles Dind (photo)** sera le nouveau responsable de la représentation que Suisse Tourisme ouvrira à Barcelone le 1er juillet. Gestionnaire en tourisme et titulaire d'un brevet fédéral en marketing, Gilles Dind (32 ans) tra-



vaille depuis 2003 auprès de la représentation de Suisse Tourisme à Paris en qualité de responsable marketing pour la France. «Dans le cadre de ce poste, il a contribué au développement du marché français en renforçant les collaborations entre Suisse Tourisme et ses partenaires, notamment dans le cadre d'événements grand public», a indiqué mardi Suisse Tourisme. On notera que Gilles Dind ne sera pas le seul à quitter cet été les bureaux parisiens de Suisse Tourisme. Marcel Fragnière, ancien directeur de la représentation de Suisse Tourisme en France ce, fera en effet valoir ses droits à la retraite à la fin de l'été. LM

IMPRESSUM

htr hotel + tourismis revue

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

Editeur: hotelleriesuisse
Mombijoustrasse 130
case postale
3001 Berne

Responsable des médias: Christian Santschi

Rédaction:
Rédacteur en chef: Marietta Dedual (MD)

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

Rédacteur: Laurent Müssbauer (LM)

Correspondants:
Jean-Jacques Ethnoz (JJE), Vevey;
Danielle Emery Mayor (DEM), Valais;
Valérie Marchand (VM), La Chaux-de-Fonds;
Véronique Tamerig (VT), Genève.

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

Édition:
Cheffe d'édition: Iris Strebel.

Annonces de l'emploi: Marc Moser.

Annonces commerciales: Olivier Egloff

(Chef de vente), Michael Müller.

Administration: Marc Moser.

Impression:
Bühler Grafino AG, Druckzentrum Berne.

Tirage: 12 332 Ex, contrôle REMP 0405.

Tirage gratuit: 1342 Ex.

(Tirage imprimé: 18 000 Ex.)

Prix de vente: (TVA inclus)

Vente au numéro Fr. 4,30, Abonnement 1 an

Fr. 145,-

ISSN: 1424-0440

Organes partenaires:

- Association Suisse des Managers

en Tourisme (ASMT)

- Association suisse des experts diplômés

en Tourisme (TOUREX)

- Association suisse des hôteliers-
restaurateurs diplômés SSH (ASH)

- Swiss Congress & Incentive Bureau (SCIB)

- Swiss Partner pour le tourisme de groupes

- Association des Espaces Thématisés suisses

(AETS)

- Bien-être Suisse

- Swiss International Hotels (SIH)

- Amicale internationale des Sous-Directeurs et
Chefs de Réception des Grands Hôtels (AICR)

Contacts:

Adresse: Mombijoustrasse 130,

case postale, 3001 Berne.

Rédaction: (Lettres de lecteurs, Les Gens etc.)

Tel. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24,

E-Mail: redaktion@htr.ch

Abonnements:

Tel. 031 740 97 93, fax 031 740 97 76,

E-Mail: abo@htr.ch

Annonces:

Tel. 031 370 42 42, fax 031 370 42 23,

E-Mail: inserate@htr.ch

Publicité:

Tel. 031 370 42 42, fax 031 370 42 23,

E-Mail: inserate@htr.ch

Internet: www.htr.ch

Fondé en 1982

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

stellen revue

marché de l'emploi



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

www.gastrosuisse-jobservice.ch

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

GastroSuisse Job Service
Blumenfeldstrasse 20
CH-8046 Zürich
Tel. 044 377 55 33
Fax 044 377 55 90
E-Mail: jobservice@gastrosuisse.ch

Jobs online

www.luzern-hotels.ch

LUZERN
HOTELS

New Challenge
Personalberatung & Vermittlung

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

Gabriela Weber
Telefon 01/201 24 66
Seestrasse 160, 8002 Zürich
E-Mail: newchallenge@bluewin.ch

www.gastrojob.ch

Grösstes Stellenangebot - top aktuell im Internet

Beratung Selektion Vermittlung

Gastro ob

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

hotel+tourismus revue

INHALT / SOMMAIRE

Kaderstellen	2 - 3
Deutsche Schweiz	2 - 11
Svizzera italiana	11 - 12
International	12
Stellengesuche	12
Suisse romande	11
Marché international	12
Demands d'emploi	12

SAMNAUN

Herausforderung mit Ferienambiente gesucht? Dann sind Sie die richtige Verstärkung in unserem jungen Team als

Event Manager/-in

Ihre Hauptaufgaben

- Konzeption und Durchführung von Events
- Mithilfe bei Marketingaktivitäten
- Verantwortlich für den Internet-Auftritt
- Projektarbeiten
- Promotionen in der Schweiz und im Ausland

Ihre Talente & Qualifikationen

- Sie haben Organisations- und Marketingflair
- Sie sind kontaktfreudig, team- und begeisterungsfähig
- Sie lieben selbständiges Arbeiten sowie sind flexibel und innovativ
- Sie weisen eine touristische Aus- bzw. Weiterbildung oder Berufserfahrung in einem touristischen Betrieb vor

Auf Sie warten ein dynamischer Betrieb und ein motiviertes Team in einer traumhaften Bergkulisse!

Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen! Bewerbungsunterlagen bitte senden an:
SAMNAUN TOURISMUS, Monika Manhart, Direktion,
CH-7563 Samnaun-Dorf
Tel +41 81 868 58 58, Fax +41 81 868 56 52
monika.manhart@samnaun.ch
www.samnaun.ch

Eröffnung des neuen Solothurner Business- & Convention Hotels im Herbst!

Sie beeindrucken Ihre Geschäftspartner durch Professionalität und Esprit immer wieder aufs Neue. Intern geniessen Sie den Ruf «durch Verhandlungsgeschick und Flair für Akquisition» die gesteckten Ziele sogar noch zu übertreffen. Sollte diese Charakterisierung auf Sie zutreffen, hätten wir ein tolles Angebot für Sie: In Solothurn entsteht ein neues, modernes Business- & Seminarhotel in harmonischer Verbindung zu historischen Gebäuden, wie dem barocken Palais Besenval und dem bewirteten «Landhaus» an der Aare. Um für die Eröffnung optimal gewappnet zu sein starten Sie Ihre Verkaufsaktivitäten idealerweise bereits vor der Eröffnung als unser zukünftiger

Sales & Account Manager m/f

Ziel der Stelle: Gewinnung und Beratung potentieller Kunden in den Segmenten Meeting, Incentive, Convention & Events (MICE) sowie im Umfeld des Firmenkundengeschäfts. Ihr Einsatzgebiet: Ganze Schweiz und angrenzende Regionen mit entsprechender Reisetätigkeit. Sie sind eine engagierte Verkaufspersonlichkeit, ca. 26-34 Jahre alt mit Erfahrung in Neukundenakquisition; vorzugsweise aus den Bereichen Konzerntouristik, Tourismus, Veranstaltungsgeschäft oder einer der Hotellerie nahestehenden Branche. D + E sowie Sales-/Aussendienst-Erfahrung sind ein Muss; in F können Sie sich gut verständigen. - Wie bereits eingangs erwähnt, wir erwarten Sie gerne schon vor der Eröffnung in unserem Team! Am effizientesten für den Erstkontakt: CV vorab via E-Mail einbinden.

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

Griesalp

Das Griesalp- Hotelzentrum am Anfang einer neuen Welt auf 1408 m ü.M. im Herzen des Berner Oberlandes ist ein ausgezeichnetes Wander-, Bergsteiger-, und Ruheparadies. Die Hotelanlage umfasst ca. 100 Betten, die Häuser Hotel Berghaus mit à-la-carte Restaurant, Kurhaus Hohlrüti, Restipfl mit Seminar- & Tagungsräumen am Wildbach, Kleinhotel Griesschlüchli, Selbstbedienungsrestaurant Rocky-Griesshouse sowie das Jugendlager Chalet Griesalp. Die Restauration umfasst ca. 100 Innen- und 100 Aussenplätze.

Wir suchen für unseren Betrieb per sofort oder nach Vereinbarung

ein/e engagierte/n Geschäftsführer/in
(Einzelperson oder Paar)

Zu Ihrem Aufgabengebiet zählt die operative, personelle und betriebswirtschaftliche Leitung unseres Zentrums.

Sie sind interessiert an einer langfristigen Anstellung mit grossem Entwicklungspotenzial.

Sie sind zwischen 28 und 45 Jahre jung, haben eine mehrjährige Berufserfahrung in der Hotellerie (Koch, Service, Administration). Technisches und handwerkliches Geschick sind von Vorteil, um den Unterhalt unserer Anlagen sicherzustellen.

Eine vielfältige und abwechslungsreiche Herausforderung wartet auf Sie. Gute, zeitgemässe Anstellungsbedingungen und eine erfolgsabhängige Entlohnung runden das Angebot ab.

Gerne erwarten wir Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen oder stehen für erste Fragen zur Verfügung: Ascofida Treuhänder- & Verwaltungs-AG, z.Hd. Herrn U. Eichenberger, Postfach, 3000 Bern 7, Tel: 031/3120088. (www.griesalp-hotelzentrum.ch)

NEUMARKT

Die Wirtschaft NEUMARKT liegt in der Altstadt von Zürich und ist ein vielschichtiger, sehr lebhafter Gastronomiebetrieb mit Restaurant, Sommernachtstraumgarten, Café-Bar & Banketträumen. Wir suchen eine starke Persönlichkeit als

CHEF DE SERVICE

Unsere sympathischen Gäste sind kulturell interessiert, sie schätzen den innovativen Geist im Neumarkt, unsere Echtheit und Fairness sowie die herzliche Ausstrahlung des hochmotivierten, kollegialen Teams.

Für diese abwechslungsreiche Aufgabe brauchen Sie Führungserfahrung und Organisationsstolz. Wir bieten Ihnen in einem Unternehmen mit hoher Sozialkompetenz ein professionelles Umfeld mit Spielraum für Selbstständigkeit und Initiative.

Wenn Sie an einem längerfristigen Engagement interessiert sind, freut sich Amanda Theiler auf Ihre Bewerbung!

www.wirtschaft-neumarkt.ch
Neumarkt 5 CH-8001 Zürich Telefon 044 252 79 39

power point of Zermatt

1 Hotel, 4 Restaurants, 5 Bars & Clubs
www.hotelpost.ch · Bahnhofstrasse · ☎ 027 967 19 31

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

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

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

Vizedirektor/-in

Zur Weiterführung unseres bisherigen und zukünftigen Erfolges suchen wir eine starke Persönlichkeit, die das Ungewöhnliche als normal betrachtet. Zusammen mit unserem Direktor führen Sie, eine Powerfrau / ein Powermann, unseren einzigartigen Betrieb mit bis zu 70 Mitarbeitern mit grossem Einsatz und viel Freude am Beruf.

- Idealerweise sind Sie zwischen 30 und 40 Jahre alt, verfügen über einen Hotelfachschulabschluss und erfolgreiche Führungserfahrung.
- Als loyale, verantwortungsvolle und unternehmerisch denkende Persönlichkeit überzeugen Sie Ihr Umfeld menschlich wie auch fachlich.
- Sie sind verkaufs- und resultatorientiert, flexibel, einsatzbereit und übernehmen gerne Verantwortung.
- Sie sind es gewohnt selbstständig zu arbeiten, mit anzupacken, und lieben den Kontakt mit den Gästen.

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

HOTEL POST ZERMATT
ROOMS - RESTAURANTS - BARS - ENTERTAINMENT

www.adecco.ch

Making people successful in a changing world

0848 654 321

Adecco
HOTEL & EVENT



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

- Service** (deutschsprachig) ab März/April
- Serviceangestellte (m/w)
- SEFA (m/w)
- Praktikant (m/w)
- Küche** ab März/April
- Sous-Chef (m/w)
- Chef de Partie (m/w)
- Commis (m/w)
- Praktikant (m/w)
- Réceptionist** ab April/Mai
- Hauswirtschaftsangestellte** ab April/Mai

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



ISELTALD bei Interlaken
Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Küchenchef/Fachberater Foodsolutions

Your passion.
Our strength

Bezeichnen Sie sich als erfahrenen Gastronomen und möchten Sie Ihr grosses Küchen-Know-how mit Ihrem Verkaufsfair kombinieren?

In unserer Business Unit Foodsolutions (Produktlösungen für Grossverbraucher) suchen wir Verstärkung für unser Fachberatungsteam. Folgende **Aufgaben** erwarten Sie in dieser vielseitigen und dienstleistungsorientierten Funktion:

- fachliche Unterstützung und Beratung des Marketings (Rezeptdienst, Kalkulation, Fotoshootings)
- Konzeption und Durchführung von Fachkursen, Schulungen und Events für unsere Kunden wie auch Produktschulungen für den Verkaufsdienst
- Teilorganisation von Verkaufskonferenzen
- Pflege der Rezeptdatenbank und Gewährleistung des Rezeptdienstes
- fachliche Mitarbeit in Projektgruppen und Vermittlung von Erfahrungen und Feedback (intern und extern)
- interne fachliche Unterstützung der Entwicklungsabteilung (nationale und internationale Projekte)

Sie sind eine innovative, flexible und erfolgsorientierte **Persönlichkeit**, 30 bis 35 Jahre alt, die gerne selbstständig arbeitet und über gute Umgangsformen und ein sicheres Auftreten verfügt. Im Weiteren kommunizieren Sie gerne und verfügen über:

- abgeschlossene Kochlehre mit zusätzlicher Ausbildung in der Gastronomie
- relevante Berufserfahrung (mind. 5 Jahre)
- Muttersprache deutsch, gute Französischkenntnisse (Sprechen/Verstehen) und Englischkenntnisse (Lesen/Verstehen)

- kaufmännische Kenntnisse inkl. EDV-Anwendung (MS Office)
- Bereitschaft für eine teilweise Reiseaktivität (ca. 1 Nacht pro Woche auswärts)
- idealerweise Erfahrung als Ausbilder oder Berater

Wenn Sie zudem Teamgeist und Engagement besitzen und verantwortungsbewusst sind, möchten wir Sie gerne kennen lernen.

Weitere Auskünfte gibt Ihnen gerne Herr Jörg Bucher, Leiter Fachberatung, unter 052/645 66 66.

Senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen bitte an:

Unilever Schweiz GmbH
Philipp Mathys, Human Resources
Bahnhofstrasse 19, 8240 Thayngen
oder Briggitte.Lendenmann@unilever.com

Unilever Schweiz

Unilever Schweiz ist Teil des Konzerns Unilever, der mit einem Umsatz von über 42 Mrd. Euro und rund 234'000 Mitarbeitern weltweit einer der bedeutendsten Markenartikelhersteller ist. In der Schweiz entwickeln, produzieren und vermarkten wir sowohl hochstehende kulinarische Produkte für den Detailhandel und Gastronomiebereich als auch erstklassige Produkte in den Bereichen Wasch- und Reinigungsmittel sowie tägliche Körperpflege. Zu unserem Markenportfolio gehören unter anderem: Knorr, Lipton, Becel, Bertolli, Lusso, Magnum, Omo, Dove, Signal und Axe.



Unilever



169818

Single HOTEL EDEN

★ ★ ★ ★ SPIEZ

Das Single Hotel Eden, Spiez, mitten im Berner Oberland am Thunersee, wird im Spätsommer 2006 nach einem umfangreichen Umbau als **★★★★** Hotel neu eröffnet. Das innovative, in der Schweiz einzigartige Konzept richtet sich vorwiegend an allein reisende Gäste ab dreissig.

Wir suchen per **Mitte Juli** oder nach **Übereinkunft eine oder einen**

KÜCHENCHEFIN ODER KÜCHENCHEF

In der Voreröffnungsphase unterstützen Sie die Direktion bei den Vorbereitungs- und Aufbauarbeiten, vor allem in der Angebotsplanung, im Einkauf und in der Mitarbeitendenschulung. Nach der Eröffnung leiten Sie ein Team von bis zu sechs Mitarbeitenden und haben die operative Verantwortung über den ganzen Produktions- und Fertigungsbereich. In der Angebotsgestaltung arbeiten Sie eng mit dem Direktor und mit der/dem Leiter/in Service zusammen.

Sie sind gelernte/r Köchin oder Koch und verfügen vorzugsweise über die Berufsprüfung Gastronomieköchin/-koch oder haben bereits Erfahrungen in der neuzeitlichen Führung von Mitarbeitenden. Sie verbinden die klassische Kochkunst geschickt mit modernen Komponenten. Sie kennen sich in der schonenden, gesunden und leichten Zubereitung von qualitativ hoch stehenden Produkten aus und haben eventuell schon als Diätköchin/-koch Erfahrungen gesammelt. Sie pflegen einen kosten- und qualitätsbewussten Umgang mit den Lieferanten, welche nach Möglichkeit in der Region berücksichtigt werden. Sie freuen sich über jeden Gästekontakt und sind bereit, auch aktiv Gästeanlässe wie beispielsweise Kochkurse zu planen und durchzuführen. Ihre Kenntnisse in der Informatik, insbesondere MS Office und berufsbezogener Software wie Calcmenu, helfen Ihnen, ihre anspruchsvollen Aufgaben effizient zu meistern.

Wir bieten Ihnen einen modernen Arbeitsplatz mit neusten Produktions- und Fertigungseinrichtungen in einem professionellen Umfeld. Sie helfen aktiv mit, ein neues Konzept umzusetzen und im Markt zu positionieren.

Sie fühlen sich angesprochen und möchten diese Chance nutzen? Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen. Gespannt wartet Herr Robert Gmür, Direktor, auf Ihre schriftliche Bewerbung bis 15. März 2006.

Single Hotel Eden - Seestrasse 58 - Postfach 221 - CH-3700 Spiez
Telefon 033 655 99 00 - Fax 033 655 99 01
www.singlehoteleden.ch - info@singlehoteleden.ch

169750

BEWUSST INDIVIDUELL

Arosa Valsana

SPORTHOTEL S.S. AROSA

«Das sportlichste Sporthotel der Schweiz»

Begeisterte und sportliche Teammitglieder gesucht!

Möchten Sie mit uns zusammen den Arosen-Sommer miterleben...?!
Herrliches Bergpanorama sowie Sonne pur und natürlich scharenweise Gäste die auf Sie warten hier im Sporthotel Valsana.

Falls ja, dann verbringen Sie mit uns zusammen eine aktive und sportliche Sommersaison ab Juni 2006 im sportlichsten Sporthotel der Schweiz / www.valsana.ch

Folgende Teammitarbeiter/Innen werden noch gesucht:

KADER

(Anfangs-) F & B-Manager

- starke Service- und Führungserfahrung
- mit Fremdsprachkenntnissen in Französisch und Englisch
- von Vorteil Erfahrung im Keys-NT Lagerverwaltungs-Programm
- sehr gute PC-Kenntnisse (Excel, Word, etc.)
- Führerausweis B
- Eintritt ab: Juni 2006

Réception

Réceptionsmitarbeiter/in, Protel-Erfahrung von Vorteil, Fremdsprachen E, F

Portier, PKW-Ausweis, Fremdsprachen E, evtl. F

Service

Chef de rang m/w, Fremdsprachen F, E

Diverse

Floristin mit Flair für Garten- und Floristikarbeiten (mit Sprachkenntnisse E)

Etagenmitarbeiterinnen, Fremdsprachen E

Haben wir Ihre sportliche Ader entdeckt? Unsere Valsana-MitarbeiterInnen haben - neben attraktiven Arbeitsbedingungen - die Möglichkeit unsere Freizeit- und Sportanlagen wie: Hallen-Tennisplätze, grosszügiges Hallenbad mit 30 Grad Celsius, Sauna, Dampfbad, etc. kostenlos zu benutzen.

Sind Sie interessiert? Ja... dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an:

Andrea & Daniel Durrer
Gastgeber, Sporthotel Valsana
7050 Arosa
E-Mail: info@valsana.ch

Wir freuen uns auf Sie!

169775

Das Restaurant Neumühle ist ein lebhafter Restaurantsbetrieb im Herzen von Baar. Unser Restaurant mit integrierter Bar ist ein beliebter Treffpunkt für ein gutmischtes Publikum von Jung- bis Junggebliebene.

Wir suchen per 1. Mai 2006 oder nach Vereinbarung

kreativen und innovativen Küchenchef

Als fundiert ausgebildeter Fachmann mit entsprechender Erfahrung verwöhnen Sie unsere Gäste mit einer Küche von bester Qualität und marktfrischen Produkten. Sie leiten und motivieren ein kleineres Team und es macht Ihnen Spass Lernende auszubilden.

Als belastbare Persönlichkeit sind Sie ausserdem zuständig für die Angebotsgestaltung, die Kostenkontrolle, den Einkauf sowie den Personaleinsatz Ihres Bereiches.

Haben wir Ihr Interesse geweckt, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen.

Mawag Restaurations GmbH Restaurant Neumühle
Bahnhofstrasse 9, 6340 Baar, Telefon 041 760 85 85

169885

PARADIES

CH-7551 Ftan, Unterengadin

Arbeiten im Paradies...

...unser Weg führt nach oben...kommen Sie mit? Sie suchen eine berufliche Herausforderung und ein spannendes Arbeitsumfeld auf hohem Niveau? In unserem 4-Sterne-Privathotel mit 23 exklusiven Zimmern und Suiten sowie einer hoch stehenden Gastronomie: von der rustikalen Stüwa bis zum ausgezeichneten Gourmetrestaurant haben Sie beides.

Eine internationale Gästeschar wartet auf Ihren Charme und Ihre Kompetenz. Seien Sie ein Teil davon, wenn echte Gastfreundschaft und höchste Qualität zur Perfektion gelangen.

Auf unsere Sommersaison 2006 bieten wir folgende Stellen an:

erfahrene Rezeptionist

mit Charme und Sprachkenntnissen

aufgestellte und kompetente

Servicemitarbeiter

Kochprofis

und jene, die es werden wollen...sowie

Pâtissier

mit Konditorei- und Confitserie-Erfahrung in unsere Kreativabteilung von Eduard Hiltzberger «Koch des Jahres 2005»

Portier/Chasseur

zuverlässig und mit Deutschkenntnissen

Gerne erwarten wir Ihre komplette schriftliche Bewerbung mit Foto unter der Adresse:

Hotel Paradies

Gina Acheremann u. E. Hiltzberger

CH-7551 Ftan, Unterengadin

info@paradieshotel.ch

www.paradieshotel.ch

Tel. 081 861 08 08

Fax: 081 861 08 09

E-Mail: info@paradieshotel.ch



169837



Hotel Krone
Wangen a.d. Aare

Für unser sympathisches Hotel mit 22 Zimmer, Restaurant, Gaststube und verschiedene Banketträume suchen wir Junge :

Servicefachangestellte

Wenn Ihnen Gastfreundschaft am Herzen liegt und Sie es verstehen, Gäste aus aller Welt, charmant und fachmännisch zu betreuen, senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen.

Wir bieten Ihnen eine interessante, attraktive und verantwortungsvolle Stelle.

Hotel Krone Städtli 1 3380 Wangen an der Aare
hotel@krone-wangen.ch

169860

Per 20. März 2006 suchen wir für ein neues Restaurant in Basel noch folgende Personen:

- **Sushi-Köche**
- **Jungkoch**
- **Koch mit Pâtisserie-Erfahrung**

Bewerbungen mit Foto und Lebenslauf bitte an:

City Gastro AG
Frau Denise Flaig
Henric Petri-Strasse 12
CH-4051 Basel
denise.flraig@bluwin.ch

169815



SCHLOSS SCHADAU

Das Restaurant Arts Schloss Schadau befindet sich direkt am Thunersee und verfügt über ein Gourmetrestaurant (15 GM), ein Bistro sowie diverse Banketträumlichkeiten.

Wir suchen ab sofort oder nach Vereinbarung:

Chef de partie

mit langjähriger Berufserfahrung in der gehobenen Gastronomie.

Eintritt: Anfangs März oder nach Vereinbarung

Sie bringen mit:
mehrfache Erfahrung in gleicher oder ähnlicher Position
Sinn für unternehmerisches Denken
Qualitätsbewusstsein

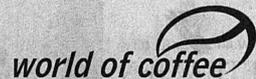
und Freude im Dienstleistungsbereich zu arbeiten
Sie sind eine:
führungsstarke, begeisterungsfähige Persönlichkeit mit Durchsetzungsvermögen und sind motiviert mit uns zusammen grössere Highlights durchzuführen.

Fühlen Sie sich angesprochen und sind an einer längerfristigen Stelle interessiert, schicken Sie uns Ihre komplette Bewerbung an:

al.loretan@bluewin.ch
Herrn Albert Loretan
Aylstrasse 7
3700 Spiez

167131

SCHLOSS SCHADAU • CH-3600 Thun
TELEFON 033 222 25 00 • FAX 033 222 15 80



Um die wundervolle Welt des Kaffees einem breiten Publikum zu öffnen, schafft JURA eine einzigartige Kaffeewelt. Ob passionierte Kaffeetrinker oder unternehmungslustige Familien – sie alle können beim Besuch der «JURAworld of Coffee» den Mythos um die sagenhafte Bohne mit allen Sinnen erleben.



Wir schaffen interessante, neue Arbeitsplätze und suchen

LeiterIn Kaffee Lounge und Catering (100%)

zur Führung des Gastronomiebetriebes. Als Gastronom mit mehrjähriger Erfahrung sind Sie der perfekte, niveauvolle Gastgeber und verstehen es, Ihr Team souverän zu managen und zu motivieren. Ihre Kenntnisse im Bereich Patisserie und Coniserie können Sie täglich anwenden und ausbauen.

Barista (60-100%)

zum Kreieren und Präsentieren von Kaffeespezialitäten in der Kaffee Lounge. Als Profi Ihres Fachs sind Sie begeisterungsfähig, ideenreich und kreativ. Sie verfügen über ein ausgeprägtes Gespür für Trends, drücken sich gewandt in Deutsch, Englisch und Französisch aus und wissen Kaffeelehaber aus aller Welt mit Ihren Kreationen zu faszinieren.

Management AssistentIn (100%)

zur organisatorischen und administrativen Unterstützung des Head of Organisation und selbstständige Führung des Sekretariats. Sie verfügen über eine Ausbildung im kaufmännischen oder Hotelfach-Bereich und kommunizieren stilvoller in Deutsch, Englisch und Französisch.

Hospitality AssistentIn (60%)

für den Empfang der Besucher, als Auskunftsperson und für den Ticketverkauf. Sie bringen eine kaufmännische oder vergleichbare Grundausbildung mit und sprechen deutsch, englisch sowie französisch. Dank Ihrem Organisationstalent und Ihrer Flexibilität behalten Sie auch in hektischen Situationen stets den Überblick.

StellvertreterIn Seminarleiter (Teilzeit)

für die Weiterentwicklung unserer Kaffee-Erlebnisseminare. Ihre fundierten Kenntnisse in der Erwachsenenbildung und dem Entwickeln von Seminarinhalten nach methodisch-didaktischen Kriterien sind gepaart mit Leidenschaft für Kaffee und Interesse an unserer innovativen Produktpalette. Gute Fremdsprachenkenntnisse runden Ihr Profil ab.

KaffeerösterIn (40%)

für den Betrieb der Schau-Rösterei. Ihre Leidenschaft für Kaffee stellen Sie täglich mit Ihrer Arbeit unter Beweis. Dank jahrelanger Erfahrung halten Sie die Qualität Ihrer Kaffees konstant auf höchstem Niveau und wissen sie überzeugend zu präsentieren.

Claudia Losa (Personalabteilung), c.loso@jura.com, freut sich auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto und erteilt gerne weitere Auskünfte unter der Telefonnummer 062 389 84 67.

JURA Elektroapparate AG, Bahnhofstrasse 135, 4626 Niederbuchsiten

169840

www.juraworld.com

Hotel Hippel Krone

Wir suchen für unser Hotel, Spezialitäten-Restaurant und Party-Service nach Übereinkunft

Service-Angestellte (evtl. auch für Party-Service)
Service-Angestellte für Service und Bar
Commis de cuisine
Chef de partie
Gouvernante
Pflegepersonal für Alters-/Hotelpension

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Lebenslauf an:

Hotel Hippel Krone, Hr. R. Notz, Bernstr. 2
3210 Kerzers, Tel. 031 750 18 18

169831

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

Dann haben Sie als kompetente(r), unternehmerisch denkende(r) Gastgeber(in) die Gelegenheit, ab Herbst 2006 in Chur das Tres Amigos Mexican Restaurant als

selbständige(r) Franchise Unternehmer(in)

im neu renovierten Bahnhofbuffet aufzubauen.

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

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

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

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



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

169823



BEATUS-MERLIGEN

Berner Oberland - Thunersee

Unser persönlich geführtes Wellness- & Spa-Hotel mit 75 Zimmern und Suiten, diversen Restaurants sowie einem Bankett- und Seminarbereich bietet ein nicht ganz alltägliches Angebot. Der Beautysalon mit Coffeur, der Wellness-Park mit Hallenbad, Erlebnis-Frei-Solbad, Saunalandschaft, das Vitalität mit verschiedenen Anwendungen, Cardio-Fitness, Gymnastikraum und Wassersport sind einmalig an der Riviera des Thunersees.

Für unser 18-köpfiges Küchenteam suchen wir per sofort oder nach Absprache:

Sous-Chef

(Jahresstelle)

Sie haben den Anspruch an sich selber, täglich Ihre Leistung zu verbessern, haben das Wissen und das Fleiss für die anspruchsvolle und gehobene Gastronomie und sind auf der Suche nach einer neuen Herausforderung, wo Sie Ihr Können anwenden und auch vieles dazulernen können!

Dann sind Sie der Kadernmitarbeiter für unser Küchenteam!

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

WELLNESS- & SPA-HOTEL BEATUS
MERLIGEN
Volker Beduhn, Mitarbeiterbüro
CH-3659 Merligen-Itterlaken
Tel.: +41 (0)33 252 81 81
Fax.: +41 (0)33 251 36 76
E-Mail: info@beatus.ch
www.beatus.ch

169774



Das Sportzentrum Zuchwil ist eine überregional bekannte Sport- und Freizeitanlage in

der Region Solothurn.



Für die **Leitung der Gastronomie** im Sportzentrum (www.szzag.ch) suchen wir auf den 1. Juni 2006

eine/n Gastgeber/in (Koch) mit Leib und Seele (Einzelperson oder Paar).

Das Sportzentrum bietet ein vielfältiges gastronomisches Angebot: Selbstbedienungsrestaurant mit neuem Saal für Bankette und Anlässe, Sonnenterrasse, Freibad-Kiosk und Eisläufer Restaurant. Das Zentrum ist **363 Tage pro Jahr offen**, in der Gastronomie arbeiten **15 Mitarbeiter**. Angesprochen werden **Einzelgäste und Sportlergruppen** - im neuen Saal bis zu 100 Personen. Das gastronomische Angebot ist **sportlergerecht und kreativ** gestaltet. Eine **schöne Wohnung** ist vorhanden.

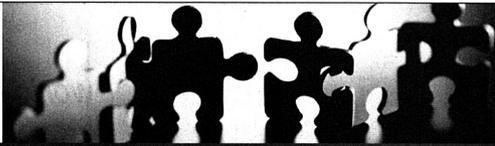
Wenn Sie eine solide Ausbildung als Koch mit Erfahrung in der **erfolgreichen Führung** eines ähnlichen Betriebes verfügen, bietet Ihnen diese Stelle eine lebhaftige Umgebung für eine **spannende Tätigkeit**. **Gute Anstellungsbedingungen** mit einer erfolgsabhängigen Entlohnung runden das Angebot ab.

Haben wir ihr Interesse geweckt?

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung oder stehen für erste Fragen zur Verfügung.

ibk + partner Allmendstrasse 12 3629 Kiesen Urs Bachmann
Tel 031 781 29 21 urs.bachmann@hfhthun.ch

169598



Stv. Leiterin Hausdienst 100%

Die Privatklinik Bethanien ist die Klinik am Zürichberg mit 96 Betten. Unsere Patienten haben im Rahmen der Wohlfühlgastronomie Anspruch auf ein umfassendes und qualitativ hoch stehendes Dienstleistungsangebot.

Als eines der tragenden Elemente in der Hotellerie ist der Hausdienst mit 23 Stellen verantwortlich für die Reinigung der Gebäude inkl. OP-Bereich, die Bewirtschaftung der Wäsche, die Verwaltung der Personalzimmer und die Koordination des internen Transportdienstes.

Aufgabengebiet

Per 1. Mai 2005 suchen wir zur Unterstützung und Vertretung der Abteilungsleiterin eine teamorientierte Persönlichkeit ab 25 mit erprobter Führungserfahrung.

Anforderungen

Sie verfügen über eine hauswirtschaftliche Ausbildung und die entsprechende Weiterbildung (HBL oder gleichwertig). Zudem zeichnen Sie sich durch ausgeprägtes Organisations Talent, gute Kommunikationsfähigkeiten und ein hohes Qualitätsbewusstsein aus.

Wenn Sie gerne in einem lebhaften 7-Tage-Schichtbetrieb (Tages- und in der Regel Wochenenddienst) arbeiten, könnte dies Ihre neue Herausforderung sein. (40 Stundenwoche, 5 Wochen Ferien, Pensum 100%)

Interessiert?

Gerne gibt Ihnen Patrick A. Reiter, Leiter Hotellerie, Telefon 043 268 73 00, weitere Auskünfte.

Schriftliche Bewerbung per Post mit Foto an:

Marie-Therese Diethelm
Leiterin Personaldienst
Privatklinik Bethanien
Toblerstrasse 51
8044 Zürich

Wir freuen uns auf Sie.

...mit eidgenössischem Fachausweis oder adäquater Weiterbildung



Toblerstr. 51 · CH-8044 Zürich · Tel. +41 (0)43 268 70 70 · www.klinikbethanien.ch

169811

KULTUR- UND KONGRESSZENTRUM LUZERN	K K L
	luzern
mitarbeiterin	
waterfront	
Flexibel? www.kkl-luzern.ch	
	K K L culture convention cuisine experience

169816

Betriebs-Assistenten mit Führungsaufgaben (w/m)
Raum Zürich/Bern/Biel/St.Gallen/Winterthur



Als junge, dynamische Persönlichkeit mit hoher Leistungsbereitschaft haben Sie Freude am Führen von Mitarbeitern. Verantwortung zu übernehmen finden Sie genauso reizvoll wie das tägliche Mitarbeiten in der Küche und im Restaurant. Es ist für Sie kein Problem, zu unterschiedlichen Tageszeiten und oft am Wochenende und an Feiertagen, wenn Ihr restliches Umfeld in aller Regel frei hat, zu arbeiten. Warum auch? Wir bieten Ihnen im Gegenzug sympathische Gäste, coole Kollegen und natürlich feine Produkte, die Sie mit Stolz mitproduzieren und verkaufen. Ihre starken Nerven und Organisationsfähigkeiten können Sie in Stresssituationen täglich unter Beweis stellen.

Unsere Kunden bieten Sie eine optimale Dienstleistung und unterstützen den Restaurant Manager neben dem Tagesgeschäft auch bei administrativen Tätigkeiten. Ihre guten PC-Anwenderkenntnisse (Word und Excel) erleichtern Ihnen das Erstellen von Dienstplänen, Inventuren und Monatsabschlüssen. Für das Rekrutieren und Betreuen der Mitarbeiter ist ein hohes Mass an Sozialkompetenz erforderlich. Sie arbeiten in erster Linie an der Front zusammen mit Ihrer Crew und übernehmen regelmässig die Verantwortung für den Betrieb.

Sie bringen eine abgeschlossene Ausbildung im Gastgewerbe mit und haben in Ihrem Beruf bereits wertvolle Erfahrungen, möglichst auch im Führungsbereich, gesammelt.

Fühlen Sie sich in einem dynamischen Umfeld wohl, wo direkte Kommunikation genauso wie klare vorgegebene Strukturen gelebt werden? Dann freuen wir uns über Ihre detaillierten Unterlagen inklusive Foto.

McDonald's Suisse Restaurants Sàrl
Frau Manuela Ferracini
Baarerstrasse 10
Postfach 1552
6301 Zug
Tel. 0041 729 13 50

169805



Im Kur- und Verkehrsverein Pontresina bieten wir Ihnen auf den 1. Mai 2006 oder nach Vereinbarung die Chance, Ihre Zukunft mit uns zusammen zu gestalten. Als

Gästeberaterin / Gästeberater

geben Sie unseren Gästen das Gefühl, in Pontresina willkommen zu sein! Sie sind kontaktfreudig, kommunikationsfähig und dank Ihres offenen Charakters eine wertvolle Ergänzung unseres Teams.

Sie sind uns wichtig, denn Sie prägen durch Ihr kundenorientiertes Verhalten unser Bild. Wenn Sie durch die täglich neuen Kontakte mit Gästen und Einheimischen motiviert werden, Internet bzw. neue Technologien für Sie keine Fremdwörter sind und Ihnen projektorientiertes Arbeiten Spass macht, finden Sie bei uns eine neue Herausforderung in einer Jahresstelle.

Sie bringen mit:

- abgeschlossene Berufsausbildung
- gute Sprachkenntnisse in Deutsch, Italienisch und Englisch, Französischkenntnisse von Vorteil
- gute PC-Anwenderkenntnisse und Kenntnisse im Umgang mit Reservationssystemen
- hohe Leistungsbereitschaft, Belastbarkeit und Zuverlässigkeit
- ein gepflegtes, sicheres Auftreten
- ausgesprochene Teamfähigkeit

Es erwarten Sie:

- vielfältige und verantwortungsvolle Aufgaben in einem zeitgemässen, technologischen Arbeitsumfeld
- ein initiatives und dynamisches Team
- Kontakte zu Gästen und Einheimischen
- vielseitige Freizeitmöglichkeiten in einer fantastischen Tourismusregion
- branchenübliche Anstellungsbedingungen

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen bis 28. Februar 2006. Frau Barbara Schmutz gibt Ihnen gerne weitere Auskunft unter Telefon 081 838 83 07 oder E-Mail: schmutz@pontresina.com

Kur- und Verkehrsverein Pontresina - Tourist Office
 Of: 7504 Pontresina - Tel +41 (0)81 838 83 00 - Fax +41 (0)81 838 83 10
info@pontresina.com - www.pontresina.com

ENGADIN
L. Marti



GRIMSELHOTELS

Die Grimselhotels liegen im Berner Oberland, mitten in der spektakulären Berglandschaft des Aaretals. Sie sind ein Unternehmen der Kraftwerke Oberhasli AG. Zusammen mit den eigenen Bergbahnen, dem Besucherdienst und der grössten zugänglichen und erhaltenen Kristallklufft Europas bieten unsere beiden traditionsreichen Dreisterne-Hotels und die beiden Berg-Gasthäuser ein in seiner Kombination einmaliges und aussergewöhnliches touristisches Erlebnis.

Unser Mitarbeiterteam für die Saison 2006 ist noch nicht komplett. Wir suchen Mitarbeiterinnen, die gemeinsam mit uns mit gastgeberischem Herzblut, professionellem Background und gesundem persönlichem Engagement die spannenden neuen Herausforderungen angehen.

HOSPIZ
Berg- und Erlebnishotel

Handeck Kinder- und Familienhotel (1500 M.ü.M.)
Hospiz Berg- und Erlebnishotel (2000 M.ü.M.)
 (Sommersaison: Ende Mai bis Mitte Oktober 2006)

HANDECK
Kinder- und Familienhotel

Oberaar Restaurant und Berghaus
 (Sommersaison: Mitte Juni bis Ende September 2006)

OBERAAR
Restaurant und Berghaus

- > Gastgeberin / Betriebsleiterin Berg- und Erlebnishotel Hospiz
- > Chef de réception
- > Rezeptionistin
- > Leiterin Hauswirtschaft
- > Hotelfachassistentin
- > Raumpflegerinnen
- > Mitarbeiterin Lingerie
- > Leiterin Hospiz Märit
- > Mitarbeiterin Hospiz Märit
- > Chef de cuisine
- > Souschef de cuisine
- > Chefs de partie
- > Commis de cuisine
- > Hilfskoch/-köchin
- > KüchenpraktikantIn
- > Küchenlehrling/-tochter
- > Chef de service
- > Servicefachangestellte/r
- > ServicepraktikantIn

Wir freuen uns schon jetzt über Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto und Referenzen. Bitte senden Sie diese an

Kraftwerke Oberhasli AG
Mark von Weissenfluh & Beat Imhof
 Leitung Grimselhotels
 3862 Innertkirchen
www.grimselhotels.ch

169792



Unser **** Business- und Seminarhotel liegt inmitten der Thuner Altstadt, ruhig gelegen auf der Aarehalbinsel.

Sind Sie die kompetente Persönlichkeit, die ab April 2006 oder nach Vereinbarung, die Funktion als **Chef de Réception**

in unserem jungen Kader antritt?
Wenn Sie...

- ...mit unseren Gästen in D/F/E kommunizieren und korrespondieren
- ...ein Organisationstalent sind
- ...ein Teamplayer in jeder Situation
- ...unser 3-köpfiges Réceptionsteam motivieren und führen
- ...für Sie Fidello kein Fremdwort ist
- ...Ihnen viel an regem Gästekontakt liegt
- und Sie mit viel Freude und Engagement eine neue Herausforderung annehmen wollen, dann senden Sie noch heute ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Für weitere Auskünfte wenden Sie sich bitte an Frau M. Friedli, Freienhof Thun AG, Hotel und Restaurants, Freienhofgasse 3, 3600 Thun
Tel: 033 227 50 50, Fax: 033 227 50 55
www.freienhof.ch, friedli@freienhof.ch



109800

WALDHAUS SILS Seit 1908

Ein Fünfsternhaus wie kaum ein anderes • behaglich familienfreundlich und überraschend unkompliziert* seit 98 Jahren ein echter Familienbetrieb, in dem nicht nur die Wintersaison stark geblieben ist.

Für die kommende Sommersaison, mit Beginn ab ca. 6. Juni 2006 suchen wir noch folgende engagierte Mitarbeitende:

STV. BARCHEF (m/w)
mit Erfahrung in ähnlicher Aufgabe, als Verstärkung unseres 5-köpfigen Teams an der einmaligen Hotelbar

BARKELLNER (m/w)
mit Serviceerfahrung

DEMI-CHEF ENTREMETIER (m/w)
der/die mit Liebe und Kreativität unsere Pensions- und à la carte-Gäste bekocht

LOGENTOURNANT
mit guten Sprachkenntnissen, der an unserer Conciergerie mit Herz und Seele unsere Gäste bedient, Auskünfte erteilt und Chauffeur-Dienste übernimmt

Frau Irene Ryser erwartet Ihre schriftliche Bewerbung mit Lebenslauf, Zeugniskopien und Foto. Erste Fragen beantwortet sie gerne bereits am Telefon.

109819



Familien Felix + Maria Dietrich / Urs Kienberger
Hotel Waldhaus, CH-7514 Sils-Maria
Tel. +41 81 8385100, www.waldhaus-sils.ch



In unserer traditionsreichen «Hummer- und Austern Bar» und in der neu eröffneten «Brasserie La Bouillabaisse» im Herzen der Stadt Zürich erfüllen wir die hohen kulinarischen Ansprüche unserer internationalen Kundschaft.

Wir suchen per 1. März 2006:

Zur Unterstützung unserer Küchenbrigade einen:

Commis de Cuisine (unbefristet)

sowie einen

**Commis de Cuisine
Sommersaison Terrasse**

(befristet, 1. März bis 30. September 2006)

Sie verfügen über mehrjährige Berufserfahrung in renommierten Häusern, haben ein Flair für die mediterrane-französische A-la-carte-Küche und sind es gewohnt, innerhalb sämtlicher klassischer Küchenabteilungen Ihr Talent unter Beweis zu stellen.

Gerne erwarten wir Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

Hotel St. Gotthard Zürich
Gilbert Schmidt, Küchenchef
Bahnhofstrasse 87
8023 Zürich
Tel. 044 227 77 00
kuechenchef@hotelstgotthard.ch

109809



FEEL THE DIFFERENCE...



Der Empfang ist die Visitenkarte

Rooms Division / Sales Manager

Zürich. Verantwortlich für die Bereiche Réception, Reservation, Sales. Fundierter Leistungsausweis vor allem im Salesbereich in der 4*/5*-Hotellerie. Wir sprechen nur Bewerber/innen mit ausgezeichneter Führungserfahrung an.

Reservationsleiter/in

Graubünden, internationale Hotelkette. Koordination und Leitung der zentralen Reservationsabteilung (3 MA). Mind. 2 Jahre Berufserfahrung in gleicher Position, sehr gute Deutsch- und Englischkenntnisse in Wort und Schrift.

Chef de Réception / stv. Chef de Réception

Graubünden, Berner Oberland. Sprachgewandte und verkaufstarke Bewerber/innen mit Erfahrung aus 4*/5*-Häusern. Eine Topstelle wartet in einem der besten Hotels im Bündnerland auf Sie.

Réceptionist/in

Basel, Graubünden, Berner Oberland. Mit fundierter Berufserfahrung in der Hotellerie. Gute PC- und Sprachkenntnisse D/E/F.

Restaurantleiter/in

Stadt Luzern - Für eines der besten Hotels in Luzern mit gepflegter Restauration und Bankettmöglichkeiten mittlerer Grösse.

Direktionsassistent/in Leitung Restaurationen

Bielersee. Grosses Haus mit ausgezeichnetem Fischrestaurant und Bankettmöglichkeiten bis 400 Personen. Servicelehre, Hotelfachschule, Berufs- und Führungserfahrung D/F Bedingung.

Assistentin Leitung Hauswirtschaft

Hofa-Ausbildung, Berufs- und Führungserfahrung. Alter: 25-30 Jahre.

- * Privatklinik, Raum Zürich
- * Alters- und Pflegeheim, Basel

Alle weiteren Stellenangebote finden Sie unter:
www.horega.ch - täglich aktuell!!!

Horega Select AG Kaderberatung

Stänzlergasse 7 4051 Basel
info@horega.ch / www.horega.ch

109781



hotel bildungszentrum 21 basel

Als ***Hotel in Basel mit 70 Zimmern und 20 Seminarräumen bieten wir unseren Gästen eine persönliche Betreuung von der Anfrage bis zur Verabschiedung. Zur Ergänzung unseres 6-köpfigen Teams suchen wir per sofort eine qualifizierte Persönlichkeit als

Réceptionistin / Réceptionist

Zu Ihren Aufgaben gehören

- Empfang, Betreuung, Beratung und Verabschiedung der Gäste
- Check-in / Check-out und Concierge-Dienst
- Entgegennahme und Bearbeitung von Reservationen
- Ausstellung von Offerten, Bestätigungen, Fakturen
- Telefonzentralendienst fürs Hotel und für mission 21

Sie sind ein ausgesprochener Team-Player und bringen mit

- eine entsprechend qualifizierte Ausbildung mit Vorteil im Hotelfach
- mehrjährige Berufserfahrung an einer Hotelerie
- versierte EDV-Anwendung (Hotelreservationssystem, MS Office)

Sind Sie interessiert? Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung mit vollständigen Unterlagen an: hotel bildungszentrum 21, Herr Leonhard Müller, Missionsstrasse 21 / Postfach, CH-4003 Basel

109751

hotel · restaurant · kultur

SCHLOSS WARTEGG

Schloss Wartegg ist ein stimmiges Haus, das historische Substanz mit zeitgenössischer Gestaltung vereint. Der Hotelbetrieb mit seinem grossen Park und Garten rangiert aktuell auf Platz 6 der Kategorie «**** Business-, Stadt- und Unique-Hotels» der «Billanz». Wir bieten im Restaurant / Garten und Bankettsaal 100 Plätze, und im Hotel 44 Betten. Unsere Küche verbindet Genuss und sehr hohen handwerklichen Standard mit Bio-Qualität.

Wir suchen eine/n

junge/n Koch/Köchin

mit Kocherfahrung.

Sie verfügen über fachliche Kenntnis, Interesse und Erfahrung im Umgang mit Frischprodukten und auch der vegetarischen Küche. Sie haben Freude, mit biologischen Produkten z.T. aus unserem Schlossgarten zu arbeiten, und besitzen ein hohes Empfinden für Qualität. Eine engagierte, freundliche und kooperative Teamatmosphäre erwartet Sie.

Ich freue mich auf Ihre aussagekräftige Bewerbung mit Foto.

Hans-Jakob Würsch, Hotelier
Schloss Wartegg, 9404 Rorschacherberg, Telefon 071 858 62 62
wuersch@wartegg.ch <http://wartegg.ch>

109656



Unser **** Haus (65 Zimmer) im Herzen von Pontresina bietet herzliche Gastfreundschaft, ausgezeichnete Gourmetküche und Servicequalität auf höchstem Niveau.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir auf die kommende Sommersaison (Eintritt ca. 20. Juni 2006) oder nach Übereinkunft noch folgende Mitarbeiter:

Betriebsassistent m/w

Junger, versierter Fachmann mit entsprechender Ausbildung, D/E/F/I, für die folgenden Aufgaben: Ablösung der Chef de Service, Betreuung verschiedener Anlässe und Lehrgangsausbildung

Réceptionist m/w

für unseren lebhaften Hotelbetrieb, in Jahresstelle D/E/F/I, vorzugsweise mit Hotelerfahrung (Fidello)

Portier tournant

mit guten Deutschkenntnissen (Ablösung Nachtportier)

Servicefachmitarbeiter/in

mit guten Fachkenntnissen, Muttersprache Deutsch für unsere verschiedenen Restaurants: im gepflegten Halbpensions- und à-la-carte-Bereich

Chef de partie m/w

Commis de cuisine m/w
für unsere gepflegte Gourmet-Küche

Wir freuen uns, auf Ihren Anruf und die Zusendung Ihrer Bewerbungsunterlagen mit Foto:

HOTEL SCHWEIZERHOF, CH-7504 Pontresina
Bernadette & Stephan Hiny, Direktion,
Tel. +41 (0)81 839 3434, Fax. +41 (0)81 839 3435
hotel@schweizerhofpontresina.ch
www.schweizerhofpontresina.ch

109829

Wellness- & Spa-Hotel

ERMITAGE-GOLF

Im Chalet-Stil auf der Sonnenterrasse oberhalb von Gstaad präsentiert sich unser ****Wellness- & Spa-Hotel für den Individual-Gast mit 79 Zimmern und Suiten, 3 Restaurants und einer grossen Wellness-Infrastruktur (4 Pools, ca. 1500 m² Wellness-Oase).

Nach langjähriger Zusammenarbeit reizt unser derzeitiger Stellennhaber eine neue Herausforderung. Aus diesem Grunde suchen wir ab sofort oder nach Übereinkunft:

Chef de Réception

WIR BIETEN

- Ein junges Team, wo Sie die Möglichkeit haben, sich persönlich zu entfalten
- Jahresvertrag mit langfristiger Ausrichtung
- Geregelte Arbeits- und Freizeit
- Fachliche und persönliche Weiterbildung
- Mitgestaltung bei der Verbesserung unserer Serviceleistungen
- Mitentscheidung bei der Angebotsgestaltung
- Freie Benutzung des Wellnessangebotes
- Grosses Kultur- und Sportangebot

SIE HABEN

- Freude am Umgang mit anspruchsvollen und internationalen Individual-Ferien-Gästen
- Die Fähigkeit, ein Team aufzubauen und zu Spitzenleistungen zu bewegen
- Freude an der aktiven Mitarbeit
- Flair für die kleinen Details, die das Wohlbefinden des Gastes steigern
- Führungserfahrung in ähnlicher Position
- Sehr gute Kenntnisse der deutschen und französischen Sprache
- Kostenbewusstes und teamorientiertes Denken und Handeln
- Bereitschaft zu einem längerfristigen Engagement
- Gute EDV-Kenntnisse

Interessiert - dann wollen wir Sie kennen lernen und Ihnen unser ****Wellness- & Spa-Hotel vorstellen.

Herr Anton Pichler freut sich auf Ihre Bewerbung.

Wellness & Spa Hotel ERMITAGE-GOLF
CH-3778 Gstaad-Schönried
Tel. 033 748 60 60 Fax 033 748 60 67
www.ermitagegolf.ch
E-Mail: anton.pichler@ermitagegolf.ch

109804





Stellenangebote

SwissDeluxeHotels.com

Committed to quality and individuality

Marché de l'emploi



Nous recherchons pour entrée immédiate ou à convenir

RÉCEPTIONNISTE

Pour notre restaurant italien ASSISTANT MAÎTRE D'HÔTEL CHEF DE RANG/COMMIS DE RANG CHEF DE PARTIE/COMMIS DE CUISINE

Au bénéfice d'un diplôme hôtelier ou d'une expérience réussie dans un poste similaire, vous avez le sens de l'accueil et du service personnalisé et êtes soucieux de donner le meilleur de vous-même dans l'exercice de vos fonctions.

Nous vous offrons une activité diversifiée propice à un développement professionnel, une politique de formation continue adaptée à la fonction, un cadre de travail prestigieux et les avantages sociaux d'un établissement d'exception.

Les personnes intéressées sont invitées à envoyer les dossiers complets avec photos à:

Madame Marie-Laure Stauffacher Directrice des Ressources humaines Pl. du Port 17-19, 1006 Lausanne Fax 021 613 33 20, E-Mail: personnel@brp.ch

169772



TSCHUGGEN GRAND HOTEL AROSA

www.tschuggen.ch

The Leading Hotels of the World

TSCHUGGEN GRAND HOTEL AROSA

Im Luxushotel GRAND HOTEL TSCHUGGEN in Arosa entsteht derzeit auf über 5000 m² die BERGOASE des Stararchitekten Mario Botta. Im Hinblick auf die Eröffnung dieses wegweisenden Wellness & SPA - Projektes und der kommenden Wintersaison suchen wir eine analytisch und unternehmerisch denkende

DIREKTION (m/w) oder ein DIREKTIONSEHEPAAR

Sie sind dynamisch, engagiert und belastbar und bringen bereits fundierte Erfahrungen auf dem Bereich der Hotelführung und vorzugsweise der Betriebsöffnung mit.

Kommunikation, Mitarbeiterführung, Professionalität und Flexibilität gehören zu Ihren Stärken, und Sie verstehen es, täglich aufs Neue Ihr Umfeld zu motivieren.

Ihre Sprachgewandtheit und Ihr stilsicherer Auftritt helfen Ihnen die Betreuungsaufgaben als Gastgeber der internationalen Klientel dieses renommierten Fünfsternehauses wahrzunehmen.

Sind Sie bereit für eine langfristige, anspruchsvolle und interessante Herausforderung?

Ihre komplette schriftliche Bewerbung mit Foto senden Sie bitte an: AG Grand Hotel Tschuggen, HOTEL EDEN ROC Herr Daniel J. Ziegler, Delegierter des Verwaltungsratspräsidenten Via Albarelle 16, 6612 Ascona

Tschuggen Hotel Group

IM GLEICHEN BESITZ:



6612 Ascona

7500 St. Moritz

7500 Arosa

169842

Click to 34 five-star hotels and resorts in Switzerland

Zur Ergänzung unseres Teams Congress Center in Basel suchen wir eine/n 30 - 45 jährige/n

Verkaufsleiter/in Congress Center Basel (100%)

Aufgaben

- Akquisition von nationalen und internationalen Kunden
- Aufbau eines durchgängigen CRM
- Pflege von potentiellen und aktuellen Key Accounts
- Planung und Durchführung von Verkaufstätigkeiten
- Teilnahme an Messen und Verkaufsveranstaltungen

Anforderungen

- Kaufmännische Ausbildung mit Schwerpunkt Verkauf/Marketing
- Mehrjährige Verkaufspraxis in den Bereichen Kongresse/Hotellerie/Tourismus
- Kontaktstarke und kommunikative Persönlichkeit
- Stilsicheres Deutsch und gute Sprachkenntnisse in Englisch und Französisch

Weitere Informationen finden Sie unter www.messe.ch/jobs

Die Messe Schweiz ist eines der führenden Live-Marketing-Unternehmen in Europa. An ihren Standorten in Basel und Zürich finden jedes Jahr rund 50 Fach- und Publikumsmessen sowie zahlreiche weitere Veranstaltungen statt. Ihr eigenes Messeportfolio umfasst über 25 international und national führende Messen.

In Basel betreibt die Messe Schweiz zudem das eigene Congress Center Basel. Darin werden jedes Jahr über 20 internationale und nationale Kongresse sowie rund 250 weitere Anlässe durchgeführt.

www.messe.ch/jobs

Gastronomie

Ein erfolgreiches, kerngesundes Unternehmen der Gastronomiebranche will sich in der Deutschschweiz weiterentwickeln. Die angebotenen Produkte- und Serviceleistungen gehören zu den fortschrittlichsten des Marktes. Zur Umsetzung der Wachstumsstrategie sind wir deshalb beauftragt, eine

Verkäuferpersönlichkeit Dame oder Herr

zu suchen. Sie sind dem Direktor der deutschen Schweiz direkt unterstellt. Nach einem praxisnahen Einführungsprogramm werden Sie Ihr Verkaufsgebiet selbstständig aktiv bearbeiten und damit die Umsätze signifikant beeinflussen. Dazu gehören insbesondere die Gewinnung und qualifizierte Betreuung von Neukunden, das Durchführen von Firmenpräsentationen sowie das Begleiten der Vertragsverhandlungen. Zudem analysieren Sie die Kundenbedürfnisse und beraten die Kunden in servicespezifischen und technischen Fragen.

Wir suchen den Kontakt mit Kandidaten, die ein angenehmes und stilsicheres Auftreten haben und folgendem Profil möglichst nahe kommen: Erfolgreicher Abschluss einer schweizerischen Hotelfachschule, wenn möglich verbunden mit einer Weiterbil-



Profil Personalberatung

dung im Bereich Marketing und/oder Verkauf. Schweizer oder Ausländer mit C-Ausweis im Alter zwischen 28 bis 40 Jahren. Sie haben schon Erfahrungen in einer ähnlichen Position gesammelt, - wenn möglich in der Gastronomie- oder Hotelleriebranche. Als belastbarer und tüchtiger Verkaufsprofi führen Sie Verhandlungen und Vertragsgespräche ziel- und abschlussorientiert zum Erfolg.

Unser Auftraggeber wird Sie mit gezielten Marketing- und Kommunikationsmassnahmen unterstützen, damit Sie sich auf Ihre Verkaufs- und Beratungstätigkeit konzentrieren können. Ein Home-Office und ein Firmenfahrzeug stehen zur Verfügung. - Wenn Sie sich angesprochen fühlen, senden Sie bitte Ihre vollständigen Unterlagen oder mailen Sie Ihr CV.

Profil Personalberatung AG Mühlebachstrasse 2 8008 Zürich Tel. 044 261 19 00 profil_ag@bluewin.ch

169793



marketing live.

Richten Sie Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto per Post oder E-Mail an

MCH Messe Schweiz (Basel) AG | CH-4005 Basel Human Resources | Daniel Kaufmann | daniel.kaufmann@messe.ch

169791

mch messe schweiz

Persönliche Begegnungen

liegen Ihnen am Herzen?

Dann sind Sie bei uns richtig. Unser Team hat Spass an der Arbeit und sucht Sie auf den 1. April 2006 oder nach Vereinbarung:

- Etage Gouvernante/Hofa, 80%
Service Servicefachangestellte/r Saalservice
Küche Casserolier

Wir bieten Ihnen eine abwechslungsreiche Saisonstelle in einem Wohlfühl-Hotel am Thunersee. Gastfreundschaft, Herzlichkeit und Berufung sind Eigenschaften die wir lieben.

Auf Ihre Bewerbung mit Passfoto freuen wir uns.

169790



Parkhotel - CH-3654 Gunten Telefon 0041 (0)33 252 88 52 Fax 0041 (0)33 252 88 88 e-mail: info@parkhotel-guntent.ch internet: www.parkhotel-guntent.ch

Hotel - Restaurant Seepark - Seeterrasse

Adelboden, der traditionelle Ski- und Alpine Wellness-Ferienort im Berner Oberland, sucht auf Frühling 2006 eine/n

Bereichsleiter(in) Gästeformation

mit solider kaufm. Grundausbildung, einigen Jahren Berufserfahrung im Bereich der touristischen Gästeformation und der Lehrlingsausbildung. Sie sind belastbar, haben Organisationstalent und sind gewandt im Umgang mit den Sprachen Deutsch, Englisch und Französisch. Idealalter 25 bis 30 Jahre.

Stellenantritt: 1. Mai 2006 oder nach Vereinbarung

- Aufgabenbereich: - Verantwortung für den Bereich Gästeformation - Tagesgeschäft, Verkauf, Beratung - Einsatzplanung Mitarbeiter - Administrative Arbeiten - Lehrlingsausbildung nach KV-Reform - Bearbeitung von Projekten

Gerne erwarten wir Ihr Bewerbungsdossier. Für weitere Informationen steht Ihnen Bernhard Stähli, Leiter Finanzen, jederzeit gerne zur Verfügung: Tel. 033 673 80 80, E-Mail: finanz@adelboden.ch

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Adelboden Tourismus Dorfstrasse 23 3715 Adelboden

169785



Advertisement for Restaurant TRIANGEL featuring a wine glass and text about hiring a chef and manager.

Express-Stellenvermittlung

Für ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen aus Hotellerie und Gastgewerbe

Service de placement express

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

Eine Dienstleistung von

hoteljob

Tel. 031 370 42 79

08.00 bis 12.00 Uhr und 13.30 bis 17.00 Uhr

Fax 031 370 43 34

SUCHEN SIE QUALIFIZIERTE ARBEITSKRÄFTE?

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

CHERCHEZ-VOUS DES TRAVAILLEURS QUALIFIÉS?

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

Stellengesuche / Demandes d'emploi

Küchekuisine

1	2	3	4	5	6	7	8
0905	Kü'chef/Alleinkoch	54	CH	n. Ver.	D/E/I	Zürich+Umgeb.	
0907	Küchenchef	37	CH	März	D/F	Zürich	
0912	Koch	57	CH	April	D/E/F		
0915	Alleinkoch	39	CH	sofort	D/E/F/I	ZH/LU	
0920	Küchenchef	60	IT	B-EG n. Ver.	F/I	TI	
0922	Pâtissière/Koch/w	24	IT	C	sofort	E/F/I	TI
0923	Koch	47	DE	L-EG	sofort	D/E/F/I	
0925	Koch/Service/w	21	CH	März	D/E/F	Winterthur+Umgeb.	
0926	Chef de partie	30	CH	n. Ver.	D/E/F	BE	
0928	Küchenchef	47	CH	sofort	D/E/F	Bern-Thun	
0935	Küchenchef	59	DE	C	sofort	D	ZH
0937	Frühstückskoch/H'koch	35	DE	L-EG	April	D	Deutsch-CH
0939	Koch	27	FR	L-EG	Mai	E/F	Davos/St. Moritz
0940	Jungkoch	22	CH	Mai	D/E	AG/SO	
0943	Kochassistentin/Service	33	CH	sofort	D	Nordwest-/Zentral-CH	
0944	Küchenchef	44	IT	B	März	D/E/I	BE/ZH/VS/VD
0947	Entremetier/w	25	DE	L-EG	Mai	D	Zürich/Gautt/Millau-Betriebe
0948	Alleinkoch / Koch	28	CH	sofort	D	BE/AG/Rest./Heim/Spital	
0949	Ch.de partie/Sous-chef	24	CH	April	D/E	Thun-Bern-Interlaken	
0950	Sous-chef/Küchenchef	40	DE	C	sofort	D	BE/ZH/Mittelland/Bodensee
0953	Sous-chef	44	DE	L-EG	sofort	D/E	BE/LUZH
0954	Entremetier	34	PT	B-EG	Mai	D/F/I	TI/LU
0956	Küchenchef	40	FR	L-EG	Mai	D/F	ZH/LU/BS/GE

Service/service

1	2	3	4	5	6	7	8
0904	Kellner/Chef de service	48	CH	sofort	D/E/F/I	Bern	
0911	Kellner	26	DE	L-EG	sofort	D/E	BE
0913	Service/w	24	CH	Mai	D/F	Deutsch-CH	
0916	Chef de service/Betrass.	36	AT	B-EG	sofort	D/E/F/I	
0921	Service/Hilfskoch/w	27	CH	sofort	D/F/I	TI	
0930	stv. Chef de service	27	AT	B	sofort	D/E	ZH/LU/BE-Oberl.
0932	Service/w	52	CH	CH	März	D/I	Bern/Rest.
0933	Sefa	27	DE	L	April	D/E/F	TI/LU/ZH
0934	Service/w	37	NL	C	Mai	D/E/I	BE/IT/Tagesbetrieb
0938	Service/Allrounderin	53	CH	März	D/E/I	ZH/TG/SH/SG	
0941	Kellner/Barman	58	CH	März	D/E		
0945	Chef de service/Sefa	27	CH	Mai	D/E	Aargau	
0946	Service/Bankett/w	23	DE	L-EG	n. Ver.	D/E	Zürich
0951	Sefa/Bardame	22	CH	Mai	D/E/F	Thun	
0955	Rest.Leiterin/Gerantin	56	CH	n. Ver.	D/F/I		
0957	Sefa/Buffer/w	20	CH	sofort	D/E/F	AG	

Administration/administration

1	2	3	4	5	6	7	8
0914	Betriebsleiter	42	DE	C	sofort	D/E	GR/BE-Oberl.
0919	Réceptionistin	24	DE	L-EG	März	D/E/F/I	TI
0927	Réceptionist	30	EG	B	sofort	D/E/I	Zürich
0942	Geschäftsführer	47	CH	Juli	D/E/F	Bern-Thun/Emmental	

Hauswirtschaft/ménage

1	2	3	4	5	6	7	8
0906	Hofa	21	CH	April	D/E/F		
0908	Hofa	24	CH	n. Ver.	D/E/I	Ost-CH	
0909	Allrounderin	58	CH	sofort	D/E/F/I	TI/Bern+Umgeb.	
0910	Hofa	19	CH	n. Ver.	D/E	BE/FR/SO	
0929	Allrounder/Portier	34	PK	B	sofort	D/E	LU/ZG/ZH
0931	Portier	40	PT	L	sofort	F/I	
0936	Haushilfe/w	44	DE	G	April	D	TI
0952	Zimmerfrau/Lingerie	21	CH	Mai	D		

- 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)

169789

Stellenbewerbung / Candidature

SUCHEN SIE EINE STELLE?

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

CHERCHEZ-VOUS UN EMPLOI?

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

Bewerbungstalon / Talon de demande d'emploi

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

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

Ich bin mit der Bekanntgabe der Daten (Name, Adresse, Telefon etc.) einverstanden: Ja – Nein / J'accepte la publication de mes coordonnées (nom, adresse, téléphone, etc.): Oui – Non
 Wenn nein, können wir den ausgefüllten Talon nicht in der Zeitung publizieren. / En cas de réponse négative de votre part, nous ne pouvons 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@hotellerieuisse.ch



SERVICEFACHANGESTELTE

Wir sind ein junges Team und führen am Stadtrand von Luzern ein **familiales Kleinhotel mit einem Fisch- und Spezialitätenrestaurant.**

Zur Erweiterung unserer Brigade suchen wir ab März/April 2006 eine junge, motivierte und deutschsprachige Fachkraft im Service.

Für weitere Auskünfte wenden Sie sich an Frau Sandra Stofer, 041 377 11 35 oder bewerben Sie sich schriftlich an Familie Stofer, Hotel Balm, 6045 Meggen.

169778



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, Anfang Juni bis Anfang Oktober 2006, junge, engagierte Persönlichkeiten als:

- Housekeeping** - **Hotelfachassistentin im Hauswirtschaftsbereich (D/I)**
- Réception** - **Anfangs-Réceptionist/in (D, I, evtl. E, F)**
- Küche** - **Logenmitarbeiter mit Ablöse-Chauffeur u. Nachtportier (D, I)**
- Hotel-Restaurant** - **Sous-Chef**
- **Chef de partie**
- **Chef pâtissier**
- **Commis de cuisine**
- **Küchen-Praktikant/in**
- F&B** - **Stellvertreter/in des 1. Oberkellners (D, I, E, F)**
- **Serviceemitarbeiter/in (D, I)**
- **Commis de rang (D, I)**
- **F&B-Praktikant (m)**
- **Fidelio-Warenwirtschaft-Kenntnisse/D, I von Vorteil Sommersaison 2006/2007**

Sie sind deutschsprachig, verfügen über Berufserfahrung in der Schweiz, sind Qualitätsbewusst, initiativ und haben Freude am Beruf.

Wir bieten neben abwechslungsreichen Tätigkeiten in einem kollegialen Team, faire Arbeitsbedingungen und moderne Mitarbeiterunterkünfte.

Somit freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen (mit Foto) via E-Mail, Fax oder auf dem Postweg.

HOTEL EUROPA ST. MORITZ
Hr. Frédéric Raes, Verantwortlicher F&B/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



169786

HOTEL SCHWEIZERHOF UND RESIDENCE

Mitten im Dorf - la plus haute hôtellerie.

Als führendes 4*-Hotel betreiben wir nicht nur hoch stehende Hotellerie, mit unseren verschiedenen Spezialitätenrestaurants ist auch die Gastronomie der Spitzenklasse zu Gast. Wir sind stolz auf Mitarbeiter, die nie aufgehört haben zu lernen. Stellen Sie sich mit uns den vielseitigen, anspruchsvollen und interessanten Herausforderungen.

Wir suchen folgende/n Mitarbeiter/in:

ab sofort oder nach Vereinbarung in Jahresstelle:
2. Chef de Réception (m/w)

D/F/E, mit Erfahrung

Kassierer/in

D/F/E, mit Erfahrung

ab der Sommersaison 2006:

Anfangsgouvernante

mit abgeschlossener Berufslehre und Erfahrung

Auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Lebenslauf, Referenzen und Foto freut sich:

SEILER HOTELS ZERMATT AG
Hotel Schweizerhof und Résidence****
Eva-Maria Mathier
Bahnhofstr. 38
3920 Zermatt

Tel. 027 966 87 56

169548



Schweiz / Graubünden / Arosa

Für die Betriebsführung und Überwachung der Herberge Backpacker's Downtown suchen wir per 1. Juni 2006 oder nach Vereinbarung

2 Betriebsassistenten/-innen Hauswirtschaftsverantwortlich

(Ehepaar oder Einzelpersonen)

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

Was erwartet Sie:

- Der Betrieb ist ein Zweisaisonbetrieb Sommer und Winter
- Er besteht aus 120 Betten, einem Speisesaal mit 140 Sitzplätzen sowie TV-Raum/Spielraum
- Der Verkauf wird zentral geführt über eine Verkaufszentrale
- Eine 3-Zimmer-Wohnung im Annex steht zur Verfügung
- Mitarbeiterzimmer sind vorhanden
- Entlohnung der Verantwortung entsprechend

Was erwarten wir von Ihnen:

- Wir suchen zwei Assistenten/-innen mit Sinn und Geist für junge Gäste
- Erfahrung in der Gastronomie ist sicher von Vorteil
- Grundkenntnisse im Kochen für Gruppen
- Grundkenntnisse in Englisch
- Ihr Einsatzwille ist wirklich gefordert
- Langfristiger Jahresesatz

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

Anschrift: Persönlich
Andy Abplanalp
Hubelstrasse
Vermerk «Backpacker's Downtown»
7050 Arosa

169760



Auf der Rigi am Vierwaldstättersee, stilvolles ***Hotel mit 15 Zimmern/Suiten und Speiserestaurant (15 GM-Punkte). In unser erfolgreiches Team suchen wir ab Anfang Mai.

Servicefachangestellte/n Koch - Chef de Partie

Wir freuen uns auf Sie.
Dorly & Willy Camps-Stalder
CH-6356 Rigi Kaltbad
www.bergsonne.ch
T 041 399 80 10
F 041 399 80 20

169822

Wir suchen Sie für unser Bergrestaurant

Jungkoch Allrounder

Sie arbeiten in einem kleinen Team ohne Nacharbeit (8.30-18.00 Uhr).

Start: Anfang April 2006 oder nach Vereinbarung (bis 15. Okt. 2006)

Schriftliche Bewerbung bitte an:
Restaurant Fräkmüntegg
Herr H. Hofmann, Postfach
6010 Kriens

169792

RESTAURANT REUSSBRÜCKE

Mihof's Pavillon
Bistro / Le Point
LA CAVE
WIR SUCHEN PER APRIL ODER NACH ABSPRACHE
Sous Chef
MIT ERFAHRUNG IN DER GEBORENEN KÜCHE
(15 G & M)
INTERESSIERT?
RUUFEN SIE UNS AN (TELEFON 044 760 11 61
HR. IMHOF VERLANGEN). GERNIE GEBEN WIR IHNEN
AUSKUNFT ÜBER DIESE ATTRAKTIVE STELLE.

Restaurant Reussbrücke
Muristrasse 32
8913 Ottenbach
Telefon 044 760 11 61
info@reussbruecke.ch
www.reussbruecke.ch

169523



Wir freuen uns auf Verstärkung!

Für die kommende Sommersaison sind noch folgende Positionen zu besetzen:

Küche:

- **Commis de cuisine**

Service:

- **Praktikanten**

Rezeption:

- **Praktikant/in**

Wir freuen uns auf eure Bewerbungen an:
Hotel Schiff am See, Stephan Helfer
3280 Murten
026 672 36 66 / info@hotel-schiff.ch

169759

ESPLANADE HOTEL RESORT & SPA

Moderne Hotelkultur in historischen Räumen, 75 Zimmer und Suiten, Restaurant, Panoramaterasse, Bar, Konferenzmöglichkeiten, erholende Oase für Wellness, Schönheit und Fitness.

Wir suchen für die Sommersaison 2006 (Anfang März bis Mitte November) Mitarbeiter/innen mit Berufserfahrung in 4*- bis 5*-Häusern.

SOUS-CHEF

CHEF DE RANG oder COMMIS DE RANG m/w
Sprachkenntnisse D/I

Wenn Sie sich angesprochen fühlen, in einem jungen Team mitzuarbeiten und gerne im sonnigen Tessin unsere Gäste verwöhnen, dann senden Sie bitte Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto an unser Personalbüro. Unseren Mitarbeitern stehen Unterkünfte zur Verfügung.

ESPLANADE HOTEL RESORT & SPA
6648 Minusio/Locarno



Email: reservations@esplanade.ch



www.esplanade.ch

169817

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 Seminarmöglichkeiten mit Hallenbad und Wellnessangebot. Dies alles in ruhiger, gründer Umgebung,für Gäste, die das Besondere suchen!

Für diese Sommersaison suchen wir folgende Team-Mitglieder:

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 Stammgästekreise während einer langen Sommersaison aufs Feinste verwirklichen möchten.

Receptionspraktikant/in - d/f/e ab Juni
welche unsere Gäste mit einem herzlichen und ehrlichen Lachen empfangen, professionell umsorgen und betreuen.

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

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

169839

Join the Team and be a Part!

Wir suchen per 1. März 2006 oder nach Vereinbarung in Jahresstellen

Event-Manager m/w Verkaufs-Assistentin m/w Chef Pâtissier m/w Commis de Cuisine m/w

Für Fachleute mit SOUL & PASSION
Ihr Beruf ist Ihre Berufung? Unsere auch!

Für unser renommiertes Cateringunternehmen suchen wir Mitarbeiter welche uns bei der Umsetzung von Events wie dem Polo in Klosters, Sommerpartys an der Zürcher Goldküste oder Themenevents in der ganzen Schweiz und im umliegenden Ausland unterstützen. Fachwissen, Soul & Passion und Lust auf Neues setzen wir voraus!

Ihre Chance

Telefonische Auskünfte zu diesen Positionen erhalten Sie von Roger Wülfiger, Tel. 0041-43-266 99 88 oder senden Sie uns Ihre aussagekräftige Bewerbung mit Foto.

Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme!



Oggenfuss Catering
Roger Wülfiger
Human Resources
Seestrasse 183
CH - 8700 Küsnacht

Telefon: 043 266 99 88

E-Mail: r.wulfiger@oggenfusscatering.com
Internet: www.oggenfusscatering.com

169767



Eine wunderschöne Aussichtslage über dem Zürichsee, 26 moderne Hotelzimmer, Restaurant Bellavista (40 Nichtraucher- und 60 Raucher-Plätze), mit ambitionierter mediterraner Küche, Sonnenterrasse mit 60 Plätzen, Hotelbar BarBella, Kegelbahn sowie Banketträumlichkeiten für bis zu 250 Personen. Das alles und noch viel mehr könnte Ihr neuer Arbeitsplatz ab Ende März/Anfang April 2006 sein, wenn Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen als

Sous-Chef/in

zustellen. Sie haben Erfahrung in der Bankett- und À-la-carte-Küche, Einkauf, Menüplanung und das Führen von 8 Mitarbeitern inkl. Lehrlingsausbildung ist für Sie eine Herausforderung. Wir bieten Ihnen eine vielseitige und interessante Tätigkeit mit dem nötigen Freiraum. Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann zögern Sie nicht und senden Sie uns Ihre vollständige Bewerbung. Barbara Balta, Küchenchefin, und Christian Caffisch, Belvoir-Gastgeber, freuen sich. Sie kennen zu lernen!

Hotel-Restaurant Belvoir
Säumerstrasse 37
8803 Rüschlikon
Tel. 044 704 64 64
<http://www.belvoirhotel.ch>
welcome@belvoirhotel.ch

169790

Swiss QUALITY HOTELS INTERNATIONAL



Kantonsspital Frauenfeld

Spital Thurgau AG

Auf Grund einer beruflichen Weiterentwicklung des heutigen Stelleninhabers suchen wir per 1. Mai oder nach Vereinbarung eine/einen

Leiterin/Leiter Hotellerie

Aufgaben: Es ist unser Ziel, den Patientinnen und Patienten sowie den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine ausserordentliche Qualität in den Dienstleistungen der Hotellerie zu bieten. Als Leiterin/Leiter Hotellerie sind Sie zusammen mit dem Küchenchef, der Leiterin Hauswirtschaft und der Leiterin Room Service für den umfassenden kundenorientierten Hotelservice verantwortlich. In Ihrem Verantwortungsbereich arbeiten ca. 50 Personen in den Abteilungen Küche, Restauration, Room Service auf den Privatstationen, Ungerie, Personalhäuser, Reinigung und Bettenzentrale. In der Spital Thurgau AG genießt die Hotellerie einen hohen Stellenwert und es erfolgt eine aktive betriebsübergreifende Koordination und Zusammenarbeit.

Profil: Sie haben ein ausgeprägtes Kunden- und Dienstleistungsverständnis, denken betriebswirtschaftlich und haben Freude an interdisziplinärer Zusammenarbeit. Nach dem Abschluss einer Hotelfachschule, der Ausbildung zum Betriebsleiter o. Ä. haben Sie Führungserfahrung in einem Dienstleistungsbetrieb gesammelt. Zu Ihren Stärken zählen Sie Kreativität, konzeptionelles Arbeiten, Durchsetzungsvermögen, Belastbarkeit sowie Ihre Sozialkompetenz und Ihre Kommunikationsfähigkeit.

Auskünfte: erteilt Ihnen gerne Herr Andreas Kundert, Spitaldirektor Kantonsspital Frauenfeld, Telefon: 052 723 71 89, E-Mail: andreas.kundert@stgag.ch

Bewerbung: Ihre schriftliche Bewerbung senden Sie bitte an Kantonsspital Frauenfeld, Personaldienst, 8501 Frauenfeld.

Das Kantonsspital Frauenfeld ist ein Unternehmen der Spital Thurgau AG. Unsere Spitäler und Kliniken zeichnen sich durch ein umfassendes Gesundheitsangebot aus. Fortschrittliche Arbeitsbedingungen, hohe Professionalität und interdisziplinäres Denken prägen unsere Unternehmenskultur.



Für unsere Küchenbrigade suchen wir ab April 2006 oder nach Vereinbarung einen

1. Sous-Chef (100%)

Wir sind ein hektischer Gastronomie- und Unterhaltungsbetrieb mit rund 200 Mitarbeitenden. Das Restaurant bietet Platz für 150 Personen und ist an sieben Tagen in der Woche bis nach Mitternacht offen. Zudem beliefert unsere Küche die Lounge, die Pelikanbar und Bankette bis 800 Personen. Dies bedingt Flexibilität und Bereitschaft auch nachts zu arbeiten. Eine Küchenbrigade von rund 20 Mitarbeitenden betreut unsere internationale und marktfrische Speisekarte.

Sie sind eine Kochpersönlichkeit mit solider Berufserfahrung, Fantasie, Kreativität und Leidenschaft. Sie haben menschliches und kulinarisches Fingerpitzengefühl und arbeiten gerne in einem innovativen Team indem Sie bereit sind Verantwortung zu übernehmen.

Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche (CV, Zeugnisse, Foto) Bewerbung

KAUFLEUTEN RESTAURANTS
Daniela Bänninger
Pelikanstrasse 18, CH-8001 Zürich
db@kaufleuten.com

«SIHLHALDE» GATTIKON-THALWIL, ZÜRICH

Für unser Gourmet-Restaurant suche ich einen

Chef de partie einsetzbar als Entremetier, Garde-manger oder Pâtissier.

Wir sind ein junges, ehrgeiziges und motiviertes Team, ausgezeichnet mit «Michelin GaultMillau».

Wenn Sie an klassischer, moderner und kreativer Küche Freude haben, erwarte ich gerne Ihren Anruf unter Tel. 01 720 09 27 oder senden Sie Ihre schriftliche Bewerbung an die unten stehende Adresse:

Smolinsky Gregor
Küchenchef
Postfach 18
8136 Gattikon-Thalwil/Zürich
www.smoly.ch
rest.sihlhalde@bluewin.ch

Wir sind ein kleiner Familienbetrieb unter österreichischer-italienischer Führung, mitten im schönen Tourismusgebiet Interlaken. Unsere Küche ist traditionell italienisch.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung folgende kompetente Mitarbeiter/Mitarbeiterinnen:

2 Servicefachangestellte

mit Lehrabschluss und einigen Jahren Berufserfahrung.

1 italienischen Jungkoch

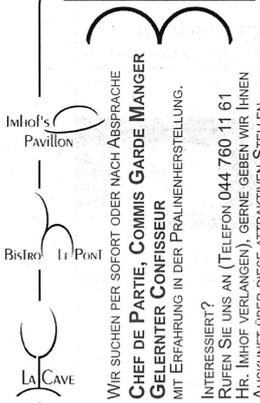
mit abgeschlossener Lehre und einigen Jahren Berufserfahrung.

Sie verfügen über das erforderliche Fachwissen, besitzen Erfahrung in der Gastronomie, lieben den Umgang mit Menschen, sind teamfähig und motiviert.

Fühlen Sie sich angesprochen? Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen und erwarten gerne Ihre detaillierten Bewerbungsunterlagen:

Restaurant Sternen da Mario
z. Hd. Frau Angelika Sabitzer
Jungfraustrasse 27
3800 Interlaken
Tel. 033 822 34 25, Fax 033 822 26 07

RESTAURANT REUSSBRÜCKE



WIR SUCHEN PER SOFORT ODER NACH ABSPRACHE
CHEF DE PARTIE, COMMIS GARDE MANGER
GELERNTER CONFISSEUR
MIT ERFAHRUNG IN DER PRÄLIMINIERSTELLUNG.
INTERESSIERT?
RUFEN SIE UNS AN (TELEFON 044 760 11 61
HR. IMHOF VERLANGEN). GERNIE GEBEN WIR IHNEN
AUSKUNFT ÜBER DIESE ATTRAKTIVEN STELLEN.

Restaurant Reussbrücke
Muristrasse 32
8913 Ottenbach
Telefon 044 760 11 61
info@reussbruecke.ch
www.reussbruecke.ch



Wenn die Norm nicht gefragt und die Kreativität grenzenlos ist...

Das bei seinen Gästen äusserst beliebte «Alex» sucht ab kommender Sommersaison 2006 eine fröhliche und charmante Persönlichkeit als:

Hotelsekretärin

Sie sind mitverantwortlich für den Front-Bereich mit Reservation, Gästebetreuung und Korrespondenz.

Sie bringen mit:

- mehrjährige Hotelerfahrung im Front-Bereich/ Réception
- Erfahrung mit dem Reservationssystem PROTEL
- sehr gute PC-Kenntnisse (Word, Excel)
- geläufig in den Sprachen D/E/F in Wort und Schrift
- Verantwortungsbewusstsein und Einsatzbereitschaft

Wir bieten Ihnen:

- ein unvergleichliches Ambiente in einem einzigartigen Hotel in Zermatt
- eine Jahresstelle ab 1. Juni 2006
- ein sehr attraktives Lohnpaket

Gerne stellen wir Ihnen unser Haus persönlich vor. Wir freuen uns über Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an:

Frau Christina Hürlimann-Perren

Hotel Alex
3920 Zermatt
Tel. +41 (0)27 966 70 70, Fax +41 (0)27 966 70 90
info@hotalexzermatt.com
www.hotalexzermatt.com



UTO KULM Top of Zurich

Top of Zurich! Das sind wir!

Unser vielseitiger, innovativer, einzigartiger und zukunftsorientierter Seminar-, Bankett- und Ausflugsbetrieb liegt im autofreien Naherholungsgebiet der Stadt Zürich, auf dem wunderschönen Uetliberg.

So abwechslungsreich und vielseitig wie unser Betrieb ist auch die anspruchsvolle Stelle als kreativer, selbstständiger

Souschef - Entremetier (m/w)

Für diese Position suchen wir eine erfahrene, motivierte Person, die sich gerne neuen Herausforderungen stellt, in einem aussergewöhnlichen Betrieb Ihr Können und Fachwissen immer wieder aufs Neue einbringt und auch in hektischen Zeiten nicht den Kopf verliert. Eine überdurchschnittliche Entlohnung und trotzdem eine geregelte Arbeits- und Freizeit sind für uns selbstverständlich.

Interessiert? - Dann rufen Sie noch heute unseren Küchenchef **Erich Furrer 044 457 66 66** an.

Wir freuen uns, Sie persönlich kennen zu lernen!

Hotel UTO KULM
Telefon: +41 (0)44 457 66 66
www.utokulm.ch

8143 Uetliberg
Fax: +41 (0)44 457 66 99
utokulm@uetliberg.ch



neuhaus zum see

Das Restaurant **Neuhaus zum See** ist für Einheimische und Gäste aus aller Welt der Treffpunkt am oberen Thunersee. Die neue Veranda, die grosse Terrasse direkt am See und die Beach Bar sind geschätzte Treffpunkte.

Nach einer hochwasserbedingten mehrmonatigen Schliessung suchen wir ab April/Mai 2006 oder nach Vereinbarung Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf den folgenden Posten (z.T. ganzjährig):

Sous-chef de cuisine Koch Commis de cuisine Hilfskoch

Ein junges und motiviertes Team freut sich auf eine angenehme und erfolgreiche Zusammenarbeit mit Ihnen. Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung mit Lebenslauf und Foto. Für telefonische Auskünfte steht Ihnen Herr Ritschard zur Verfügung.

NEUHAUS Golf- & Strandhotel***
CH-3800 Interlaken-Thunersee
Tel. +41 (0)33 822 82 82, Fax +41 (0)33 823 20 91
www.hotel-neuhaus.ch neuhaus@quicknet.ch



Seminar- und Ferienhotel mit 50 Betten, Restaurant für 200 Personen, mit schönster Aussichtsterrasse zu den Berner Alpen.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir ab März/April/Mai

Sous-Chef mit Erfahrung

in kleine Brigade von 7-8 Personen für à la carte und Bankette

Entremetier Gardemanger Servicefachangestellte/r

alle Positionen mit Erfahrung und Lehrlingsführung erwünscht.

Lieben Sie die abwechslungsreiche Arbeit in einem aufgestellten, jungen Team, mit neuzeitlichen Arbeitsbedingungen, dann freuen wir uns auf Ihren Anruf oder Ihre schriftliche Bewerbung.
Fam. B. u. M. Held, Tel. 034 437 16 76 / Fax 034 437 19 80.
www.luederenalp.ch / hotel@luederenalp.ch

Auf Sie warten wir !

Das Seminar- und Erlebnishotel RömerTurm hat sich erfolgreich als Seminar-, Bankett- und Hochzeitshotel etabliert und führt ein wunderschönes à la carte -Restaurant.

Per 1. April oder nach Vereinbarung suchen wir eine(n)

stv. RestaurantleiterIn/BankettleiterIn und Chef de partie Garde manger

Wenn Sie Freude daran haben, in einem kleinen Team zu arbeiten, Verantwortung zu übernehmen, zu koordinieren und zu planen, für den Gast und unseren Betrieb nur das Beste wollen, dann müssen wir uns unbedingt kennen lernen.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung!

Rosemarie & Willi J. Gmür, Direktion
Seminar- und Erlebnishotel
RÖMERTURM
über dem Walensee

8757 Fitzbach/Kerenzerberg,
☎ 055 614 62 62
Fax 055 614 62 63
roemerturm@seminarhotel.com



Arbeiten wo Gäste sich wohl fühlen
Arbeiten damit Gäste sich wohl fühlen

Wir suchen für die Sommersaison ab
Mitte April oder nach Vereinbarung

sprachgewandte(n) und selbständig
arbeitende(n)

SERVICEFACHANGESTELLTE(N) (CH, A, D)

für unser A-la-carte-Restaurant
«Fischateller» und unsere Hotelgäste

junge, sprachgewandte (E, F) AIDE DU PATRON (CH, A, D)

zur Entlastung der Betriebsleitung
für Service und Rezeption

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

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



Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir in Jahres-
stelle per 15. April 06 oder nach Vereinbarung einen

Koch (w/m)

Sie bringen eine Kochausbildung mit und haben bereits erste Berufserfahrungen gesammelt. Sie sind verantwortungsbewusst, lieben es Ihre Gäste mit abwechslungsreicher und kreativer Küche zu begeistern und verfügen über Erfahrung in vegetarischer Küche. Eine vielseitige Aufgabe und ein aufgestelltes Team erwarten Sie direkt am Vierwaldstättersee. Interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung an:

SEMINAR-HOTEL RIGI

Seminar-Hotel Rigi am See, Peter Rubi
Seestrasse 53/57, CH-6353 Weggis
Tel +41 41 392 0 392, Fax +41 41 392 0 393
p.rubi@hotelrigi.ch, www.hotelrigi.ch



Wir haben uns zum Ziel gesetzt, unseren Gästen eine gesunde, ausgewogene und individuelle Ernährung anzubieten. Haben Sie Interesse, uns dabei zu unterstützen? Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir nach Vereinbarung für unsere Klinik Engeried einen

CHEF ENTREMETIER (m/w)

Wir bieten Ihnen, nebst geregelter Arbeitszeit (jedes 2. Wochenende frei) und guten Weiterbildungsmöglichkeiten eine anspruchsvolle, abwechslungsreiche Tätigkeit in einem kreativen, jungen Team, in dem selbständiges Arbeiten erwünscht ist. Ebenso gehören ein angenehmes Arbeitsklima und gute Sozialleistungen zu unserem Angebot.

Da wir ausschliesslich mit Frischprodukten arbeiten, erwarten wir von Ihnen sehr gute Fachkenntnisse, abgeschlossene Diätkoch-Lehre, sorgfältige, selbständige Arbeitsweise, Verantwortungsbewusstsein und Teamfähigkeit.

Möchten Sie durch Ihre vielfältige Kochkunst zum Wohlbefinden unserer Patienten beitragen? Herr Th. Pauli, Küchenchef Engeried, steht Ihnen unter der Tel.-Nr. 031 309 96 41 jeweils am Nachmittag zwischen 13.30 und 16.30 Uhr für weitere Auskünfte gerne zur Verfügung.

Ihre schriftliche Bewerbung senden Sie bitte an:



SONNENHOF AG BERN · HERR R. GÖTZINGER
LEITER KÜCHEN UND RESTAURATION
BUCHSERSTRASSE 30 · 3006 BERN

169783



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 fließend 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

169833

Für unseren hektischen Stadtbetrieb suchen wir nach Übereinkunft zur Ergänzung unseres Küchenteams

**– Commis pâtissier
– Commis de cuisine**

Haben Sie eine abgeschlossene Kochlehre und Freude am Beruf? Dann senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung an:
Emil Bolli, eidg. dipl. Küchenchef



HOTELBERN

Zaughausgasse 9, CH-3011 Bern, Telefon +41 (0)31 329 22 22
hotelbern@hotelbern.ch, www.hotelbern.ch

169838

HOTEL EKKEHARD
SWISS QUALITY HOTELS INTERNATIONAL

Wir sind ein *** Business-, Seminar- und Kongresshotel der gehobenen Mittelklasse. Unser Betrieb fügt sich zusammen aus einem Hotel mit 29 Zimmern, Restaurant mit 80 Sitzplätzen, einer Bankett- und Seminarabteilung bis 800 Personen sowie einem Cateringservice. Wir suchen per sofort einen

Chef de Partie (m/w)

Sie arbeiten auf den verschiedenen Posten in der Küche. Sie sind sich selbständiges, schnelles und Qualitätsbewusstes Arbeiten gewohnt, können auch in hektischen Zeiten einen kühlen Kopf bewahren und haben Freude am Umgang mit Lebensmitteln und dem Arbeiten im Team? Dazu haben Sie einige Jahre Berufserfahrung? Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung an: 169790

Hotel Ekkehard, Herr Klaus Herold, Rorschacherstrasse 50, 9000 St. Gallen. Tel: 071 224 04 57. Weitere Informationen über unser Hotel finden Sie unter: www.ekkehard.ch.

POST
HOTEL SILS-MARIA

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

RÉCEPTIONISTIN (eventuell auch 50%-Stelle)

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

SERVICEMITARBEITERIN

Mit Ihrer fröhlichen, zuvorkommenden Art verwöhnen Sie unsere Hausgäste im Speisesaal und in der Gartenschauwirtschaft Stüva da la posta.

Hotel Post****
Fam. Th. u. HP. Nett
CH-7514 Sils-Maria
Tel. 081 838 44 44
Fax 081 838 44 00
www.hotelpostsil.ch
mail@hotelpostsil.ch

ENGADIN

169808

Restaurant
FROHSINN
Lidligenswil

Gesucht per 1. April oder nach Übereinkunft

Koch

neben Patron und Lehrlinge in Spezialitäten-Restaurant, 10 km ausserhalb Luzern.

Sich melden unter
Telefon 041 371 13 16
Fam. Röthlin

169758

HOTEL MOOSEGG **HAM**

Für unser Ferien- und Seminarhotel im Herzen vom Emmental suchen wir auf die Sommersaison 2006 noch folgende Mitarbeiter:

ab April oder nach Übereinkunft

Chef de partie m/w
Servicefachangestellte/r
Service-Aushilfen

Gerne würden wir Sie kennen lernen und freuen uns auf Ihre schriftliche oder telefonische Bewerbung

Hotel Moosegg, 3543 Emmenmatt
Katherine und Jürg Lehmann
Tel. 034 409 06 06 www.moosegg.ch

169788



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:

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

Saucier, m/w
Entremetier, 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 Goring
Telefon 041 392 79 00
info@beaurivage-weggis.ch
www.beaurivage-weggis.ch

Mitglied von *Selection Suisse*
Vereinigung führender
Vierstern-Hotels im Familienbesitz

169821



Wir suchen

Pâtissier/ère in Jahresstelle.

Und bieten gepflegte Ambiance, optimale Arbeitsbedingungen, Sonntag und Montag frei.

Bitte senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen

Wir freuen uns,
Hubert Erni & Stefan Meier

Gasthaus Rathauskeller Erni & Meier AG
Ober-Altstadt 1 Postfach CH-6301 Zug
Telefax 041 712 18 88 Telefon 041 711 00 58
www.rathauskeller.ch
meier@rathauskeller.ch

169844



Top of Zurich!
Das sind wir!

Unser vielseitiger, innovativer, einzigartiger und zukunftsorientierter Seminar-, Bankett- und Ausflugsbetrieb liegt im autofreien Naherholungsgebiet der Stadt Zürich, auf dem wunderschönen Uetliberg.

So abwechslungsreich und vielseitig wie unser Betrieb ist auch die anspruchsvolle Stelle als kreativer, selbstständiger

Chef de Partie - Saucier (m/w)

Sind Sie der Profi am Herd, eine dynamische und flexible Persönlichkeit, die sich gerne neuen Herausforderungen stellt? In unserem aussergewöhnlichen Betrieb erhalten Sie jetzt die Chance, Ihr Können und Fachwissen immer wieder aufs Neue einzubringen.

Eine überdurchschnittliche Entlohnung und trotzdem eine geregelte Arbeits- und Freizeit sind für uns selbstverständlich.

Interessiert? – Dann rufen Sie noch heute unseren Küchenchef **Erich Furrer 044 457 66 66** an.

Wir freuen uns, Sie persönlich kennen zu lernen!

Hotel UTO KULM
Telefon: +41 (0)44 457 66 66
www.utokulm.ch

8143 Uetliberg
Fax: +41 (0)44 457 66 99
utokulm@uetliberg.ch

169842



- ✓ Gemütliches Ambiente mit Liebe zum Detail
- ✓ Unsere Küche ist saisonal, viel regionale Produkte und mit 15 Punkten G/M ausgezeichnet
- ✓ Internationales Weinangebot mit über 650 verschiedenen Weinen, Best of Awards of Excellence
- ✓ Für unsere Gäste bieten wir Lesungen, kulinarische und musikalische Events
- ✓ Im Seminarhaus werden unsere Geschäftsleute verwöhnt
- ✓ Zentral Städtedreieck Zürich, Basel, Bern

In unser junges, aufgestelltes Team suchen wir auf März und April

**Chef de Partie
Commis de Cuisine
ServicemitarbeiterInnen**

Wenn Sie sich in einem innovativen, anspruchsvollen Betrieb, der Sie fachlich wie auch menschlich weiterbildet, wohl fühlen, eine erfolgreich abgeschlossene Berufsausbildung haben, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

Ursula & Albi von Felten
Landhotel Hirschen, 5015 Erlinsbach bei Aarau
Tel. 062 857 33 33 täglich geöffnet

Weitere Infos unter: www.hirschen-erlinsbach.ch

169814

Gesucht: versierte

Geschäftspartnerin

von Gastwirt im besten Alter. Gesucht Gastgeberin. Ganzjahresbetrieb, ländlich gelegen. Möglichkeit auf zwischenmenschliche Partnerschaft auf privater Basis.

Chiffre 169639 an *hotel + tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern.

169639

Hôtel MONTPELIER **, Verbier (16 GM)**

**&
Restaurant «LE HAMEAU», Verbier (14 GM)**

cherchent pour la saison d'été 2006
(du 15./30. 6. 2006 - 20. 9. 2006)

**Secrétaire de réception F/D/E & Fidelo
Stagiaire de réception F/D/E
Chef de partie confirmé
Commis de cuisine
Serveuses/Serveurs
Portier de nuit**

Veuillez s. v. pl. adresser votre offre par écrite avec CV & photo à l'adresse suivante:

Hôtel Montpelier & Restaurant «Le Hameau»
Jürg Brupbacher
Rue du Centre Sportif N° 37
CH-1936 Verbier/Suisse
Fax +41 27 771 61 58

169771

Wir suchen

Barmaid ab 1. April 2006

PALACE EXOTIC NIGHT CLUB
(Cabaret)
Hotel Central Continental
Interlaken
Tel. 033 823 10 33, 079 377 74 70
(Herr Uetz verlangen)

169777

hoteljob

**Votre spécialiste
du placement**

hoteljob
Rue des Terreaux 10
Case postale 7507
1002 Lausanne
Téléphone 021 320 28 76
Fax 021 320 02 64
marie-claire.rossi@hotellesuisse.ch
www.hotellesuisse.ch



167732



Le groupe suisse de produits alimentaires Emmi est le premier producteur de fromages et de produits frais en Suisse. Pour soutenir notre équipe de vente aux restaurateurs de la région Suisse Romande, nous recherchons une personnalité entreprenante pour être notre futur(e)

**Conseiller/ère spécialisé/è
en restauration collective
«Foyers & hôpitaux» en
Suisse Romande**

Votre mission

- Vous mettez en place et assurez le suivi du service « care & fresh by Emmi » et vous développerez la présence d'Emmi dans le segment de clientèle « Foyers & hôpitaux » en Suisse occidentale
- Vous conseillerez les clients au plan technique sur les possibilités d'application de tout l'assortiment Emmi
- Vous élaborerez des concepts d'offres et des promotions pour et avec les clients
- Vous développerez des recettes personnalisées pour les clients et vous en calculerez les prix
- Vous assurerez un soutien lors de salons professionnels et vous dispenserez des formations dans des organisations / associations
- Vous surveillerez en permanence les tendances du marché et les évolutions sur le segment de clientèle visé

Ce que vous apportez

- Titulaire d'un CFC de cuisinier/ère, vous avez suivi une formation complémentaire de cuisinier/ère en diététique
- Vous disposez de connaissances approfondies dans le domaine de l'alimentation ou du conseil en alimentation
- Vous êtes au bénéfice de quelques années d'expérience professionnelle en tant que cuisinier/ère en hôpital ou en foyer
- Vous maîtrisez l'utilisation d'un PC (MS Office)
- Vous avez une très bonne maîtrise du français (langue maternelle si possible) et de l'allemand
- Vous travaillez de manière autonome et ciblée en restant à l'écoute du client

Ce que nous proposons

Un domaine d'activité intéressant offrant une large autonomie et des perspectives d'avenir dans une entreprise suisse innovante et active à l'international. Cette fonction variée suppose de très nombreux déplacements, au cours desquels vous aurez la possibilité de faire valoir vos qualités techniques et humaines dans un environnement de travail dynamique.

Merci de nous faire parvenir votre dossier de candidature complet par courrier postal.

Emmi, Christine Blum, Service du personnel, Habsburgerstrasse 12, 6002 Lucerne
Téléphone: 041 227 26 79; e-mail: christine.blum@emmi.ch
Vous trouverez des informations complémentaires sur le groupe Emmi à l'adresse www.emmi.ch

169832

La Bourgeoisie de Sierre cherche pour le printemps 2007

**Locataire pour la remise en exploitation
de L'Hôtel de la Poste à Sierre**

Bâtiment historique au centre ville, complètement et entièrement transformé aux normes 3* et comprenant:

1 café entièrement rafraîchi en gardant le cachet de l'ancien café de la poste comprenant

- au bistrot, brasserie 50 places
- au restaurant une salle à manger brasserie 60 places
- une terrasse dans le jardin de 50 places

Une partie hôtel

(13 chambres doubles, 1 triple et 1 single)

- une réception avec salon et vestiaire
- un salon au 1^{er} et 2^e étage

Nous désirons voir se développer dans le vieux Bourg de Sierre notre établissement offrant une cuisine soignée et inventive de style brasserie.

Nous cherchons pour ce faire une personne ou un couple avec solide expérience, maîtrise de l'hôtellerie et de bonnes connaissances du marketing et du tourisme.

Vous avez ce profil et vous désirez développer et mettre à disposition vos connaissances? Envoyez vos offres avec: curriculum vitae, diplômes, certificats de travail ainsi que vos expériences professionnelles détaillées avec références à la Bourgeoisie de Sierre, Av. du Rothorn, 3960 Sierre, jusqu'au 10 mars 2006.

169836



**TESSIN
GARTEN-HOTEL
VILLA MARGHERITA**

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**

Chef de Partie/Chef-Stellvertreter

und

Chef de Partie/Tournant

zur Ergänzung unseres Teams.
Schöner Arbeitsplatz in kleiner Brigade.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Zeugniskopien und Foto.
Frau M. Porretti, **Hotel Villa Margherita**
CH-6935 Bosco Luganese

169757



Catering and Restaurants at its best!

Sind Sie jung, begeisterungs- und teamfähig?
Das Kochen und Verwöhnen einer gehobenen Kundschaft ist eine Leidenschaft für Sie?
Sie sprudeln vor Kreativität sowie vor raffinierten und 'ausgekochten' Ideen, die Sie in Ihrer persönlichen Entwicklung und uns als Unternehmen weiterbringen?

Dann herzlich willkommen bei Berchtold Catering als

**Chef production
Chef de partie
Commis de cuisine**

Wir sind ein junges, dynamisches Gastronomieunternehmen im schönsten Fussballstadion der Schweiz im St. Jakob-Park in Basel.

Bei uns erhalten Sie die Möglichkeit die kulinarische Verpflegung von Anlässen in und ausser Haus für bis zu 2000 Personen hautnah mitgestalten zu können.

Wir freuen uns auf ihre Bewerbung an:

Berchtold Catering AG
Herr Lorenz Bönickle
St. Jakobsstrasse 395
4052 Basel
Tel. 061 375 11 63

169807



Für unser lebhaftes Restaurant mit Terrasse auf der Seepromenade von Ascona suchen wir nach Vereinbarung:

**- freundliche/n ServicefachmitarbeiterIn
- Jungkoch**

Gefordert werden nebst Fachwissen auch Einsatzbereitschaft und Flexibilität.
Wir freuen uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Familie Witzig, Hotel Tamaro, Piazza Motta, 6612 Ascona
ascona@hotel-tamaro.ch, Tel. 091 785 48 48

169770

Mehr brauchen Sie nicht.

Die **htr** stellen *revue* bietet jede Woche den grössten Stellenmarkt der Branche. Hier finden Sie die besten Fachkräfte.



Inserieren und Abonnieren:
Tel.: 031 370 42 42, Fax: 031 370 42 23
insertate@htr.ch, www.htr.ch



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

Hotel Cacciatori Cademario
Ticino
www.hotelcacciatori.ch

Für unser Hotel & Spa (50 Betten) mit bekanntem Spezialitätenrestaurant ob Lugano suchen wir ab 1. April bis Ende Oktober oder nach Vereinbarung:

Chef Saucier mit Erfahrung
Restaurationskeller/-tochter
Chef de rang
Commis de rang
Receptionistin D/F
Zimmer-/Lingeriemädchen

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Foto:
Fam. A. Erni Hotel Cacciatori 6936 Cademario
E-mail: info@hotelcacciatori.ch
Tel. 091 605 22 36 Fax. 091 604 58 37

www.rssc.com

RADISSON SEVEN SEAS CRUISES

MS PAUL GAUGUIN • MS SEVEN SEAS MARINER • MS SEVEN SEAS VOYAGER • MS SEVEN SEAS NAVIGATOR

We presently invite applicants to apply for the following vacancies

ITALIAN AND FRENCH CHEFS DE RANG (M/F)
SOMMELIERS (M/F)
CHEF DE PARTIE
CHEF DE PARTIE PATISSIER
CHEF PATISSIER

Radisson Seven Seas Cruises is an award winning and leading luxury cruise line. The vessels are constantly ranked amongst the best in the world and the service and cuisine is known to be outstanding. We are currently recruiting for true professionals for upcoming vacancies during spring and summer 2006. If you wish to work with a very professional product and to give personalized service on the finest vessels afloat we look forward to hearing from you soon. Personal interviews will be held in Switzerland in the spring time.

Kindly send your application including your updated resume and a recent photograph to:

V. Ships Leisure
Hotel Crew Department
P.O. BOX 639
MC 98013 MONACO
E-mail: hotel.crew@vships.com

HOTEL MIRTO au LAC BRISSAGO

Für die kommende Sommersaison 1. April bis 20. Oktober 2006 suchen wir noch folgende motivierte Mitarbeiter:

Kellner
Serviertochter
Tourante für
Büffet-Reception
Commis de cuisine

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

P. & M. Uffer
Hotel Mirto au lac, 6614 Brissago
www.hotel-mirto.ch

Albergo Rivabella - Morcote
Cerchiamo per stagione estiva:
Cameriere/a
Lingue I/T
Cameriere lingue I/T +
ca. 50% a oro
Perditempo astenersi.

Telefonare al **091 996 13 14**
signor Sigrist

ARCADIA

HOTEL RESTAURANT ARCADIA
6612 Ascona

nahe Golf, Lido und Piazza.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir für die Sommersaison 2006 (Mitte März bis Ende Oktober) eine

Servicemitarbeiterin
für unser Restaurant mit Terrasse.
Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Fam. M. Bolz
Hotel Arcadia
Via Patrizia 47
6612 Ascona
Tel. 091 791 10 15

CB

HOTEL CASA BERNO ASCONA

Member of
swiss golf hotels

Wir suchen für die lange Sommersaison 2006 (Mitte März bis Ende Oktober) folgende Mitarbeiter:

Administration Stellvertreterin (Réception/Service) im ***Hotel Arancio
Hotelpraktikantin (für Réception/Service)

Hauswirtschaft Hilfsgouvernante/Tournante (gelernte Hofa mit Berufserfahrung)

Restaurant Restaurationskellner/in (gute Deutschkenntnisse)

Küche Commis Pâtissier

Bitte richten Sie Ihre Offerte mit Zeugniskopien und Foto an:

Pierre Goetschi, Dir.
Hotel Casa Berno
6612 Ascona
Tel. 091 791 32 32
E-Mail: hotel@casaberno.ch Internet: www.casaberno.ch

htr STELLENVERMITTLUNGEN

www.jobs-hotel.ch

TOP Stellenangebote

Tel. 081 382 21 57

CONTINENTAL PARKHOTEL
www.continental-parkhotel.com

Zur Ergänzung unseres Teams sind noch folgende Stellen frei:

Front-Office Mitarbeiter/in
Servicefachmitarbeiter/in
Commis de salle (auch Anfänger/in)

Bewerbungen bitte an:
Continental Parkhotel
Edgar Fassbind
Via Basilea 25
6900 Lugano
www.continental-parkhotel.com

Fach- und Kaderstellen-leuten
Professionnels et cadres - emplois et personnel
Professionalisti et quadri - posti e impiegati

WWW.GASTRONET.CH

044 225 80 90
GASTRONOMIE - HOTELLERIE

WANTED! For First Class Restaurant in CANADA:

HEAD PASTRY CHEF
mit abgeschlossener Lehre als Bäcker/Konditor

SOUS-CHEF TOURNANT
mit einigen Jahren Berufserfahrung als Sous-Chef

CHEF DE PARTIE
mit einigen Jahren Berufserfahrung als Chef de Partie

CHEF DE RANG
Sie verfügen über Berufserfahrung in erstklassigen Hotels/Restaurants. Sie sind kreativ, dynamisch, flexibel und sprechen gut Englisch.
Alter bis max. 35. Vertragsdauer ca. 12 Monate.
Wir freuen uns auf Ihre komplette Bewerbung:

1291jobs.com - S. Solenthaler
Chileacherstrasse 11
CH-5272 Gansingen
Telefon +41 62 875 0446
E-Mail: solenthaler@1291jobs.com

STELLENVERMITTLUNGS & UNTERNEHMENSBERATUNGS
BÜRO METRO

Postfach 1479 CH 8065 Zürich
Domizil: Talackerstrasse 11,
CH 8152 Glattbrugg
Tel: +41(0)44 2014110 Fax: +41(0)44 2021646
W-Mail: metroch@atglobal.net

AUSLANDERFAHRUNGEN, ein wichtiger Schritt in Ihrer jungen Karriere. Seit 1948 unser Anliegen und unsere Stärke.

ENGLAND, KANALINSELN, SCHOTTLAND, IRLAND:
Commis de Cuisine, Chef de Parties
Commis de Rang, Chef de Rang
Pâtissiers, Housekeepers,
ReceptionistenInnen

KREUZFAHRTSCHIFFE:
Executive Housekeeper
Corporate Pastry Supervisor
Executive Sous Chef
Barmanager

CHÂTEAU DE MONTCAUD
près d'Avignon, à 3 heures sud de Genève
www.chateau-de-montcaud.com

Je cherche pour compléter une équipe jeune, dynamique et internationale du 10 avril à fin octobre 2006

Réceptionnistes (f ou m)
bonne connaissance du français et expérience hôtel 4/5 étoiles indispensables

Chefs de rang
Serveuses et serveurs

Chefs de partie
Commis de cuisine

Envoyez CV & photo par courrier, fax, e-mail en indiquant votre disponibilité pour un entretien en Suisse entre le 6 et 10 mars

Rudy W. Baur
CHÂTEAU DE MONTCAUD
F-30200 Sabran - Bagnols/Cèze
Fax: 0033(0)4 66 89 45 04
e-mail: montcaud@relaischateaux.com

RELAYS & CHATEAUX

New Challenge
Hotel + Gastro-Personalvermittlung

Je nach Aus/Weiterbildungs- und Erfahrungsmöglichkeiten bieten sich interessante Möglichkeiten in folgenden Positionen an. Arbeitsorte Zürich und Umgebung.

Betriebsassistent
(Jungkaderposition, ideal für Fachleute mit 3-5 Jahren Berufs- und ev. ersten Führungserfahrungen)

Teamchef Food
(Idealer Kadereinstieg für extrovertierte Persönlichkeiten, die den Gästekontakt und frontorientierte Perspektiven suchen, Kochausbildung + einige Jahre Berufserfahrung)

Sous-Chef's
(gehobene, kreative Regionalküche bis Gourmet oder internationale Küche: a la carte, Bankett & Catering)

Pâtissier
(Konditor mit Hotelerfahrung oder Pâtissier mit Erfahrung in der Herstellung von Konfekt.)

Koch/ Köchin 50%
(gehobenes a la carte Konzept Zürich Nord)

Chef de Rang Tournante
(Springeraufgabe: sehr gepflegter a la carte Service und gehobener Bar-Service, Idealalter 20 bis 25 J.)

Réception
(Nebst der Ausbildung wird ein, zwei Jahre Berufserfahrung in der Stadthotelserie erwartet.)

Interessiert? Dann freue ich mich auf Ihren Anruf oder Ihre Bewerbungsunterlagen.

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

Spigalina, Lenox, Massachusetts
Zagat rated Mediterranean Restaurant
Young, energetic team
seeking for May to October '06

Chef de Partie

Send CV with photo to
Spigalina Restaurant, 80 Main Street,
Lenox, MA 01240, USA
or spigalina@verizon.net

Bin eine Gastgeberin mit viel Freude und Erfahrung und suche auf den Sommer einen

neuen Wirkungskreis
(auch Teilzeit mögl.) in einem kleinen, charmanten Hotel in den Bergen.
(43, D, E, wenig F)
am-ur@hotmail.com

Praktikum/ Assistenz
Lehrerin (30J.) mit 2-jähriger Erfahrung in der Hotel- und Seminarhausküche sucht Weiterbildungsmöglichkeit im Bereich **Kochen**.
Region Ostschweiz, Zürich, Basel.
Tel. 079 765 75 29

htr IMAGE

WIRTEPRÜFUNG!
Sie möchten Ihre Zukunft sichern und mehr Geld verdienen? Unser moderner Fernkurs führt Sie direkt zum Ziel - ein Lokal! unter Ihrer Führung. Interessiert? Senden Sie noch heute den Coupon ein.

WIRTE-COUPON
GASTROWIRT AG
Badenerstrasse 678, 8048 Zürich

Name: _____
Strasse: _____
PLZ/Ort: _____
Beruf: _____ Alter: _____
Tel.: _____ Htr

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: Inis Strebel
Anzeigenverkauf / Vente des annonces: Oliver Egloff (Anzeigenleiter), Marc Moser
E-Mail: inserte@htr.ch

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

- Frontseite / Première page: Fr. 1,67 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Direktion / Direction Fr. 1,60 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Kaderangebote / annonces cadres / Tourismus Fr. 1,57 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Stellenausschreibungen / Offres d'emploi: Fr. 1,46 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Stellengesuche / Demandes d'emploi: Fr. 1,43 (exkl. MwSt. / TVA incluse)
- Zuschlag Aufschaltung Internet Fr. 25,- pro Woche/Anzeige

Termine:

- Ausgabe	Nr. 8/2006	Nr. 9/2006	Nr. 10/2006	Nr. 11/2006
- Erscheint	23. 2. 2006	2. 3. 2006	9. 3. 2006	16. 3. 2006
- Anzeigenschluss	20. 2. 2006	27. 2. 2006	6. 3. 2006	13. 3. 2006
- Wiederholungen	20. 2. 2006	27. 2. 2006	6. 3. 2006	13. 3. 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.