

**Zeitschrift:** Hotel- + Tourismus-Revue  
**Herausgeber:** hotelleriesuisse  
**Band:** 113 (2005)  
**Heft:** 48

## Heft

### Nutzungsbedingungen

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

### Conditions d'utilisation

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

### Terms of use

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

**Download PDF:** 21.06.2025

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

# hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE UND TOURISMUS

Avec cahier français



AKTUELL

**Bernhard Schweizer** | Der Dozent der Hotelfachschule Thun zu Gastfreundschaft und Umgang mit Mitarbeitern.



GASTRONOMIE

**Igeho-Schlussbilanz** | Der Mix der Igeho 2005 wird gemäss einer Aussteller-Umfrage als geglückt und förderlich gewürdigt.



FOKUS

**Kaffee** | Gastrotaugliche Kapselmaschinen, Frühstückskaffee und Neues der World of Coffee 2006.



KOMMENTAR

## Auch kleinere Hotels können mitmischen

Christine Künzler

■ **Medical-Wellness bringt Hoteliers und Destinationen Gäste, denn Gesundheitsprävention entwickelt sich zum Megatrend. Das haben auch die Referenten am Tourismustag der Zentralschweiz aufgezeigt. Doch Medical-Wellness – Wellness, angereichert mit medizinischen Behandlungen, die der Gesundheitsprävention dienen – eignet sich nicht für alle Betriebe und Destinationen: Nicht allen Hoteliers wird es möglich sein, mit medizinischen Fachkräften zusammenzuarbeiten und die notwendige Infrastruktur zur Verfügung zu stellen.**

**Kleinere Hotels und Destinationen haben aber andere Möglichkeiten, vom Megatrend Gesundheit zu profitieren. Indem sie zum Beispiel auf die intakte Natur setzen, spezifische Packages wie Alpine oder Nordic Walking, Meditation im Freien, Wandern oder Ähnliches schnüren. Wichtig ist, dass die Angebote gezielt als Gesundheitsprävention vermarktet werden. Vorausgesetzt, sie sind ganzheitlich: Gastfreundschaft, individuelle Betreuung, Genuss und gesunde Ernährung inklusive. Auch soll der Hotelier selber Gesundheit vorleben.**

**Gesundheit kann auch im puristischen Sinne verstanden werden. Das heisst: ein Hotelier kann mit seinem kleineren Betrieb auf Einfachheit setzen; denn preisgünstigere Angebote im Bereich Gesundheitsprävention sind gefragt.**

**Der Hotelier hat aber auch eine ganz andere Möglichkeit: Er setzt auf den Gegenteil des Gesundheitsbooms und besetzt damit eine Marktlücke: «Kleine Betriebe in einer Gesundheitsdestination können beispielsweise Wiener Schnitzel anbieten», rät Stephan Sigrist vom Gottlieb Duttweiler Institut.**

Siehe auch Seite 14

Euro 08

## Eine Chance für die Schweiz

■ **Politiker und Leistungsträger diskutierten am Dienstagabend über die Euro 08. Dass das Sport-Event eine Chance für die Schweiz ist, waren sie sich einig.**

Christine Künzler

Zu diskutieren gab aber der Kredit, den der Bundesrat sprechen muss: Er hat sich von 3,5 Mio. Fr. – basierend auf Berechnungen im Jahr 2002 – auf 92 Mio. Fr. gesteigert. Ob der Bundesrat soviel sprechen wird, bleibt offen. Eingeladen hatte zur Vorstellung des Projekts die Parlamentarische Gruppe für Tourismus und Verkehr sowie die Parlamentarische Gruppe für Sport. Dass so viele National- und Ständeräte teilgenommen haben, wertet die Direktorin des Schweizer Tourismus-Verbands, Judith Renner-Bach, als «grosstes Interesse seitens der Politik.» Auch für die STV-Direktorin gibt es bezüglich Budget «noch einiges zu diskutieren.» So sind 10 Mio. Fr. als Reserve vorgesehen. Fraglich sei für sie auch der Bundesbeitrag von 5 Mio. Fr., den die SBB verlangen: Jedes Euro-Ticket enthält ein 36-Stunden-GA, das die SBB 18 Fr. kostet. Daran sollen sich Bund und Uefa beteiligen.

Siehe Seite 6



■ **In diesen vier Stadien wird die Euro 08 ausgetragen:** (von links oben nach rechts unten) Basel, Bern, Zürich (noch im Bau) und Genf. Die Schweizer Bevölkerung trägt dieses grösste Sport-Event mit, wie eine Umfrage zeigt. Fotos: zvg

Fewo-Offensive

## Der E-Markt ist auf Kurs

■ **Die Arbeiten am schweizerweitesten Projekt E-Markt für Ferienwohnungen schreiten planmässig voran, wie Reka-Vizedirektor Roland Lymannt betont. Die Verträge mit den wichtigsten Playern im Ferienwohnungssegment – Reka, Interhome, STC, Desklina, Tomas und Tiscover – sind unter Dach. Aber auch das Design der gemeinsamen Website, die Schweiz Tourismus am nächsten Ferientag aufschaltet und anschliessend betreibt, liegt vor.** TL/DST

Siehe Seite 3

## Hotel-Sterne beweisen die Klasse

■ **Die Klassifikationsrunde 2005 zeigt: In 4- und 5-Sterne-Hotels sind zahlreiche innovative Projekte realisiert worden. Ein Teil der Mittelklasse-hotels gerät zunehmend unter Druck.**

Die Anzahl klassierter Hotels hat von 2303 im Vorjahr auf 2218 abgenommen. Der Rückgang fand in erster Linie bei den 2- und 3-Sterne-Häusern statt. Anders im 4- und 5-Sterne-Segment: Die erheblichen Investitionen von Besitzern einzelner Erstklass- und Luxusbetriebe sowie renommierter Hotelketten hätten dazu geführt, dass die Anzahl Hotels

in diesem Segment praktisch unverändert blieb, stellt hotelleriesuisse fest. Am 1. Januar 2007 tritt die revidierte Schweizer Hotelklassifikation in Kraft. Ihre ersten Trends lassen sich bereits erkennen: Standardnormen können neu nicht mehr kompensiert werden; dies führt dazu, dass Hotels, welche die Minimalnormen nur knapp erfüllen, die Kategorie nicht mehr halten können. Die neuen Superior-Kategorien sind vor allem bei 3- und 4-Sterne-Hotels sehr beliebt; grosse Anstrengungen werden unternommen, sie zu erreichen. KJV

Siehe Seite 9

Abstimmungen

## Der dritte Erfolg in Serie

■ **Aufatmen bei den Branchenverbänden: Die Schweizer und Schweizerinnen haben am Wochenende dem Sonntagsverkauf in den Flughäfen und den 25 grossen Bahnhöfen zugestimmt – wenn auch nur knapp mit 50,6 Prozent. Damit ist nach den beiden europapolitischen Vorlagen zum Schengen-Visum und zur erweiterten Personenfreizügigkeit auch die dritte Abstimmung in diesem Jahr, die aus Sicht des Tourismus wichtig ist, im Trockenen.** TL

Siehe Seite 4



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

**HOTEL KREDIT SGH®**  
2,5%  
3 Jahre fest

SCH SGH SCA  
Telefon 01 209 16 16 www.sgh.ch

ILLY CAFE AG 8800 THALWIL www.illycafe.ch

Ihr Erfolg ist unser Ziel

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

**Damit erhalten Sie weltweite Be8ung.**

In guten Häusern zu Hause:  
Suite von  
Check-In Data 01 701 96 96

**CHECK IN DATA**  
www.checkindata.com



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

Top-Platzierung inklusive! Buchen?

Tel. 031 370 42 42  
inserate@htr.ch

### htr AUS DEM INHALT

#### Die Schweiz ist für Euro 08 6

Die Schweizer Bevölkerung steht hinter der Euro 08 und wertet sie als Chance, die Schweiz im Ausland positiv darzustellen. Das zeigt eine Befragung des Forschungsinstituts für Freizeit und Tourismus.

#### Glutenfreies Essen 11

Von Zöliakie Betroffene meiden ein Essen ausser Haus. Denn oft stossen sie in der Gastronomie auf Unverständnis. Die finnische Moilas und die Zürcher Sarys SA bieten glutenfreies Essen.

#### Vier neue Michelin-Sterne 12

Der Guide Michelin Schweiz 2006 verteilt vier Restaurants einen neuen Stern. Drei davon gehen in die Westschweiz und ins Wallis, einer kommt nach Zürich. Neu gibt es zudem die Kategorie «Hoffnungsträger».

#### «Megatrend» Gesundheit 14

Das Thema des Zentralschweizer Tourismustags war: «Megatrend Gesundheit – ein lukratives Feld für den Tourismus?». Die Umsetzung der Gesundheitsprävention gab viel zu diskutieren.

#### Die rentabelsten Hotels 19

Die Grand Hotels Bad Ragaz sind in Bezug auf ihre Wirtschaftlichkeit die absoluten Spitzenreiter der Branche: Zu diesem Schluss kommt eine umfassende Analyse der Hotel-Geschäftsabschlüsse.

#### Erfolgreicher Freizeitpark 21

Niemand hätte bei der Gründung vor 30 Jahren auf den Erfolg des Freizeitparks Rust gewettet. Heute ist er ein führender Erlebnispark. Jeder fünfte Gast kommt aus der Schweiz.

### htr CAHIER FRANÇAIS

#### Hotelklassierungen CF 1

Die Anzahl der 3-Sterne-Hotels nimmt ab, diejenige der 4- und 5-Sterne-Hotels hält sich konstant. Dies ist eine der Feststellungen zur Hotelklassierung die der Verband hotellerieuisse heute bekannt gibt.

#### Eine neue Spiegelbar CF 2

Für 800 000 Franken hat sich das Swissôtel «Metropole» in Genf eine neue Bar geleistet. Sie ist in Rot und Grau gehalten und mit vielen Spiegeln dekoriert. Das Konzept stammt von Fiona Pont.

#### Animation im Hotel CF 5

Das hervorragende Animationsprogramm eines Hotels hilft mit, dass man von diesem Hotel spricht. Eine Möglichkeit sind Themenabende zu den Ländern, aus denen die meisten Gäste dieses Hotels kommen.

#### Das Café «Gothard» CF 6

Nach 18 Monaten Umbau ist die berühmte Fribourger Institution, das Café «Gothard», wieder eröffnet worden. Marie-Rose Holenstein darf sich wieder um ihre Gäste kümmern.

### STANDPUNKT

## Wundermittel «Destinationsen»

Marcella Maier\*

■ *Es ist uns lange gut gegangen, uns allen in der Schweiz und auch in den Nachbarländern, und damit auch unserem Tourismus. Dann plötzlich ist die Wirtschaft krank geworden. Auch der Tourismus als Teil der Wirtschaft ist ein Patient geworden. Um sein Krankenbett haben sich Doktoren und Professoren vereinigt, und sie haben beraten, Konsiliargespräche geführt, Rezepte angepriesen und Medikamente. Zwar kann jeweils der Winter mit viel Schnee und Sonnenschein dem Patienten Besserung bringen – Schnee und Sonnenschein sind nun einmal gesund.*



*Aber die Ärzte und Professoren runzeln die Stirn und stellen dem armen Patienten schlechte Prognosen. Es hagelt gute Ratschläge, Medizinien und Kuren werden verschrieben. Die Wissenschaft wird auf den Plan gerufen, mit Akribie wird der Patient untersucht, und es werden Theorien für seine Genesung aufgestellt. Dem Patienten Tourismus werden Behandlungen und Diäten verordnet – ob sie wirklich helfen, wird man dann irgendwann einmal sehen.*

*Eine solche Behandlung, die Wunder wirken soll, wird jetzt von mehreren Seiten wärmstens empfohlen. Sie heisst: Destinationsen.*

*Nichts gegen die Idee, dass sich gewisse Orte zu einer Region zusammenschliessen und Aktivitäten gemeinsam planen und umsetzen.*

*Mehrere Orte miteinander können ja sicher ein breiteres Angebot präsentieren, und es ist dann nicht nötig, dass jeder einzelne Ort alles und jedes in der sportlichen, kulturellen und der Erholung dienenden Infrastruktur zur Verfügung stellen muss. Sicher können auch administrative Abläufe gemeinsam vereinfacht und verbilligt werden – das gilt besonders für kleinere Orte. Und dann das Vermarkten!*

*Wie bringt man ein schreckliches Wort, wenn es um Lebendiges geht, um Landschaft und Natur mit ihren Menschen darin. Aber das Wort hat sich eingebürgert, und so mag es dabei bleiben. Auch da – eine Region mit ihrer ganzen Vielseitigkeit anbieten, ist sicher eindrücklicher und einprägsamer.*

*Einen Versuch ist das Projekt wert. Wichtig wird sein, das Besondere der einzelnen Orte gleich gut wie das Gesamte zu «vermarkten».*

\* Marcella Maier ist Journalistin und Buchautorin. Für ihr kulturelles Engagement wurde sie im Jahr 2005 mit dem Kulturpreis der Gemeinde St. Moritz geehrt.

Bernhard Schweizer

# «Fokus aufs Produkt ist zu stark»

■ **Dienstleistungsbereitschaft ist das Fundament, um Geld zu verdienen.** Davon ist Bernhard Schweizer, Dozent an der Hotelfachschule Thun, überzeugt. Er verweist auf andere Branchen, die gemerkt haben, dass sich alles um den Mensch und nicht ums Produkt dreht.

Gudrun Schlenzcek

#### ► Wie gastfreundlich sind die Schweizer eigentlich?

In unserer tiefsten Seele sind wir sehr gastfreundlich. Wir müssen das nur wieder nach vorne holen. In der breiten Masse wird der Dienstleistungsgedanke jedoch nicht so gelebt, wie es sein sollte. Ich habe als Konsument manchmal das Gefühl, ich sei nicht willkommen. Was mir manchmal fehlt, ist das Leuchten in den Augen, das innere Feuer.

#### ► Warum ist das so? Eigentlich kann sich das Gastgewerbe diese Unfreundlichkeit doch nicht leisten...

Ich spreche hier nicht ausschliesslich vom Gastgewerbe. Der Fokus auf das reine Produkt ist allgemein oft noch zu stark. Der Kunde sollte im Mittelpunkt stehen und darum herum die Leistung aufgebaut werden.

#### ► Ist das in anderen Branchen anders?

Gerade bei Banken und Versicherungen merkt man zunehmend, dass die Produkte an sich austauschbar sind. Man versucht, neue Wege zu gehen. 90 Prozent meiner Beratungskunden sind nicht aus dem Gastgewerbe. Im Gastgewerbe besteht oft eher die Haltung: «So eine Beratung kostet ja was». Das Gastgewerbe kann hier von anderen Dienstleistungsbereichen, von Banken bis Privatspitalern, lernen.

#### ► Wie wichtig ist die materielle Gastfreundschaft im Vergleich zur immateriellen?

Im Zentrum steht für mich nicht mehr das Produkt, also Essen und Trinken, denn das wird vorausgesetzt, sondern Wertschätzung und Lebensgefühl. Wenn der Geschäftsführer einer Pizzeria eines Abends seine Krawatte abzieht und als Schweizer Pizzaiolo-Meister Pizze-Akrobatik seinen Gästen vorführt, wie ich es in Thun erlebte, dann spricht man noch lange davon. Das ist Entertainment zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort.

#### ► Was muss ein Gastwirt machen, um seinen Mitarbeiterstab gastfreundlich zu trimmen?

Die Führungskräfte müssen Dienstleistung vermehrt vorleben. Es braucht den Willen zur Veränderung und den Mut, vielleicht auch mal den einen oder anderen Mitarbeiter gehen zu lassen, wenn sich diese nicht als echte Gastgeber eignen. Grundsätzlich sollten die



■ Bernhard Schweizer. Der gelernte Koch und Kellner ist überzeugt: «Ich muss erst gastfreundlich sein, um dann Geld zu verdienen»  
Foto: Gudrun Schlenzcek

Arbeitgeber besser mit ihren Mitarbeitern umgehen und den Lohn rechtzeitig zahlen. Den Mitarbeiter muss man so behandeln, wie man selber behandelt werden möchte. Der Gastronom hat zwei Bezugsgruppen: Die vor und die hinter dem Tresen. Beide sollten gleich behandelt werden

«DER GASTRONOM HAT ZWEI BEZUGSGRUPPEN: DIE VOR UND DIE HINTER DEM TRESEN.»

► Das heisst, dass der Betriebsleiter auch mal selber Bier ausschenken soll? Absolut. Ich muss als Kader sehen und spüren, wie es meinen Mitarbeitern, meinen Gästen geht. Also ein «Management by walking around», wie es Tom Peters bereits 1984 empfahl. Der Markt passiert dort, wo der Mensch ist. Ein Manager sollte sicher ein Drittel der Arbeitszeit beim Kunden verbringen. Und aus den Erfahrungen sein Dienstleistungsmanagement, sein Marketing ableiten. Kernfragen sind hier: Welche alten Gepflogenheiten müssen über den Haufen geworfen werden? Was

fehlt dem Gast, wenn es mich auf dem Markt nicht gibt? Was empfindet überhaupt der Gast?

► Geld verdienen und Gastfreundschaft: Schliesst sich das nicht ein bisschen aus? Nehmen wir unser Nachbarland Österreich als Beispiel: Acht von neun reisen dorthin, weil sie die Österreicher als gastfreundlicher, persönlicher und leidenschaftlicher empfinden. Wenn das die Meinung der Gäste ist, ist das für mich betriebswirtschaftlich relevant.

► Dass sich Gastfreundschaft auszahlt, ist klar. Aber wie bringt man echte Gastfreundschaft und Verkaufsambitionen unter einen Hut? Gerade die Gastfreundschaft ist es, womit man Kunden bindet. Ich muss erst gastfreundlich sein, um dann Geld zu verdienen. Nicht umgekehrt. Wenn ich dienstleistungskompetent bin, kommen die Gäste. Wenn ich sie nur zufrieden stelle, dann bin ich einer von vielen.

► Überfordern nicht diese vielen Anforderungen im Marketing und Management einen Wirt? Ein zeitgemässer Führungsstil geht weg von der reinen Produktesicht hin zur

humanen Sicht, zu sozial weichen Strukturen. Die Kochlehre wird häufig abgebrochen. Sie wird nicht aus Faulheit abgebrochen, sondern weil die zwischenmenschlichen Strukturen in den Betrieben nicht stimmen. Ich kenne einen Klempnermeister, der mit seinen Mitarbeitern Knigge-Kurse, Theater und Oper besucht. Der Erfolg gibt ihm Recht. Denn wenn ein Klempner keine Umgangsformen beherrscht, spricht sich das schnell herum.

«EIN MANAGER SOLLTE SICHER EIN DRITTEL DER ARBEITSZEIT BEIM KUNDEN VERBRINGEN.»

► Das klingt alles prima. Das Gastgewerbe hat jedoch einen weit grösseren Zeit- und Kostendruck als andere Branchen...

Das muss nicht immer teuer sein. Man kann zum Beispiel teambildende Kochabende veranstalten. Oder ausländische Mitarbeiter ihre eigene Küche für die Kollegen zelebrieren lassen. Auch das ist teambildend. Man kann sehr viel aus den eigenen Reihen heraus machen. Wissenstransfer innerhalb der Branche ist gefragt. Es braucht nicht immer den externen Trainer, der was kostet. Es wird sehr viel in die Infrastruktur investiert. Ich bin der Meinung, es wird noch zu wenig in die Mitarbeiter investiert.

► Wie viel Prozent vom Umsatz sollte man in die Mitarbeiter investieren? Da kenne ich keine offizielle Zahl. Aber vielleicht wäre die Grössenordnung von einem Prozent, wie das Kulturprozent der Migros, realistisch.

► Hat echte Gastfreundschaft im Zuge der «Geiz-ist-geil»-Welle überhaupt noch die Bedeutung?

Wenn alles nur über den Preis gehen würde, gäbe es heute in ganz Europa noch einen Brillenanbieter, der von sich behauptet, der billigste zu sein. Es gibt aber noch viele anderen Optiker, die sich in erster Linie durch ihren Service abheben. Billig ist nicht mit einem Verzicht auf Dienstleistung gleichzusetzen. Der Kunde erwartet einen dem Preissegment angemessenen Service.

### Bernhard Schweizer

■ Bernhard Schweizer lernte Koch, Kellner und Bartender. Er wirkte als Küchenchef sowie Maître d'Hotel und absolvierte die Hotelfachschule Thun. Nach Ausbildungen im Verkauf, in der Kommunikation und im Neurologischen Programmieren arbeitete er als Restaurateur und Personalberater. Heute ist er Schweizer Fachdozent für Gästebetreuung, Verkauf und Rhetorik an der Hotelfachschule Thun. Mehr unter: [www.gastfreundschaft.ch](http://www.gastfreundschaft.ch) GSG

## Elf Q III-Betriebe ausgezeichnet Bauen erlaubt Die 25 besten Winterhotels der Schweiz gekürt

■ **Qualitätsgütesiegel Q III.** Luzern Tourismus, Vierwaldstättersee Tourismus und Basel Tourismus konnten in der vergangenen Woche mehrere Betriebe mit dem Qualitätsgütesiegel der Stufe III auszeichnen. Es sind dies: Art Deco Hotel Montana, Luzern; Romantik Hotel Wilden Mann AG, Luzern; Jugendstil-Hotel Paxmontana, Flüeli-Ranft; Park Hotel Vitznau, Vitznau; Rotta Auto AG, Ruswil; SHA Seminarhotel am Ägerisee, Unterägeri; BDWM Transport AG, Bremgarten; Cob-

■ **Park Hotel Weggis.** Das 5-Sterne-Hotel am Vierwaldstättersee kann sein Angebot um zehn Luxus-Suiten und einen Badetempel erweitern: Wie das Unternehmen mitteilt, hat das Luzerner Verwaltungsgericht die Beschwerde eines Nachbarn abgelehnt. Die Richter hätten in der Urteilsbegründung festgestellt, dass sich der Einspruch «in allen Punkten als unbegründet» erwiesen habe. Damit werde die von der Gemeinde erteilte Baubewilligung rechtskräftig. **HRF**

■ **Rating.** Die Wirtschaftszeitung «Cash» hat zum vierten Mal die «25 besten Winterhotels der Schweiz» gekürt. Der «Lenkerhof» (Lenk), das «Kulm» (St. Moritz) und die «Riffelalp» (Zermatt) belegen die ersten drei Plätze – alle wie bereits ein Jahr zuvor. «Cash» schreibt, im obliegenden «Lenkerhof Alpine Resort» habe es Philippe Frutiger vollbracht, «dass sich Promis und graue Mäuse, Multimillionäre und Búezer, Senioren und Junioren gleich wohl fühlen».

Bewertet hat die Jury um den Journalisten Karl Wild Hotels mit mindestens 15 Zimmern und eigenem Restaurant. Folgende Kriterien wurden berücksichtigt: Wertung der massgeblichen Hotel- und Restaurantführer, Qualitätskontrollen führender Hotelvereinigungen, Investitionstätigkeit, Persönlichkeit des Hoteliers, Gastfreundschaft, Charakter des Hauses, Lage und Umgebung, Wintersport- und Freizeitangebot, Preis-Leistungs-Verhältnis sowie subjektiver Gesamteindruck.

Die weiteren Plätze im «Cash»-Urteil: «Palace» in Gstaad (4. Pl., wie ein Jahr zuvor), Badrutts Palace Hotel in St. Moritz (5., neu), «Suvretta House» in St. Moritz (6., 6.), «Ferienart Resort & Spa» in Saas Fee (7., 7.), «Ermitage-Golf» Schönried (8., 15.), «Castell» in Zuoz (9., neu) und Grand Hotel Bellevue in Gstaad (10., 8.). Eine kleine Umfrage von «Cash» zum Geschäftsverlauf im vergangenen Jahr ergab unter nahezu allen im Rating berücksichtigten Hotels Erfreuliches. **HRF**

### Beherbergungsstatistik

## Aufschwung geht weiter, wenn auch abgeschwächt

■ Wieder gute Nachrichten aus dem Bundesamt für Statistik (BFS) in Neuenburg: Der positive Trend in der Beherbergungsstatistik hat sich auch im September fortgesetzt – «allerdings etwas abgeschwächt.» Total brachte der September 3,1 Millionen Übernachtungen.

Herbert Fischer

Die Zahl der Logiernächte in der Schweiz 2005 (bis September) beträgt 26,8 Millionen. «Während von Januar bis August die Zunahme der Logiernächte in den Hotels und Kurhäusern im Vergleich zum Jahre 2003 bei 2,2 Prozent lag, konnte im September ein Plus von 1,3 Prozent oder 39000 Nächten verzeichnet werden», schreibt dazu das Bundesamt für Statistik BFS. Die 3,1 Millionen September-Beherbergungen brachten 1,42 Mio. Ankünfte. Ein Aufenthalt dauerte im Mittel 2,2 Nächte. Am längsten verweilten die Gäste aus den Golfstaaten und aus Nordafrika (ohne Ägypten), nämlich 3,7, beziehungsweise 3,5 Nächte; am kürzesten die Gäste aus Taiwan (1,4 Nächte) und aus der Republik Korea, beziehungsweise aus China (ohne Hongkong) mit je 1,5 Nächten.

### Oststaaten mit erheblichem Marktpotenzial

Mit 545000 Übernachtungen zweitwichtigstes Herkunftsland ist Deutschland. An dritter und vierter Stelle folgen die USA und das Vereinigte Königreich mit jeweils etwa 175000 Nächten. Jeweils mehr als 50000 Mal logierten Gäste aus Japan, Frankreich, Italien und den Niederlanden in der Schweiz. Während die Schweizer, deutschen und japanischen Gäste im September weniger zahlreich kamen als noch im Jahr 2003, gab es bei den anderen Herkunftsländern Zuwächse von 2 bis 26 Prozent. Die höchsten relativen Zuwachsraten brachten Rumänien, die baltischen Staaten sowie Bulgarien; und zwar mit Werten zwischen 68 bis 92 Prozent.

### Bern und Graubünden sind die Spitzenreiter

Florence Porret von der Sektion Tourismus im Bundesamt für Statistik: «Auf kantonaler Ebene waren mit mehr als 420000 Logiernächten Bern und Graubünden die Spitzenreiter, gefolgt von Zürich, Wallis und dem Tessin; diese fünf Kantone verbuchten 60 Prozent aller Logiernächte. Weitere 20 Prozent entfielen auf Gené, Waadt und Luzern.» Die hier aufgeführten Kantone vereinigen fast 70 Prozent aller Hotels auf sich, das sind insgesamt deren 3993 mit 208400 Betten in 110100 Zimmern.

### Fewo-Offensive Schweiz

# Der E-Marktplatz nimmt Gestalt an

■ Die Arbeiten am Projekt E-Marktplatz für Ferienwohnungen schreiten planmässig voran. Mit mehreren IT-Partnern konnten Verträge unterzeichnet werden. Die Benutzeroberfläche für die Kunden steht grösstenteils. Erste Live-Tests werden nächstens durchgeführt.

Daniel Stampfli

«Wir sind inhaltlich und zeitlich auf Kurs.» Diese Zwischenbilanz zum Projekt E-Marktplatz für Ferienwohnungen zog Roland Lymann, Reka-Vizedirektor und Leiter Reka-Ferien, vergangene Woche anlässlich eines Mediengesprächs in Bern. Der E-Marktplatz Fewo Schweiz soll das umfassendste Ferienwohnungsangebot der Schweiz sein. «Wir rechnen damit, dass wir die bereits früher geäusserte Zielsetzung von 15000 Objekten beim Start auch erreichen», zeigt sich Lymann optimistisch. Es handelt sich um eine Integrationsplattform für die wichtigsten Ferienwohnungs-Reservierungssysteme. Sie fasst die verschiedenen Systeme zusammen, so dass der Kunde auf einer einzigen Plattform Wohnungen verschiedener Anbieter finden und buchen kann.

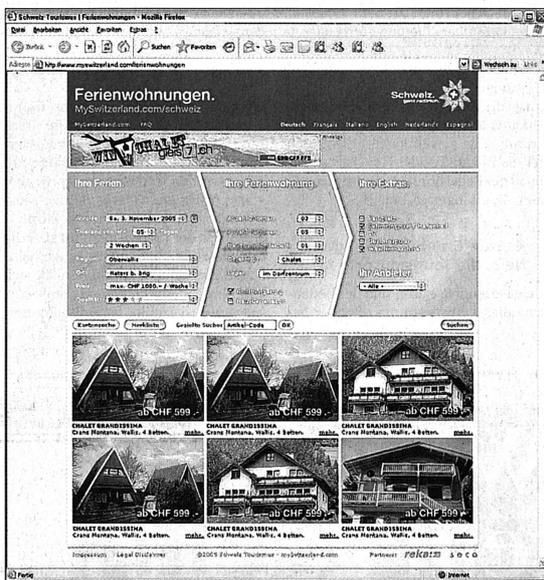
Von Seiten der Plattform wird keine Kommission in Rechnung gestellt. «Es ist eine Dienstleistung, die dem Schweizer Tourismus zur Verfügung gestellt wird», so Roland Lymann. Wohnungen mit Klassifikation würden bei der Aufnahme bevorzugt. «Der Qualitätsaspekt ist bei uns bei diesem Marktplatz ein wichtiger Punkt», begründet der Reka-Vizedirektor. Ein Ferienwohnungs-Bewertungssystem werde zu Beginn noch nicht integriert. «Dies ist aber eine Option für die Betriebsphase.»

### Schnittstelle für weitere Marktpartner offen

In den letzten Monaten wurden mit den IT-Partnern – Reka, Interhome, STC, Deskline, Tomas und Tiscover – Verträge ausgehandelt und ein Commitment eingefordert. Dieses sei von sämtlichen Partnern unterzeichnet worden, erklärte Stephan Berger, Geschäftsführer der IT-Firma Begasoft. Dann ging es um die Realisierung: Am weitesten fortgeschritten seien STC und Reka.

Das System Tomas betreffend haben die Destinationen die Teilnahme zugesagt und eine schnelle Implementierung versprochen, «sobald alles in Butter ist». Noch grosse Unsicherheit herrsche bei Tiscover. Gemäss Roland Lymann handelt es sich nicht um ein geschlossenes System für die teilnehmenden sechs Partner. In einer zweiten Phase werde die Schnittstelle offen sein für weitere interessierte Marktpartner.

Die ganze Fewo-Offensive ist laut Stephan Berger auf der bestehenden Technologie von STNet (Datenpool von



■ So sieht er aus: Der neue E-Marktplatz für Ferienwohnungen, der am 4. Mai auf der Website von Schweiz Tourismus aufgeschaltet wird. Screenshot: ST

Schweiz Tourismus) aufgebaut. Mit den IT-Partnern wurden schweizerische Fewo-Spezifikationen ausgehandelt. Dabei ging es darum zu eruieren, welche Informationen nötig sind, um eine Fewo vermieten zu können. Alle am Projekt Teilnehmenden konnten ihre Wünsche mitteilen. Diese flossen in die

schweizerische Fewo-Spezifikation ein. Die IT-Partner liefern ihre Objekte in ihren Systemen in die Plattform Meta Directory (STNet), diese werden dann zusätzlich veredelt. «Der IT-Partner hat die Möglichkeit, die veredelten Daten auch wieder zu beziehen, hat also einen Mehrnutzen», so Berger.

Das «Front-End», das heisst die Benutzeroberfläche, wurde durch die Firma Maxmedia erstellt, welche in einer Ausschreibung als Siegerin hervorging. «Sie haben von der Idee her sehr intuitiv den Nutzer-Interface gebaut», begründet Thomas Winkler von Schweiz Tourismus die Wahl des Partners. Für den Gast sei es sehr einfach, eine Wohnung zu finden. Die Suche kann in einer Maske analytisch, d.h. über Eingabe diverser Parameter erfolgen, oder über einen Objektcode oder über Bilder (siehe Illustration).

### Auch die letzten EDV-Hürden sind noch überwindbar

«Wir sind jetzt so weit, dass die erfolgreiche Umsetzung der Schnittstellen gewährleistet ist», umschreibt Roland Lymann den Stand der Arbeiten. Erste Tests mit den Partnern Reka und STC hätten erfolgreich durchgeführt werden können. «Die kritischen Erfolgsfaktoren liegen noch in Details der EDV, da gibt es noch viel zu arbeiten. Wir sind aber überzeugt, dass wir auch diese Hürde überwinden werden.» Gestartet werden soll der neue E-Marktplatz für Ferienwohnungen am 4. Mai 2006 anlässlich des Ferientages in St. Gallen.

Bis zur Live-Aufschaltung am 4. Mai nächsten Jahres wird das Projekt durch Reka und Innoutour mit je 300000 Franken finanziert. Danach finanziert Schweiz Tourismus den Betrieb und die Weiterentwicklung. Thomas Winkler rechnet mit jährlichen Kosten von rund 150000 Franken.

Informationen für interessierte Tourismusorganisationen und Ferienwohnungsbesitzer unter <http://fewo-offensive.stnet.ch>

Anzeige

# indoornet

Das intelligente und schnelle Internet für den Hotelgast

[www.indoornet.ch](http://www.indoornet.ch) • 055-211 82 72

Abstimmung

# Läden in Reisezentren bleiben offen

■ Nach den beiden Vorlagen zu Schengen und der erweiterten Personenfreizügigkeit ist auch die dritte tourismuspolitische Abstimmung unter Dach: Die Schweizer stimmten dem Sonntagsverkauf in den grossen Bahnhöfen und Flughäfen zu – allerdings äusserst knapp.

Theres Lagler

«Ich bin froh, dass das Schweizer Stimmvolk den Sonntagsverkauf in Zentren des öffentlichen Verkehrs gutgeheissen hat, hätte allerdings nicht eine derartige Zitterpartie erwartet», hielt Judith Renner-Bach, Direktorin des Schweizer Tourismus-Verbands (STV), nach den Abstimmungen vom Wochenende fest. Mit nur gerade 50,6 Prozent Ja-Stimmen wurde die Änderung des Arbeitsgesetzes, die den Status quo bei den sonntäglichen Ladenöffnungszeiten in den Flughäfen und 25 grössten Bahnhöfen garantiert, angenommen. Erleichtert zeigte sich denn auch SBB-Chef Benedikt Weibel. Trotz des knappen Ausgangs betonte er: «Das ist ein Ja zu attraktiven und lebendigen Bahnhöfen.» Ein Aspekt, der auch der STV-Direktorin sehr wichtig ist: «Es wäre ein schlechtes Signal gewesen, wenn die Touristen, die in der Schweiz ankommen oder umsteigen, auf verschlossene Ladentüren gestossen wären.» Das wirkte abweisend. Judith Renner-Bach be-



■ **Täglich geöffnet.** Das gilt für die Shops in den Rail-City-Bahnhöfen der SBB – hier im Bild Luzern – auch in Zukunft. Eine weitere Liberalisierung dürfte aber nach dem knappen Abstimmungsausgang vom Sonntag tabu sein. Foto: Herbert Fischer

grüsst die Weiterführung des Sonntagsverkaufs aber noch aus einem andern Grund: «Das gewährleistet, dass auch der Sonderstatus der Tourismusorte, die in der Regel liberale Öffnungszeiten kennen, unangetastet bleibt.»

## Kanton Graubünden sagte Nein, die Tourismusorte Ja

Viele Ferienorte waren sich der Bedeutung dieser Abstimmung offenbar be-

wusst. Das zeigt ein Blick ins Bündnerland. Der Tourismuskanton Graubünden lehnte zwar den Sonntagsverkauf in Bahnhöfen und Flughäfen mit 52 Prozent ab. Die Tourismusorte aber – von Arosa über Davos, Flims, Klosters bis zu Pontresina und St. Moritz – stimmten der Vorlage allesamt zu. «Die Lobby-Arbeit der Interessengemeinschaft Tourismus Graubünden, die sich klar für den Sonntagsverkauf einsetzte, hat sich ausgezahlt», ist Judith Renner-

Bach überzeugt. «Die Sensibilisierung der Bevölkerung vor Ort ist zentral. Das steht und fällt mit bekannten Persönlichkeiten, die für oder gegen eine Sache eintreten.»

Im Kanton Wallis, der den Sonntagsverkauf wuchtig mit 65 Prozent bachabschickte, war genau das ein Problem. «Wir suchten Redner für einen Anlass im Wallis, fanden aber kaum einen Politiker, der sich öffentlich für ein Ja stark machen wollte», so die STV-Direktorin.

Dennoch bleibt anzufügen, dass nicht alle Walliser Tourismusorte dem Sonntagsverkauf eine Abfuhr erteilten. So trat beispielsweise Leukerbad für ein Ja ein. Aber auch die Zermatter, die die beiden europapolitischen Vorlagen zum Schengen-Visum und der erweiterten Personenfreizügigkeit noch abgelehnt hatten, stimmten dem Sonntagsverkauf in Flughäfen und Bahnhöfen zu – mit 53,6 Prozent.

## Gstaad bleibt auf einem hartnäckigen Nein-Kurs

Umgekehrt präsentiert sich die Situation im Bernbiet. Der Kanton als Ganzes befürwortete – vor allem auch dank der Stimmen aus den Städten – die liberaleren Ladenöffnungszeiten. Einzelne Tourismusorte stemmten sich aber dagegen. Gstaad beispielsweise lehnte den Sonntagsverkauf in Reisezentren mit 60,7 Prozent Nein-Stimmen ab. Damit sagte Gstaad zum dritten Mal Nein bei einer Abstimmung, die sich für den Schweizer Tourismus positiv auswirken sollte. So richtig erklären kann sich Judith Renner-Bach diese Haltung nicht. Vielleicht habe die Bevölkerung einen Abwehrreflex gegenüber dem Tourismus, da das Leben in Gstaad nicht gerade billig sei. Zu den dreimaligen Nein-Sagern gehören aber auch Adelboden und Lenk. Grindelwald jedoch wechselte – ähnlich wie Zermatt – nach zweimaligem Nein ins Ja-Lager und stimmte dem Sonntagsverkauf mit 55,1 Prozent zu.

Anzeige

## Would Einstein get in? maybe.

He definitely would have met our rigorous **academic** standards! But at the **Ecole hôtelière de Lausanne**, the world's leading business school for the hospitality industry, we demand not just excellent academic performance, but *more...*

Our students also need to have the *talent* that drives this business. Have you got a creative streak? Are you quick on your feet? Flexible, open, a good team player, an excellent communicator? Are you a "people person"? If so – and you have the brains to succeed in an academically demanding environment – contact us.

We may have a place for you in one of our International Hospitality Management Programmes:

- Associate Degree – Management of Hotel Operations
- Bachelor of Science Degree
- MBA



Start thinking about it at [www.ehl.ch](http://www.ehl.ch)  
CH-1000 Lausanne 25, Switzerland  
Tel: +41 21 785 11 11, Fax: +41 21 785 11 21  
E-mail: [admission@ehl.ch](mailto:admission@ehl.ch)

Davos

## Die Wiederkehr der Polizeistunde

■ Gastwirtschaftsbetriebe in Davos werden wieder um zwei Uhr nachts schliessen müssen. Und bei ungebührlichem Verhalten drohen hohe Bussen. Die Davoser Stimmberechtigten haben am Wochenende die entsprechende Änderung des Gastwirtschaftsgesetzes mit 1743 zu 953 Stimmen angenommen. Das neue Gesetz über die öffentliche Ruhe und Ordnung ging mit 1992 zu 764 Stimmen durch – dies bei einer Stimmbeteiligung von 42 Prozent.

Die Polizeistunde war in Davos vor sechs Jahren abgeschafft worden. In der Folge häuften sich die Nachtruhestörungen markant. Exekutive und Ge-

meindeparlament sahen sich deshalb gezwungen, die Liberalisierung wieder rückgängig zu machen.

Gegen Nachtruhestörungen, aber auch gegen Vandalismus und Pöbeleien wird in Zukunft mit Bussen vorgegangen. Der Katalog sieht die Sanktion von Störungen der Ruhe und Ordnung mit einer Busse von 100 Franken vor. Ebenso viel haben Personen zu begleichen, die sich beim Verrichten ihrer Notdurft oder beim Erbrechen erweisen lassen. Wann genau die neuen Regelungen in dieser Wintersaison in Kraft treten, ist gemäss Landammann Hans Peter Michel noch offen. *TL/lda*

KURZ UND BÜNDIG

## Mehr Geld für den Tourismus

■ Die St. Moritzer Bevölkerung hat das revidierte Tourismusgesetz mit 803 zu 247 Stimmen klar gutgeheissen. Der örtliche Kurverein verspricht sich davon jährliche Mehreinnahmen von knapp einer Million Franken. Zentrale Neuerung ist die Abgabepflicht für Zweitwohnungsbesitzer. Sie beträgt je nach Wohnungsgrösse zwischen 400 und 1200 Franken pro Jahr und ist unabhängig von der effektiven Wohnnutzung. Die Stimmberechtigten genehmigten zudem die Baugesetzrevision, die den Zweitwohnungsbau einschränkt und die Umnutzung von Hotels erschwert. *TL*

worden. Die geplante Standseilbahn mit einer Trasseelänge von rund 500 Metern führt die Hotelgäste direkt ins Arosar Ski- und Wandergebiet. In der Kabine haben 20 Personen Platz, der Betrieb wird weitgehend automatisiert. Die Bahn muss allerdings noch von Bund und Kanton bewilligt werden. *TL/lda*

## Neue Strukturen für Lenzerheide

■ In der Gemeinde Vaz/Obervaz mit den Ferienorten Lenzerheide und Valbella können die touristischen Strukturen optimiert werden. Die Stimmberechtigten genehmigten das neue Tourismusgesetz, das eine Entflechtung der Finanzflüsse vornimmt, mit 461 zu 210 Stimmen. In Zukunft ist die Gemeinde für den Einzug aller Abgaben verantwortlich und vereinbart mit der örtlichen Tourismusorganisation einen Leistungsauftrag. Die Einführung der Zwangspauschalierung für Eigentümer von Ferienwohnungen soll dazu beitragen, die «sehr hohe Schwarzschlafferquote» zu senken. *TL/lda*

## Tschuggenbahn genehmigt

■ In Arosa ist die Teilrevision der Ortsplanung für den Bau einer Standseilbahn durch das Grand Hotel Tschuggen mit 475 zu 100 Stimmen angenommen

Universität St. Gallen

# Studie bahnt Strategiepfad für Bergbahnen

■ Der Schweizer Bergbahnenbranche geht es nach einigen erfolgreichen Wintern und vereinzelter Restrukturierungen besser als auch schon – sie hat aber immer noch erhebliche Strukturprobleme. Das zeigt eine aktuelle Untersuchung der Universität St. Gallen.

Karl Josef Verding

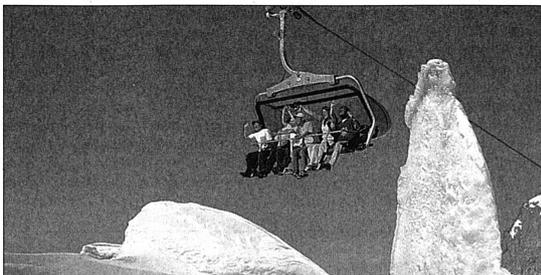
Die Professoren Thomas Bieger und Christian Laesser stellen fest, dass gesamthaft jeder fünfte Franken nicht nachfragegerecht und damit falsch investiert ist. Jede dritte Bergbahn kämpft mit einer fehlenden Ertragskraft und sei wirtschaftlich nicht überlebensfähig. Das Überleben wurde bislang in vielen Fällen durch öffentliche Mittel gesichert. Daher wurde aber auch – betonten die Autoren – der dringend notwendige Restrukturierungsprozess verlangsamt. Die derzeit vielerorts anstehenden Ersatzinvestitionen werden die Konsolidierung beschleunigen – für diese Ersatzinvestitionen müssten aber innovative private (und immer weniger öffentliche) Finanzierungsinstrumente und -quellen gefunden werden.

Die Branche ist immer noch sehr klein strukturiert, obwohl vor allem im Bereich der mittleren Bergbahnen zahlreiche Fusionen stattgefunden haben. 30% der Unternehmen weisen einen Umsatz von weniger als 1 Mio. Franken auf. Selbst die grössten Bahnen sind im Vergleich zu internationalen Unternehmen wie Compagnie des Alpes oder SkiStar immer noch klein. 34% sind darüber hinaus ertragschwach, mit einem Cashflow von weniger als 20% des Gesamtertrages. Einen Cashflow von mindestens 5% des Gesamtkapitals erreichen gemäss der Untersuchung von Bieger und Laesser 83%, einen Cashflow von mindestens 20% des Gesamtertrages erreichen 66%. Ein Eigenkapital von mindestens 40% des Gesamtkapitals weisen 59% der Bergbahn-Unternehmen auf. 39% können ihre Personalausgaben auf höchstens 35% des Gesamtertrages begrenzen.

## Strategie-Pfad zum geschlossenen Produkt-Marktgebiet

Den höchsten Anteil wirtschaftlich starker Bergbahnen weist das Berner Oberland auf, den kleinsten das Tessin, gefolgt vom Jura und den Westschweizer Alpen. Zur Sicherung der Zukunft dieser zentralen Freizeitbranche wird in der Studie eine weitere Konsolidierung durch Fusionen und Übernahmen gefordert. Kooperationen seien ausser in Teilbereichen wie der Beschaffung wenig geeignete Organisationsformen. Die ideale Grössenspannweite für Fusionen liegt gemäss den Autoren zwischen 1,2 und 6 bis 7 Mio. Umsatz. Sie schlagen einen strategischen Entwick-

lungspfad vor. Sein Ziel ist die Sicherstellung eines geschlossenen Produkt-Marktgebietes, der Nutzung betrieblicher Synergien und der Ausschaltung eines ruinösen Wettbewerbs. Für die erste Phase wird ein regionaler Zusammenschluss nahegelegt. In einem zweiten Schritt sollten dann innerhalb dieser geschlossenen Regionen durch vertikale Integration die Wertschöpfungsketten geschlossen werden. In einem dritten Schritt können dann im Sinne von Destinations-Holdings weitere Skigebiete integriert werden, womit vor allem finanzielle Synergien und eine Risiko-Diversifikation innerhalb der Branche erzielt werden könnten.



■ Engelbergs «Ice-Flyer». Die moderne Sesselbahn «Ice-Flyer» auf dem Titlis-Gletscher trägt auch im Sommer zum Schneisport-Betrieb bei. Fotos: Swiss-Image

Die Finanzierung von Bergbahn-Investitionen über Bankkredite werde aufgrund der Risiko-Kumulation – Wetter, Standort, Investitions-Horizont, Abhängigkeit von regionalen Partnern – immer schwieriger, unterstreichen die Autoren. Sie schlagen vor, zum Beispiel vermehrt auf Leasing-Lösungen zurückzugreifen, Erschliessungs-Investitionen – wie Wasser und Elektrizität am Berg – in kommunale Unternehmen auszulagern, oder auch Null-Coupon-Anleihen mit Naturalleistungen bei Stammgästen zu platzieren.

Kostenloser Download der Studie unter: [www.alexandra.unisg.ch/Publikationen/20476](http://www.alexandra.unisg.ch/Publikationen/20476)

Anzeige

*New*



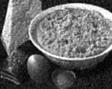
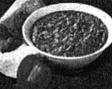
PRODUKTLINIE TIEFGEKÜHLTE PASTA

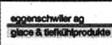
## ORIGINAL ITALIENISCHE PASTA



**FERTIG IN 1 MINUTE!**

Barilla FoodService präsentiert eine neue Produktlinie vorgekochter, vorgesalzener und in Einzelstücken tiefgekühlter Pasta. Zum neuen Pastakonzept gehört eine reiche Auswahl an frischen, nicht pasteurisierten Tiefkühl-Saucen. In nur 1 Minute kann so ein vorzügliches, authentisch italienisches Pastagericht zubereitet werden.

 Spaghetti	 Penne Rigate	 Fusilli	 Orecchiette	 Tagliatelle	 Pappardelle		
 Sauce Pomodoro	 Sauce Arrabbiata	 Sauce Olive	 Sauce Funghi	 Sauce Bolognese	 Sauce Carbonara	 Sauce Pesto alla Siciliana	 Sauce 4 Formaggi

Erhältlich bei:     

Barilla S.A. - Zugerstrasse 76 B - CH-6340 Baar  
Tel.: 041 767 00 80 - Fax: 041 767 00 89  
[foodservice.ch@barilla.it](http://foodservice.ch@barilla.it)





■ Crans-Montana. Moderne Gondelbahn mit acht Sitzplätzen.

## Talstation mit Service-Center

■ **Disentis.** Die Talstation der Luftseilbahn der Bergbahnen Disentis 3000 ist für rund 800 000 Franken umgebaut worden. Im Eingangsbereich ist ein Dienstleistungszentrum eingerichtet worden. Es bietet dem Gast neben einem Informations-Desk alles für das Erlebnis am Berg: Vermietung von Schneisportgeräten, Verkauf von Wintersport-Accessoires wie Skihelme und Skibrillen, Verkauf von Skipässen und Buchung des Skischulangebotes. Und zum Wohlfühlen gibt es eine

Kaffee-Bar sowie eine Spielecke für Kinder. Kernstück des Umbaus ist jedoch der neue Personellift, der den Zugang zur Luftseilbahn erleichtert. Dieser Lift ermöglicht besonders Familien und Personen, die es lieber etwas gemütlicher nehmen wollen, die Schalterhalle und die Luftseilbahn ebenerdig und ohne Kraftaufwand zu erreichen. Die Luftseilbahn der Bergbahnen Disentis 3000 ist die einzige Verbindung zwischen dem Skigebiet, und dem Dorf. CK

## Verband

■ **Deutschland.** Der neu gegründete Verband Deutscher Hotelkooperationen e.V. (VDH) mit Sitz in Berlin will die Interessen kleiner und mittelständischer Hotelbetriebe bzw. Hotelkooperationen stärken, um ein Gegengewicht zur Ketten- und Konzernhotellerie zu bilden. Der VDH versteht sich als übergreifende Organisation der privat geführten Hotels in Deutschland. Er wird vorhandene Synergien und Ressourcen der Mitgliedsbetriebe bündeln und ausbauen. CK

## Italien ist bester «Country Brand» im Ranking

■ **Future-Brand Report.** Italien, die USA und Australien besetzen die vordersten Positionen im Gesamt-Ranking der touristischen Country-Brands, gemäss dem ersten «Future-Brand Report» der gleichnamigen Brand-Consultancy-Agentur. In diesem Ranking wird die Schweiz nur in der Kategorie «Outdoor» unter die Top Ten platziert: auf Platz 5 nach Australien, USA, Kanada und den Bahamas; vor Kenia, Südafrika, Deutschland, Ägypten und Österreich auf Platz 10.

Die weiteren neun Einzelkategorien des Rankings sind: «Most Improved Country Brands» – mit China vor Südkorea und Australien; «Rising Star Country Brands» – China vor den Vereinigten Arabischen Emiraten und Kuba; «Art & Culture» – Italien vor Frankreich und Ägypten; «History» – Italien vor Ägypten und Griechenland; «Beach» – Bahamas vor den Malediven und Australien; «Families» – USA vor Australien und Kanada; «Nightlife» – USA vor Spanien und Brasilien. Ferner «Conven-

tions» – USA vor Australien, China, Grossbritannien, Bahamas, Vereinigte Arabische Emirate, Japan, Frankreich, Singapur, Thailand, und «Business» – USA vor China, Grossbritannien, Deutschland, Vereinigte Arabische Emirate, Frankreich, Singapur, Japan, Australien, Südkorea. Die Basis des Rankings von Future-Brand sind statistische Analysen sowie ein globaler quantitativer Überblick und die Experten-Meinung internationaler Travel-Professionals. KJV



■ **Spannen zusammen.** Franziska Rüttimann, Autorin des Museen-Handbuchs, Museologe Samy Bill und Olivier Federspiel, Direktor Graubünden Ferien. Foto: zvg

## Regio-Plus-Projekt

### Tourismus und Museen im Bündnerland ziehen am selben Strick

■ Der Tourismus und die 76 Bündner Museen sollen enger zusammen arbeiten. Das ist das zentrale Anliegen des neuen Regio-Plus-Projekts «Museen Graubünden», das am Montag in Chur vorgestellt wurde. Bund und Kanton unterstützen das Vorhaben finanziell.

Theres Lagler

Graubünden weist eine dichte Museenlandschaft auf. Doch touristisch spielen die 76 Betriebe bisher keine grosse Rolle. Das soll sich mit dem neuen Regio-Plus-Projekt Museen Graubünden ändern. In fünf Teilprojekten werden bis 2008 die internen Strukturen bereinigt, die Aus- und Weiterbildung gefördert, konkrete Angebote geschärft und professioneller verkauft. Das Gesamtbudget des Regio-Plus-Projekts beträgt 685 000 Franken. 300 000 Franken davon steuert das Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) bei, 150 000 Franken der Kanton Graubünden. Als touristische Partner konnten die Dachorganisation Graubünden Ferien, die Rhätische Bahn sowie Postauto Graubünden gewonnen werden.

#### Mehr als ein Schlechtwetterprogramm für die Gäste

Der Projektleiter und Museumsberater Samy Bill sieht sowohl bei den Museen wie auch bei den Touristikern Handlungsbedarf. «Die Museen müssen sich fit machen, um ein professioneller Partner für den Tourismus zu sein. Dazu gehören entsprechende Öffnungszeiten, attraktive Events und regional koordinierte Ausstellungen», führt er aus. Das Projekt habe aber auch zum Ziel, dass die Museen bei der Destinationenvermarktung einen grosseren Stellenwert erhalten. «Gemeinsame Packages mit Museen müssen ebenso selbst-

verständlich werden wie Packages mit Sportgeschäften, Bergbahnen und Hotels», betont Bill. Das Angebot der Museen sei ganz klar mehr als nur eine Schlechtwettervariante für die Gäste. Es gehe nun darum, dieses kulturelle Potential besser zu vermitteln. Mit der Kulturmarketingplattform [www.graubuendendkultur.ch](http://www.graubuendendkultur.ch) sei ein erster Schritt gemacht, weitere müssten folgen.

#### Museen-Handbuch, um Einheimische zu gewinnen

Die Museen möchten in Zukunft aber nicht nur mehr Gäste aus dem Tourismus, sondern auch Einheimische begeistern können. Im Auftrag der Museen Graubünden und der Corymbo-Stiftung hat Franziska Rüttimann deshalb ein Handbuch erarbeitet. Sie empfiehlt darin, die Einheimischen in verschiedene Zielgruppen aufzuteilen und dementsprechend anzusprechen. Sondern ausstellungen, die an die Lebenswelt der Einheimischen anknüpfen, oder Verkaufsausstellungen mit lokalen Künstlern nennt die Autorin als Umsetzungsmöglichkeiten. Aber auch die Durchführung von Veranstaltungen sei ein gutes Vehikel, um die Bevölkerung einzubinden. Das müsse nicht zwingend im Museum selber stattfinden, so Franziska Rüttimann. «Wenn die Leute nicht in die Museen kommen, gehen die Museen halt zu den Leuten.»

#### Eine Event-Reihe zum 25-Jahr-Jubiläum

Gelegenheit dazu bietet sich schon im nächsten Jahr, wenn der Verein Museen Graubünden sein 25-jähriges Bestehen feiert. Wie Reto Küng, der Medienverantwortliche des Regio-Plus-Projekts in Aussicht stellt, sind von Sommer bis Herbst eine ganze Anzahl von Events geplant. Die Details dazu werden voraussichtlich im Februar vorgestellt.

Weitere Informationen: [www.museenland-gr.ch](http://www.museenland-gr.ch)

## FIF-Umfrage

# Schweizer befürworteten Euro 08

■ Die Schweizer Bevölkerung steht hinter der Euro 08 und wertet sie als Chance, die Schweiz im Ausland positiv darzustellen. Das zeigt eine Befragung des Forschungsinstituts für Freizeit und Tourismus. Es ist der grösste in der Schweiz durchgeführte Sport-Event.

Christine Künzler

Das Vertrauen in die Organisation der Uefa Euro 2008 ist gross. Das zeigt eine repräsentative Umfrage einer Forschergruppe unter der Leitung des Forschungsinstituts für Freizeit und Tourismus (FIF) der Uni Bern sowie Rütter-Partner in Rorschlikon. Untersucht werden im Auftrag des Bundesamtes für Sport Magglingen die nachhaltigen Effekte der Euro 2008 in der Schweiz. 16% der rund 1000 befragten Schweizer Haushalte gaben an, ein «sehr grosses» Vertrauen in die Organisation der Euro 08 zu haben, 60% haben ein «eher grosses», 18% ein «eher geringes», 3% ein «sehr geringes» Vertrauen.

Auch die Frage nach der persönlichen Grundeinstellung gegenüber der Euro 08 zeigt ein positives Bild: 35% bewerteten sie mit «sehr positiv», 52% mit «eher positiv», 9% mit «eher negativ» und 2% mit «sehr negativ».

Ein differenziertes Bild ergeben die Antworten zur Einschätzung einzelner

Aspekte der Uefa Euro 08 (vgl. Grafik): So finden 86% der Befragten, der Sport-Event – der grösste, der je in der Schweiz durchgeführt worden ist – biete eine Chance für unser Land, sich im Ausland positiv darzustellen.

Geht es um die Bereiche Sicherheit, Infrastruktur und Verkehr, ist die Mehr-

heit der Befragten Personen (60%) der Ansicht, das Engagement der öffentlichen Hand in dieser Hinsicht sei «gerade richtig». 12% der Befragten sind hingegen der Meinung, der Staat unternehme in diesen Bereichen zu viel, und für 19% wird in diesen Bereichen zu wenig getan.

## Bewertung der verschiedenen Aspekte der Euro 2008

Beurteilung in Prozent

Die Euro 2008 wird aus sportlicher Sicht zu einem Erfolg



Die Euro 2008 wird wirtschaftlich zu einem Erfolg



Die Euro 2008 ist eine Chance, die Schweiz im Ausland positiv darzustellen



Insgesamt nützt die Euro 2008 der Schweiz mehr als sie kostet



■ stimme sehr zu ■ stimme eher nicht zu ■ keine Antwort  
■ stimme eher zu ■ stimme überhaupt nicht zu

Repräsentative telefonische Befragung von 100 Haushalten. Polyquest AG

## KURZ UND BÜNDIG

### SBB: Mehrheitsaktionär

■ Die SBB hat die Mehrheit der Aktien an der STC Switzerland Travel Centre AG in Zürich erworben. Die Anteile wurden von den bisherigen Aktionären hotelieresuisse, Gastrosuisse und Europcar erworben. Die SBB AG verfügt hierüber über 67% des Aktienkapitals der Gesellschaft. Schweiz Tourismus (ST) bleibt Aktionär von STC mit einem Anteil von 33%. Der Verwaltungsrat der STC AG wird neu präsiert von Paul Blumenthal, Leiter Personenverkehr SBB. Weitere Mitglieder des VR: Vincent Ducrot, Romy Bohnenblust und Reto Meinhart (alle SBB) sowie Dr. Dick Marty und Jürg Schmid (ST). CK

### Wie lässt sich inszenieren?

■ Wie sind Erlebnisinhalte in der Natur zu gestalten? Mit authentischen, spannenden Inszenierungen – quasi mit Erlebnisgarantie? Als eigenständige Angebotelemente, um sich gegenüber Mitbewerbern zu profilieren? Dieser Thematik widmet sich der internationale Nachdiplomkurs für Erlebnismanage-

ment in Natur- und Kulturlandschaften. Beteiligt sind vier Fachhochschulen: Wädenswil, Rapperswil, Kempten in Deutschland und die Academia Engiadina. Der Kurs dauert 22 Tage, verteilt auf sechs Monate. Start: 26. Januar 2006. CK

### Umsatzrekord bei Familotel

■ Mit 9% Umsatzzuwachs gegenüber 2004 schliessen die Familotels ihre Saison 2005 ab. 39 Hotels in fünf europäischen Ländern gehören zur Kooperation Familotels. In der Schweiz ist das Hotel Lago di Lugano Mitglied. «Familotel zieht einen konsequenten Marketing-Mix durch, der sich nicht nur auf die Ausrichtung auf Familien, sondern auch im angebotenen Spektrum der Zimmerpreise widerspiegelt», hält Siegfried Prange, Vorstand der Familotel AG, fest. CK

### «Geiz ist nicht geil»

■ Der deutschen Kooperation «Hotels mit Herz» gehören 50 Mitgliedsbetriebe an. Sie haben ein neues Kooperationsleitbild geschaffen: «Geiz ist nicht geil,

sondern Qualität ist cool». Dieses Leitbild soll sich künftig wie ein roter Faden durch alle «Hotels-mit-Herz»-Marketingaktionen ziehen. «Eine der Stärken unserer Mitgliedsbetriebe ist der persönliche Gastkontakt und – wie es uns unsere Gäste tagtäglich bestätigen – liegen wir damit ganz klar im Trend», heisst es in einer Pressemitteilung. Geschäftsreisende und Freizeitgäste schätzten diese Vorzüge gleichermassen. CK

### Ehre für «The Ritz-Carlton»

■ Unter 230 Marken im gehobenen Dienstleistungssektor der USA wurde The Ritz-Carlton Hotel Company, L.L.C. als die «angesehenste Luxusmarke» in der Kategorie Dienstleistung benannt. Die Studie des Luxury Institute ([www.luxuryinstitute.com](http://www.luxuryinstitute.com)), New York, befragt jährlich wohlhabende Amerikaner nach ihrem Konsumverhalten in den Bereichen Luxushotels, Reiseveranstalter, Kreuzfahrtschiffe, Unternehmen für Privatjets, Einzelhandel im Premiumsegment, Vermögensberater und Full-Service-Makler. Die Marke Ritz-Carlton stehe für konstante, erstklassige Qualität und verfüge unter den Vermögenden über den Ruf, ihnen spezielle Momente erlebbar zu machen. CK

Regionen-Prognose

# Das Wallis hat die besten Aussichten

■ Leichtes Wachstum diesen Winter, im Sommer 2006 und eine erfreuliche Zusatznachfrage dank der Euro 08: Das zeigt die von hotellerieuisse vorgestellte Prognose von BAK Basel Economics. Dem Wallis werden mittelfristig die besten Perspektiven vorausgesagt.

Christine Künzler

Für diesen Winter prognostiziert BAK Basel Economics ein Wachstum von 1,1%. Die von hotellerieuisse in Auftrag gegebene Regionen-Prognose zeigt jedoch deutliche Unterschiede: So darf denn der Alpenraum mit einem Wachstum von 1,5% rechnen, indes sich die «Grossen Städte» mit einem Wachstum von 0,6% und die «Restlichen Gebiete» (gesamte Schweiz mit Ausnahme der fünf grossen Städte Zürich, Basel, Bern, Lausanne und Genf sowie des Alpenraums Wallis, Berner Oberland, Graubünden, Tessin und Zentralschweiz) mit einem Plus von 0,4% zufrieden geben müssen. «Das Tourismuswachstum hängt stark vom Wachstum der allgemeinen Wirtschaft ab», fasst Isabel Garcia, Kommunikationsverantwortliche bei hotellerieuisse, zusammen. «Das machen die BAK-Prognosen deutlich.»

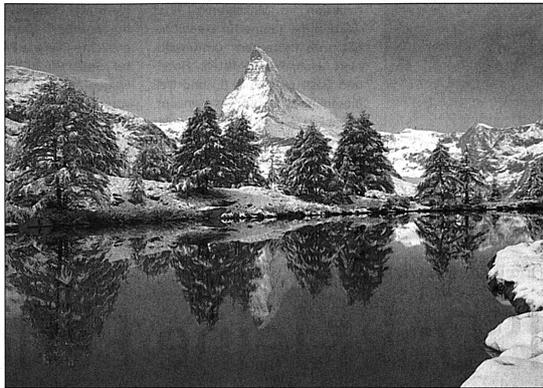
Ein Blick auf die Regionen im Alpenraum zeigt, dass Graubünden und das Wallis diesen Winter die grössten

Wachstumsschancen haben. Graubünden profitiert von der allmählichen Erholung des deutschen Markts, das Wallis von seiner anhaltenden Beliebtheit im Binnenmarkt. Das Berner Oberland und die Zentralschweiz können von einer Zunahme von rund 1% ausgehen, das Tessin muss sich mit stagnierenden Zahlen zufrieden geben.

## Die Euro 08 bringt 750 000 zusätzliche Logiernächte

«Das Einschnittenste ist der Sonder-effekt der Euro 08», kommentiert Isabel Garcia die BAK-Prognosen. Die BAK-Prognostiker gehen von einer Zusatznachfrage von 750 000 Hotel-Übernachtungen aus. Das entspricht im Jahr 2008 einem Logiernächteplus von rund 2,4% für die Hotellerie. Profitieren werden nicht nur die Austragungsstädte Basel, Bern, Zürich und Genf, sondern auch die umliegenden Regionen. Denn dort werden ebenfalls Mannschaften untergebracht. BAK rechnet mit einem Wachstum von 6,6% für die «Restlichen Gebiete» und 3,3% für die «Grossen Städte». Das heisst, von den 750 000 Zusatznächten dürfte knapp ein Drittel auf die «Grossen Städte» fallen, der Rest auf die «Restlichen Gebiete».

Kurzfristig gesehen bleibt das Wachstum verhalten. Für die Sommersaison rechnet BAK mit einer praktisch gleichbleibenden touristischen Nachfragesteigerung. Nach dem Plus von 1,1% in diesem Winter dürfte der Sommer 2006 eine Zunahme von 1,2% bringen.



■ Das Wallis ist bei den Schweizern beliebt. BAK Basel Economics prognostiziert dem Kanton das grösste Wachstumspotenzial. Foto: Swiss Image

gen. Wiederum ist der «Alpenraum» mit einem Plus von 1,4% auf der Gewinnerseite (vgl. Grafik). Das Wallis darf mit einer überdurchschnittlichen Wachstumsrate rechnen, denn der Kanton gewinnt weitere Marktanteile auf dem Binnenmarkt. Graubünden und die Zentralschweiz bewegen sich im «Alpenraum»-Durchschnitt, das Berner Oberland im Schnitt des schweizerischen Wachstums, und das Tessin muss sich mit einem Plus von weniger als 1% zufrieden geben. Ein markantes Wach-

stum an Logiernächten dürften Engelberg und Sarnen verzeichnen: aufgrund der im Sommer 2005 erlittenen Einbrüche während des Hochwassers.

## Auch mittelfristig leichtes Wachstum

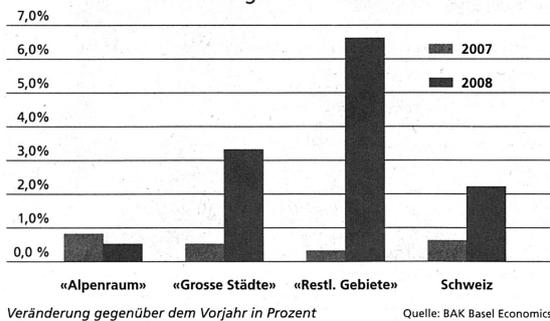
Die Prognosen für die Tourismusjahre 2007 und 2008 zeigen: Mittelfristig hält das Nachfragewachstum an. Allerdings in einem etwas bescheideneren Masse als im 2006: Statt 1,1% werden es im

2007 nur noch 0,6% sein und im 2008 wäre das Wachstum ohne Euro ebenfalls nur geringfügig. Auch im 2007 wird der «Alpenraum» am meisten wachsen, indes muss er im Euro-Jahr 2008 den Spitzenplatz in der Wachstums-Hitparade folgerichtig an die «Restlichen Gebiete» abgeben (vgl. Grafik).

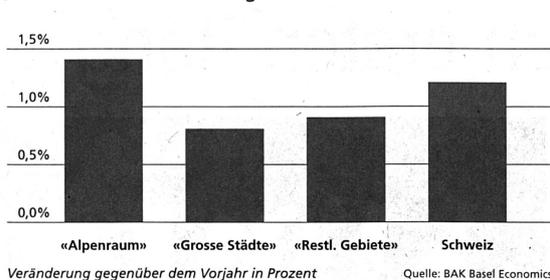
Die dritte Grafik zeigt die Entwicklung in den Regionen: Graubünden und das Tessin werden im Euro-Jahr 2008 eine Einbusse hinnehmen müssen. BAK prognostiziert dem Wallis mittelfristig die höchsten Wachstumsraten. Unter anderem auch wegen des Lötschberg-Basistunnels, der Ende 2007 in Betrieb genommen werden soll. Eine erfreuliche Entwicklung sei mittelfristig auch für das Berner Oberland und die Zentralschweiz auszumachen. Beide Regionen profitierten von ihrer guten Positionierung auf den Übersee-Märkten.

Graubünden und das Tessin werden mittelfristig gefordert. In Graubünden wirke sich die grosse Abhängigkeit vom stark umkämpften deutschen Markt wachstumsbremsend aus. Während sich im 2007 die Erholung der deutschen Wirtschaft noch auswirken wird, dürften die stimulierenden Effekte im 2008 wegfallen. Für das Tessin sieht BAK eine verschärfte Konkurrenzsituation. Dadurch dürften sich für die Tessiner Tourismuswirtschaft Schwierigkeiten ergeben. Doch: Alle Prognosen sind mit Unsicherheiten behaftet. Der grösste Risikofaktor für die Tourismusprognosen besteht in der Ölpreisentwicklung.

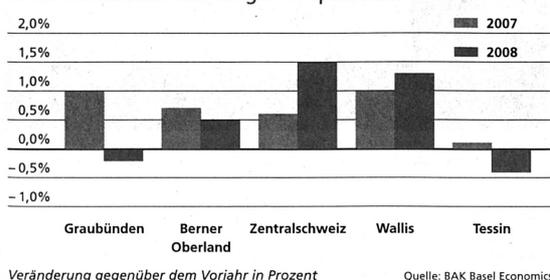
## Anzahl Hotelübernachtungen 2007 und 2008



## Anzahl Hotelübernachtungen Sommersaison 2006



## Anzahl Hotelübernachtungen «Alpenraum»



Anzeige

Jetzt bestellen!  
Michel in Aktion

-10 günstiger

-20 günstiger

-20 günstiger

Aktionsdauer: 5.12.-23.12.05

## Für die Dauer eines Monats umfunktioniert



■ Verkaufsräume als Gourmettempel. Bei der «konzept AG» stehen üblicherweise Architektur, Raum, Form, Material und Konstruktion im Mittelpunkt. Jetzt wurden die Räume für einen Monat zum Restaurant umfunktioniert. Hans-Peter Misteli, Hotel- und Gastrokonzepte (l.) und Ueli Biesenkamp (3.v.l.), das Konzept, laden Freunde zum Essen ein oder vermieten die Lokalität. Am Kochherd steht 16-Gault-Millau-Punkte-Koch Lecco Woo (r.), unterstützt wird er von Jan La Porte (2.v.l.). MD

## Hauswirtschaft Servicetest

■ Hauswirtschafts-Profi 2006. Der Berufsverband Hauswirtschaft der Hotel & Gastro Union hat an der Igeho den 2. Wettbewerb der Hauswirtschaftsprofis durchgeführt. Den ersten Platz erreichte Evelyn Pixner vom Hotel «Sedartis» in Thalwil. Auf die Folgeplätzen kamen Julia Scusel vom Hotel «Storchen» in Schönenwerd und Petra Conzen vom Waldhotel «National» in Arosa. Den Publikumspreis erhielt Laura Peyer vom Hotel «Glarischhof» in Zürich. RD

■ 4. Servicemeisterschaften. Barbara Hildebrand vom Gasthaus zur Eintracht in Oberriet erreichte mit 95 Punkten den ersten Platz an den Servicemeisterschaften, die vom Schweizer Serviceverband an der Igeho durchgeführt wurden. Geprüft wurden die Disziplinen Tischgestaltung, Barmixen, Flambieren, Mixen eines Früchte-Cocktails, Falten dekorativer Servietten und Spirituosen degustation. 28 junge Berufsleute nahmen an den Servicemeisterschaften teil. RD

### ZITAT DER WOCHE

*«Ich habe als Konsument manchmal das Gefühl, ich sei nicht willkommen.»*

Bernhard Schweizer, Dozent an der Hotelfachschule Thun im Interview auf Seite 2

### BUSINESS-PEOPLE

■ Der 45-jährige Bündner Hotelier, Marcus Bernhardt, (Bild), Senior Vice President der Steigenberger Hotel Group mit Sitz in Frankfurt am Main,



wurde mit dem «Outstanding Achievement Award» der Schweizer Business School GSBA Zürich/University of Maryland ausgezeichnet. Der Preis wird alljährlich an Absolventen des MBA-Programmes der Zürcher Business School vergeben, die eine vorbildliche Karriere in ihrer jeweiligen Branche gemacht haben. RD

■ Nach 40 Jahren im Hotel-Restaurant Schützen in Lauterbrunnen übergeben Paul und Alice von Allmen-Gerber ihren Betrieb an die nächste Generation. Sohn Andreas von Allmen übernimmt auf die kommende Wintersaison hin die kaufmännische Geschäftsführung des Hotels. Sohn Urs von Allmen wird ab 1. Mai 2006 Geschäftsführer des Restaurants. Bis dahin wird dieses noch vom jetzigen Besitzer-Ehepaar geführt. Sohn Hanspeter von Allmen, der jetzige Küchenchef, wird sich künftig einer neuen Herausforderung zuwenden. RD

### Hotel-Handelsschule Bern

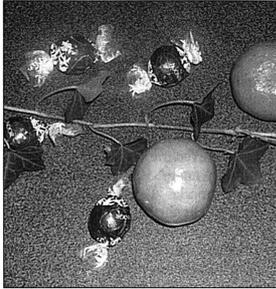
## ISO: «Kleine Perle im Mosaik»

■ Die Hotel-Handelsschule in Bern ist mit dem Qualitätslabel ISO 9001:2000 ausgezeichnet. Die Zertifikatsübergabe war mit einer kleinen Feier verbunden.

Christine Künzler

«Wir verfügen nun über ein Instrument, um Transparenz zu schaffen», sagte Martin Baumann, Leiter der zu hotellerie-suisse gehörenden Hotel-Handelsschule an der Zertifikats-Verleihung. Das ISO-Zertifikat sei «eine kleine Perle im Mosaik all unserer Tätigkeiten». Der Kundennutzen sei im Zentrum des Prozesses gestanden, so Baumann. Mit ISO habe die Hotel-Handelsschule einen wichtigen Meilenstein erreicht, sagte Christian Santschi, Leiter Beruf und Bildung bei hotellerie-suisse, an der Zertifikatsübergabe. Damit werde die Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit gestärkt. Auch für hotellerie-suisse-Direktor Christoph Juen ist das Qualitätsmanagementsystem ISO «ein ganz klares Erfordernis». Ein Qualitätsmanagementsystem wie ISO braucht es, um beim Kanton eine Zulassung als Berufsschule zu erhalten.

Baumann ist sich bewusst, dass die Zertifizierung erst der Beginn der Qualitätssicherung ist. Interne Qualitäts-Audits sollen bei der Umsetzung der neuen operativen Ziele helfen. Verschiedene Qualitätssicherungsmassnahmen sind bereits eingeleitet.



■ **Feierliche Stimmung.** Links: Qualitäts-Coach Kurt Abt, einer der Festredner. Bild rechts: Der strahlende Schulleiter Martin Baumann (l.) mit Thomas Eduard Meier von der Zertifizierungsstelle SGS. Umrahmt wurde die Feier von Alphornklängen. Fotos: MD

### Salon Culinaire Mondial 2005

## Bern und Singapur schafften ersten Rang

■ Beim «Culinary World Masters» siegte die Nationalmannschaft aus Singapur. Ein gutes Omen für die Schweizer ist der Sieg des Berner Teams «CCCB».

Gudrun Schlenczek

Der «Salon Culinaire Mondial», der alle sechs Jahre an der Igeho durchgeführt wird, gehört zu den fünf bedeutendsten Kochausstellungen weltweit. Kein Wunder, konnte sich die diesjährige Sieger-Nationalmannschaft aus Singapur bei der Prämierung vor Freude kaum halten (siehe Foto). Von insgesamt zehn angetretenen Nationalmannschaften schaffte es jene aus Kanada auf Rang zwei, die Schweizer belegte den dritten Platz. Deutlich besser schnitten die Schweizer bei den Wettkämpfen der Regionalmannschaften ab. Im erstmals ausgetragenen «European Culinary Challenge» siegte der «Cercle des Chefs de Cuisine Bern CCCB». Das Regionalteam «Biel Seeland» belegte den zweiten Platz, die



■ **Sieger des «European Culinary Challenge».** Das Berner Regionalteam «CCCB» schnitt als bestes von acht ausgewählten europäischen Regionalteams ab.



■ **Sieger des «Culinary World Masters».** Beim Wettkampf der Koch-Nationalmannschaften schaffte es das Team aus Singapur auf den ersten Platz. Fotos: zvg

«Meistervereinigung Gastronom Baden Württemberg» den dritten. Bei der rein kalten Kochkunstschau, der «Art Culinary Cup» wurden keine Plätze vergeben. Doch gleich drei Schweizer Teams schnitten mit der höchsten Punktezahl

ab: Aargauer Kochgilde, «Swiss Junior National Team», «Swiss Armed Forces Culinary Team». Der Sieg des CCCB ist

ein gutes Omen für die Schweizer: Das Berner Team stellt die Schweizer Koch-Nationalmannschaft ab Mai 2006.



**GASTRONOMIE 11**  
**Zöliakie** | Es fehlt an glutenfreien Speisen in der Gastronomie. Ein Caterer und ein Lieferant wollen dem nun abhelfen.



**GASTRONOMIE 12**  
**Guide Michelin 2006** | Im Restaurant-Führer für die Schweiz werden vier neue Restaurants mit einem Stern ausgezeichnet.



**TOURISMUS 14**  
**Medical-Wellness** | Daran führt kein Weg vorbei, sagte Fachfrau Eveline Lanz Kaufmann am Tourismustag in Altdorf.



Schlussbilanz Igeho 2005

«Die Stimmung an der Igeho war äusserst positiv»

Die Aussteller und Besucher der Igeho 05 zeigten sich in einer ersten Umfrage zufrieden und beeindruckt von der diesjährigen Basler Fachmesse.

Karl Josef Verding

832 Aussteller und 78 052 Besucher zählte die Igeho 05. Sie sei ein sehr guter Jahrgang: Dieses Fazit zogen gemäss den Messeveranstaltern die Aussteller, Verbände, Besucher und die Organisatoren selber zum Abschluss der Messe in Basel. Erfreulich für die Aussteller waren demgemäss die hohe Qualität der Kontakte und die Entscheidungskompetenz der Fachbesucher. Diese lobten ihrerseits das Niveau der Produktpräsentationen der Aussteller und die vielen Sonderschauen.

Walo Dalhäuser, Leiter Gastronomie- und Lebensmittelfachmessen der Messe Schweiz AG, stellt fest: «Die Stimmung unter den Ausstellern, aber auch den Besuchern war äusserst positiv. Erfreulich war auch der Zuwachs von 12,7% an Ausstellern aus dem Ausland, zum Beispiel aus Deutschland, Österreich, Italien und Polen. Zum ersten Mal begrüsst wir Aussteller aus Ländern wie der Türkei oder Südkorea.»

«Bei uns lief es einfach super – wir wurden überrannt»

Rund 76% der 78 052 Besucher aus 16 Ländern gaben der Igeho 05 laut den Organisatoren ein sehr gutes bis gutes Gesamturteil. Nicht nur die «World of Inspiration» mit ihren vier Themeninseln im Bereich Innenarchitektur, Design und Technik habe das Fachpublikum überzeugt. Auch die anderen Sonderpräsentationen, wie das neue «Igeho Forum 05 – meet eat drink think», und das Centre Gastronomie mit seinen internationalen Akzenten, hätten grosse Beachtung gefunden.

Rolf Buchmann, Manager der Business-Unit Nestlé Food Services resümiert: «Unsere Gesamtbeurteilung der Igeho 05 fällt sehr gut aus. Für uns war es eine erfolgreiche Fachmesse, und dank unseren Aktivitäten in der Romandie durften wir sehr viele Besucher aus der französischen Schweiz an unserem Stand begrüssen.» Und Michael Schai, Leiter Marketing Hiestand Schweiz AG, fasst zusammen: «Bei uns lief es einfach super. Wir wurden quasi von Besuchern überrannt.»

Die nächste Igeho findet vom 17. bis 21. November 2007 in Basel statt.

Siehe auch Seite 8

hotelleriesuisse

Neue Klassifikation löst Trends aus

Die Ergebnisse der Klassifikationsrunde 2005 zeigen: 4- und 5-Sterne-Häuser befinden sich in ausgezeichneten Verfassungen, während Mittelklasse-Hotels zunehmend unter Druck geraten. Präsentiert wird den Medien heute auch die tiefgreifende Revision der Hotelklassifikation.

Karl Josef Verding

Die Ergebnisse der Klassifikationsrunde 2005 bestätigen verschiedene Tendenzen in der Entwicklung der Schweizer Hotellerie, die hotelleriesuisse seit einigen Jahren konstatiert: In den Kategorien 4- und 5-Sterne-Hotels seien 2005 wiederum zahlreiche innovative Projekte realisiert worden. Die erheblichen Investitionen von Besitzern einzelner Erstklass- und Luxusbetriebe sowie renommierter Hotelketten hätten dazu geführt, dass die Anzahl Hotels in diesem Segment praktisch unverändert blieb.

«Hervorragende internationale Positionierung»

Damit sei die Schweizer Luxus- und Erstklasshotellerie international hervorragend positioniert, betont hotelleriesuisse – zahlreiche 4- und 5-Sterne-Häuser gehörten gar zur absoluten Weltspitze. Die Schweizer Hotellerie widerspiegeln damit die weltweit ungeborene Nachfrage nach Luxusgütern und -dienstleistungen. Allerdings bleibe festzuhalten, dass dank zunehmendem Mäzenatentum nicht alle Konzepte in diesem Segment auch wirtschaftlich rentabel geführt werden müssen.

Die Aufsteiger 2005

Die Aufsteiger der Klassifikationsrunde 2005 sind:  
**Ostschweiz:** Hotel Münchwilen in Münchwilen, von 3\* zu 4\*; Hotel Albana, Davos, 0\*/2\*.

**Nordwestschweiz:** Hotel Ambassador, Bern, in Arbeit/4\*; Hotel Arabelle, Bern, 0\*/2\*; VCH-Hotel Friedegg, Aeschi b. Spiez, 2\*/3\*; Hotel Schweizerheim, Grindelwald, 1\*/2\*.

**Westschweiz:** Hotel Le Vieux Manoir, Murten, 4\*/5\*; Hotel Simplonblick, Raron, 0\*/2\*; Domaine de la Gracieuse, Lonay, 1\*/A (Apparthotel); Hotel Diana, Münster VS, 1\*/2\*. *KJV*



Deutlich sichtbar klassifiziert. Die neuen Kleber der Schweizer Hotelklassifikation: Mit den fundierten, anspruchsvollen Kriterien ihrer Klassifikation bewahrt die Schweizer Hotellerie ihre internationale Konkurrenzfähigkeit. Illustrationen: zvg

Insgesamt hat die Anzahl klassierter Hotels von im Vorjahr 2303 auf 2218 abgenommen. Der Rückgang fand in erster Linie bei den 2- und 3-Sterne-Häusern statt. Mittelklasse-Hotels haben in einem sich immer stärker differenzierenden Umfeld zunehmend mit Schwierigkeiten zu kämpfen. Auch in der Hotellerie bestätigte sich somit der allgemeine Trend des «Schrumpfens der Mitte». Insbesondere das 1- und 2-Sterne-Segment zerfällt in eine moderne Budget-Hotellerie und in einen Bereich mit kleinen Häusern, die oft kaum mehr über die Ressourcen für die notwendigen Investitionen verfügen.

Bei den Spezialisierungskategorien wird im Vergleich zu 2004 eine weiterhin rege Nachfrage beobachtet. Während typische Spezialisierungen der

Stadthotellerie wie Business-, Kongress- und/oder Seminarhotel weitgehend stabil blieben, ist die Anzahl der Ferienhotels gemäss der aktuellen Bilanz rückläufig. Die zunehmende Schwierigkeit, Saisonhotels wirtschaftlich rentabel zu führen, liegt neben den beschränkten Öffnungszeiten auch im umgebremsten Ferienwohnungsbau begründet.

Generell setzte sich der Strukturwandel in der Hotellerie auch 2005 fort, was sich in erster Linie darin äussert, dass die Anzahl der Hotels rückläufig ist, die Summe der Hotelzimmer, respektive Hotelbetten aber konstant bleibt. Insgesamt decken die klassifizierten Hotels rund 80% aller in der Schweiz getätigten Übernachtungen ab.

hotelleriesuisse präsentiert den Medien ausserdem die revidierte Schweizer Hotelklassifikation, die am 1. Januar 2007 in Kraft treten wird. Erste Trends der neuen Hotelklassifikation lassen sich bereits erkennen: Standardnormen können neu nicht mehr kompensiert werden; dies führt dazu, dass Hotels, welche die Minimalnormen nur knapp erfüllen, die Kategorie nicht mehr halten können. Die Inspektionen haben gezeigt, dass die Unterschiede innerhalb einer Sterne-Kategorie sehr gross sind, und der Zusatz Superior daher eine willkommene Differenzierung schafft. Die Superior-Kategorien sind insbesondere bei den 3- und 4-Sterne-Häusern sehr beliebt; es werden grosse Anstrengungen unternommen, diese Auszeichnung zu erreichen.

Auch 21 Nichtmitglieder

Klassifizierte Nichtmitglieder sind:  
**Ostschweiz:** Arosa: Hotel Obersee, 3\*; Hotel Blatter's Bellavista, 4\*; Posthotel, 4\*; Hotel Gspan, 3\*; Hotel Belri, 3\*; Hotel Erzhorn, 2\*; Hotel Seehof, 3\*; Pension Mezzaprada, 2\*; Hotel Touring, 2\*; Hotel Hohenfels, 3\*; Hotel Arlenwald, 3\*; Hotel Quellenhof, 2\*; Hotel Sonnenhalde, 3\*; Hotel Carmen, 2\*; Hotel Haus am Wald, 0\*. Sowie: Hotel Rustico, Laax, 3\*; Hotel Chasa Nova, Samnaun, 3\*; Hotel Chesa Pool, Sils-Maria, Unique. **Nordwestschweiz:** Kongress Hotel Kreuz, Bern, 3\* Seminar. **Westschweiz:** Hotel Excelsior, Genf, 3\*; Hotel Rex bed+breakfast, Zermatt, 4\*. – *Insgesamt: 21. KJV*

Mystery-Checks im Hotel

Im Rahmen der revidierten Hotelklassifikation wurde die SGS Société Générale de Surveillance SA in Zürich von hotelleriesuisse beauftragt, jährlich in ausgewählten Hotels unangemeldete Inspektionen – so genannte Mystery-Checks – durchzuführen. Dabei werden erfahrene Inspektoren die Service-Qualität, den Umgang mit Gästereklamationen, das Erscheinungsbild des Hauses, die Handhabung von Sonderwünschen, die Freundlichkeit des Personals und die Hygiene der Hotels prüfen. Ziel ist es, in Ergänzung zur Infrastruktur auch die Dienstleistungen aus der Sicht des Gastes zu beurteilen. *KJV*

Mit Konsumenten-Blick

hotelleriesuisse und das Konsumentenforum kf Deutscheschweiz haben vereinbart, enger zusammenzuarbeiten. Die Präsidentin des kf ist nun Mitglied der unabhängigen Kommission Hotelklassifikation von hotelleriesuisse. Das durch diese Kommissionsarbeit entstehende Insiderwissen soll an die Konsumenten weitergegeben und der Bekanntheitsgrad des Schweizer Klassifikationssystems in der Öffentlichkeit erhöht werden: Was bedeuten die Sterne-Kategorien? Was darf der Gast in einem 3-Sterne-Hotel erwarten, welchen Mehrwert hat er im 4-Sterne-Haus, und was macht einen Superior-Betrieb aus? *KJV*

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

**Nachdiplomstudium Hotelmanagement HF**

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

hotelleriesuisse

hotelfachschule thun  
 schule, gastronomie & tourismus

La qualità è servita

**ippergros**

www.ippergros.ch

«DAS VERSICHERUNGSANGEBOT DER HOTELA HAT UNS ÜBERZEUGT.»

Rund 4000 Unternehmen aus der Schweizer Tourismus- und Freizeitindustrie vertrauen in die Dienstleistungen der HOTELA.

HOTELA

www.hotela.ch

# Geld macht glücklich. Auch in Fremdwährung.

Wir übernehmen die Abwicklung des bargeldlosen  
Zahlungsverkehrs. Entspannend unkompliziert –  
auch in Fremdwährungen und bei Distanzgeschäften.

## ADUNO

Alles in einem

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

MasterCard

Maestro

VISA

VISA  
Electron

## Bier-Umsatz

■ Brauerei Schützengarten. 129 800 Hektoliter Bier setzte die St. Galler Brauerei im Geschäftsjahr 2004/05 ab. Dies entspricht einem Rückgang von 1,3 Prozent. Er wurde wettgemacht durch das alkoholfreie Bier «Schützengold». Nach 2700 Hektoliter im Vorjahr konnten im Braujahr 2004/05 6000 Hektoliter davon verkauft werden. Frankenmässig erhöhte sich der Bier-Umsatz aufgrund der Verschiebung zu Bier-spezialitäten um 2,6 Prozent auf knapp 36 Millionen Franken. RD

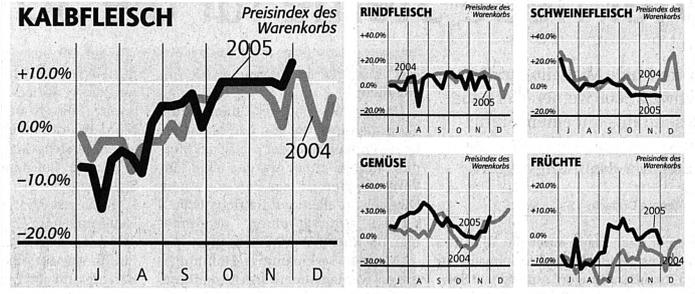
## Domino's Pizza

■ Neue Filiale in Winterthur. Nach Genf, Lausanne, Zürich und Neuchâtel hat die amerikanische Pizza-Lieferdienst-Kette «Domino's» jetzt auch in Winterthur eine Filiale eröffnet. Es ist die achte in der Schweiz. «Domino's Pizza» gibt bekannt, dass in den kommenden Monaten weitere Eröffnungen an verschiedenen Standorten in der Schweiz geplant seien. «Domino's Pizza» ist die sechstgrösste Gastronomiekette der Welt und in der Schweiz seit 2000 vertreten. RD

## Firmenkauf

■ Schulthess kauft KKT. Die Schulthess Group in Bubikon-Wolfhausen übernimmt per 23. Dezember alle Anteile der deutschen KKT Kraus Kälte- und Klimatechnik GmbH, in Lauf. Die KKT Kraus ist ein deutscher Hersteller von Anlagen und Geräten zur Kälte- und Klimatechnik und erarbeitet einen Umsatz von rund 50 Millionen Franken. Das Unternehmen wird mit dem bestehenden Mitarbeiterstab weitergeführt. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart. RD

## PRODINDEX 21. 11. BIS 26. 11. 2005 Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega



## Zöliakie

# Neue Anbieter glutenfreier Snacks

■ Von Zöliakie Betroffene meiden ein Essen ausser Haus. Denn meist stossen sie in der Gastronomie auf Unverständnis. In die Angebotslücke wollen jetzt ein Gastro-Zulieferer und ein Caterer springen: Die finnische Moilas und die Zürcher Sarys SA bieten Glutenfreies.

Guidrun Schlenzcek

Zöliakie ist im Vergleich zu Diabetes ein Minoritätenproblem. Zirka 1 Prozent der Bevölkerung leidet an Zöliakie (siehe Box). Trotzdem findet Anita Dimas, Geschäftsführerin der IG Zöliakie der Deutschschweiz, ein gesondertes Angebot in der Gastronomie notwendig: «Betroffene müssen strikt glutenfrei essen. Da aber in der Gastronomie Entsprechendes auf dem Speiseplan fehlt, kochen sie lieber selbst zu Hause mit Freunden». Gerade mal 12 Deutschschweizer Adressen sind auf der Liste der empfehlenswerten Gastgewerbebetriebe der 2300 Mitglieder zählenden Interessengemeinschaft vermerkt. Darunter ist kein einziger aus dem Grossraum Zürich.

### Bedingung: Keimfreie Produktionsräume

In diese Lücke will jetzt die Sarys SA mit Sitz in Zürich springen. Zusammen mit der IG Zöliakie hat der Caterer gesunder Snacks für Business-Lunches bis grössere Events (www.sarys.ch) ein glutenfreies Sortiment kreiert: Zum Start gibt es 20 Produkte – Salate, Sandwichs, Spiesse, Sushi, Gebäck – der insgesamt 350 Fingerfood-Spezialitäten von Sarys nun auch gluten- und laktosefrei. Obwohl die glutenfreien Rohstoffe weit teurer sind, verlangt Geschäftsführer und Inhaber Sven Beichler nicht mehr fürs gleiche Produkt: «Die Abnehmer sind ja Patienten. Wir wollen nicht den Eindruck erwecken, dass wir sie ausnützen.» Auf die Idee gestossen sei er durch einen guten Kunden.

Da bei Sarys die Fingerfood-Spezialitäten sowieso alle einzeln frisch hergestellt werden, falle die separate Zubereitung weniger ins Gewicht. Ins Geld



■ Glutenfreies Sandwich von Sarys. Das Ausser-Haus-Angebot für von Zöliakie Betroffene ist dünn. In Zürich gibt es gemäss der IG Zöliakie keinen Gastrobetrieb mit glutenfreiem Angebot – gerade für Arbeitende ein Problem. Foto: vzw

ging jedoch die Startinvestition: In der Zürcher Produktionsküche an der Nordstrasse musste ein keimfreier Bereich mit allen nötigen Gerätschaften eingerichtet werden, um eine Kreuzkontamination mit Getreidespuren der übrigen Produktion auszuschliessen. Die haus-eigenen Sushis musste Beichler im Labor prüfen lassen. «Momentan ist das noch ein Verlustgeschäft», so Beichler. Der Ökonom ist aber überzeugt, «dass das rentieren wird». Bereits ab einer Belieferung von 10 Personen pro Tag, bei einem Bestellvolumen pro Person zwischen 30 und 40 Franken, würde sich die Produktion glutenfreier Kost lohnen. Beichler: «Ziel ist, dass wir 10 Prozent des Umsatzes mit gluten-freien Snacks erzielen.»

### Glutenfreier Convenience-Food für die Gastronomie

80 Prozent der Rohstoffe bezieht Sarys bei Moilas. Die finnische Nummer eins in Sachen glutenfreier, tiefgekühlter Convenience-Produkte ist erst seit März dieses Jahres in der Schweiz präsent. Auch Moilas will in eine bestehende Lücke springen. Die Schweizer Primefood SA, die glutenfreie Pasta, Pizza, Lasagne etc. des europäischen Leaders in diesem Segment, der DS-

Food, hierzulande vertreibt, liefert nämlich ausschliesslich in den Retailkanal. Im Gegensatz zu anderen Anbietern im Reform-Segment bietet Moilas wie DS-Food jungen Trend-Food: Zum Beispiel Hamburger, Pizza und Muffins neben der klassischen Brot-Range. Das Angebot soll demnächst noch mit Fischstäbchen und Vegiburgern ergänzt werden.

Um den Gastro-Kanal entsprechend bedienen zu können, sucht der Schweizer Moilas-Vetreter, Roland Burkhardt aus Münsingen, nun den Kontakt zum Belieferungs- und Abholgrosshandel. «Bei glutenfreien Fertigprodukten besteht eine grosse Angebotslücke», so Burkhardt. «Es ist besser, auf garantiert glutenfreie Convenience-Produkte zurückzugreifen, als in der Gastronomieküche

zu versuchen, mit glutenfreien Mehlen selber Pasta herzustellen», doppelt Anita Dimas nach. Glutenfreie Mehle seien schwieriger zu verarbeiten. Zudem muss eine glutenfreie Produktion absolut abgeschirmt sein vor allfälliger Kontamination durch normale Mehle.

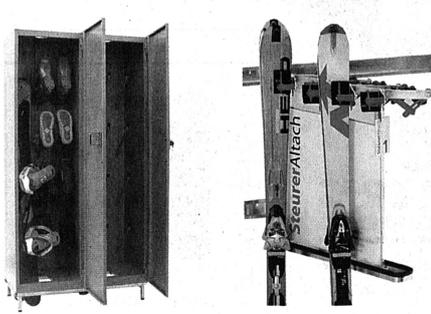
### Viele Rohstoffe sind von Natur aus glutenfrei

Grundsätzlich empfiehlt Dimas eine Küche, die auf von Natur aus glutenfreien Frischzutaten beruht und ein Anrühren aller Sossen mit Maisstärke. «Glutenfrei koste ich gar nicht so schwierig, da vieles von Natur aus glutenfrei ist.» Nicht notwendig sei dagegen, dass die Produkte konsequent ohne Milchzucker hergestellt sind. Dimas: «Die Laktoseintoleranz besteht oft als Symptom der noch nicht erkannten Zöliakie. Nach einer gewissen Zeit der Ernährungsumstellung vertragen die Zöliakiebetroffenen Laktose in den meisten Fällen wieder.» Sie bemängelt, dass die Gastronomen zu schlecht informiert sind: «In den Wirtekursen lernt man hunderte von Weinen, aber nichts über Zöliakie.» Dass die Gastronomen keine Nachfrage nach glutenfreien Produkten spüren, ist für sie nicht verwunderlich. «Viele Betroffene haben aufgegeben, danach zu fragen, weil der Wunsch von vielen Anbietern gar nicht verstanden wird», meint Dimas.

Anzeige

SteurerAltach

## Skidepots und Trocknungsgeräte



www.steurer.info

- + Professionelle Planung + Hochwertige Materialien
- + Trocknen innert Stunden
- + Broschüre 2006: kostenlos!



Steurer GmbH  
Staudenstraße 34,  
A-6844 Altach  
Tel. +43 5576-76363  
Fax +43 5576-76760  
Email office@steurer.info  
Internet www.steurer.info

## Was von Zöliakie Betroffene essen dürfen

■ Zöliakie ist eine Unverträglichkeit des Dünndarms gegenüber Gluten. Gluten ist ein Sammelbegriff für Proteine (Klebereiweisse), die in Getreide enthalten sind. Betroffene können beschwerdefrei leben, solange sie eine glutenfreie Ernährung konsequent einhalten. An Zöliakie Leidende vertragen folgende Getreidesorten und nicht: Weizen, Roggen, Gerste, Hafer, Dinkel, Ur-Dinkel, Grünkern, Triticale, Kamut, Einkorn, Emmer. Das gleiche gilt für alle aus diesen Getreidesorten hergestellten Pro-

dukte respektive Produkte, die diese enthalten. Die glutenhaltigen Getreide werden in der Zöliakie-Küche durch Reis, Mais, Hirse, Kartoffeln, Buchweizen, Kastanien, Soja und weitere Hülsenfrüchte, Quinoa, Amaranth, Tapioka, Maniok etc. ersetzt. Dabei ist zu beachten, dass beispielsweise Buchweizenteigwaren nicht noch einen Weizenmehlanteil haben dürfen, sondern rein aus glutenfreien Zutaten bestehen müssen. Weitere Infos unter: www.zoeliakie.ch GSG

Guide Michelin

# Vier neue Sterne für die Schweiz

■ Im Guide Michelin für die Schweiz 2006 werden vier neue Restaurants mit einem Stern ausgezeichnet. Neu gibt es die Kategorie «Hoffnungsträger».

Renate Dubach

Seit ein paar Tagen steht die 13. Ausgabe des Guide Michelin Schweiz in den Buchhandlungen. Auf fast 600 Seiten werden über 2000 Hotels und Restaurants vorgestellt. Neu mit einem Michelin-Stern dürfen sich vier Schweizer Restaurants schmücken: Didier de Courten vom neu renovierten Hotel «Terminus» in Siders, Lucia und Felix Eppisser vom «Rigiblick» in Zürich, sowie die «Auberge de la Veveyse» in Vevey/Saint-Légier und

«La Roseraie» in Yvorne, beide im Waadtland.

Insgesamt sind es hierzulande 92 Restaurants, die von den Michelin-Leuten mit einem oder mehreren Sternen ausgezeichnet worden sind. Im Vorjahr waren es vier Betriebe mehr. Dies sei vor allem auf Betriebsschliessungen zurückzuführen, begründet man bei Michelin den Rückgang.

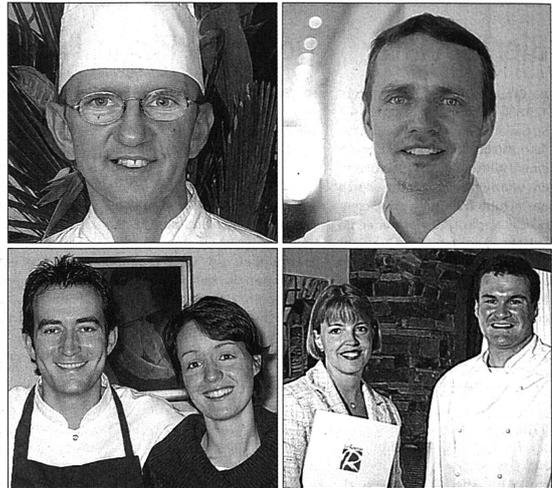
Mit der Bezeichnung «Hoffnungsträger» werden neuerdings Restaurants bezeichnet, die in Zukunft mit einem Michelin-Stern ausgezeichnet werden oder in die nächst höhere Kategorie aufrücken könnten. Allerdings müssen sie dazu die Qualität ihrer Leistungen dauerhaft und auf die gesamte Karte bezogen bestätigen.

Auch in dieser Rubrik gibt es vier Betriebe. Auf den ersten Stern hoffen

dürfen das «San Matteo» in Cagiallo/TI und das «Caprice» in Wengen/BE. Ein zweiter Stern ist bei «Le Trianon» in Le Mont-Pèlerin/VD und beim soeben mit einem ersten Stern ausgezeichneten Didier de Courten aus Siders/VS in Sichtweite.

Auch redaktionell gibt es ein paar Neuerungen im Guide Michelin für die Schweiz. Neben einer praktischeren Einführung für eine einfachere Handhabung und einer modernisierten, lesbareren Gestaltung wurden im Zuge des anhaltenden Trends zu Wellness-Wochenenden und -Ferien neu diejenigen Hotels mit einem Wellness-Symbol ausgezeichnet, die über einen angenehmen Wellness-Bereich verfügen.

Guide Michelin Schweiz 2006, 576 Seiten, 37 Franken.



■ Stars mit Stern. Felix Eppisser (o.l.), Didier de Courten, Jean Sébastien Ribette mit Sahondra Verdan («Veveyse», u.l.), Christophe und Nadine Rod («La Roseraie»).



## Food

## Backwaren

**ROMER'S HAUSBÄCKEREI AG**  
FEINBACKWAREN, TIEFGEHÖLT!  
Telefon 055 293 36 36

## Kaffeerösterei

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

## Gastro-Grosshandel

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

## Backwaren

**Grosse Apéro-Auswahl**  
**Marcel Köpflli AG**  
Tiefkühlspezialitäten  
Obergrundstrasse 44  
6003 Luzern  
Tel. 041 240 26 36  
Fax 041 240 06 18  
info@koepfliag.ch  
www.koepfliag.ch

## Gastro-Grosshandel

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

**Logistik Zentrum Telefon**  
8953 Dietikon 044 746 55 55

**Bestellservice Telefon**  
Bussigny 021 633 23 23  
Kriens 041 348 07 00  
Zermatt 027 967 32 02  
[www.howeg.ch](http://www.howeg.ch)

## Gastrolieferservice

**SIE HABEN DIE GÄSTE.**

Wir die Marken.  
**scana**  
[www.scanashop.ch](http://www.scanashop.ch), [www.scana.ch](http://www.scana.ch), [info@scana.ch](mailto:info@scana.ch)

## Gastro-Grosshandel

**Growa CC** Tel./Tél.  
4512 Bellach 032 644 21 44  
3543 Emmenmatt 034 402 30 13  
4900 Langenthal 062 919 03 93  
3812 Wilderswil 033 826 16 16  
Internet: [www.growa.ch](http://www.growa.ch)

## Gastro-Grosshandel

Cash-Carry  
**CCA Angehrn**  
Früche für Profis.

**Engros-Frischmarkt**  
**Engros-Lebensmittelmarkt**  
**Engros-Nonfoodmarkt**

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

[www.cca-angehrn.ch](http://www.cca-angehrn.ch)  
Ihr Gratis-Draht zum nächsten CCA:  
0800 ANGEHRN

## CG&e Servicio Gastro

La qualità è servita  
**ippnergros**  
cash + carry  
servizio gastronomia

Cash & Carry Noranco  
091 986 49 60  
Cash & Carry Losone  
091 791 56 61  
[www.ippnergros.ch](http://www.ippnergros.ch)

## Non-Food

## Kaffeemaschinen

**M. Schaeerer AG**  
Kaffeemaschinen  
Gewerbestrasse 15  
3502 Moosseedorf  
Tel. 031 858 51 11  
[www.schaerer.com](http://www.schaerer.com)  
info@schaerer.com

## Textilien

**Schwob & Co. AG**  
Leinenweberei  
Kirchbergstrasse 19  
3401 Burgdorf  
Telefon 034 428 11 11  
Telefax 034 428 12 22  
[www.schwob.ch](http://www.schwob.ch)  
contact@schwob.ch

## Sicherheitsschränke und Tresore

Ihr Spezialist für Zimmer-/Hoteltresore und Alarmanlagen!

Sie finden uns an der IGENO in der Halle 2 beim Stand Nr. 856.

**aeschmann**  
Aeschmann-Safe GmbH  
3422 Kirchberg • [www.aeschmann-safe.ch](http://www.aeschmann-safe.ch)

3. Quartal 2005

## Markantes Plus in der Stadt Bern

■ Im dritten Quartal 2005 vermeldet die Stadt Bern markante Zuwächse bei den Übernachtungszahlen. Gegenüber dem Vorjahresquartal (94 174) stieg die Zahl der Hotelgäste um 8,5 Prozent auf 102 185. Bei den Logiernächten (162 524) betrug das Plus gar 9,7 Prozent (neu: 178 233). Weiter teilt die Stadt Bern mit, die Gliederung nach Herkunft der Gäste zeige, dass im dritten Quartal 2005 die Zahl der Inlandgäste bei den Ankünften um 25,7 Prozent auf 45 660 und die der Übernachtungen um 21,8 Prozent auf 71 916 zugenommen hat. Demgegenüber verzeichnet die Statistik bei den Auslandsgästen 56 525 Ankünfte (gegenüber 57 854) oder eine Abnahme von 2,3 Prozent. Die Logiernächtezahl dagegen stieg um 2,7 Prozent auf 106 317, gegenüber 103 482 im dritten Quartal 2005.

HRF

Partnerschaft

## Wie Capri und St. Moritz kooperieren

■ Immer konkreter wird die Liaison zwischen St. Moritz und Capri. Jetzt steht fest, wie sich die strategische Partnerschaft entwickeln soll.

Laut Fabrizio D'Aloisio von St. Moritzer Tourismus inserierten die beiden Partner bereits gegenseitig in ihren Imagebroschüren und lancierten gemeinsame Hotel-Pauschalen sowie kulinarische Events mit den Küchen aus dem jeweils anderen Ort. Geplant sind gemeinsame Promo-Anlässe ab Frühjahr 2006, der Austausch von Hotelpersonal und gegenseitige Praktika von Tourismus-Schulen. D'Aloisio: «Natürlich lösen wir auch jedes Mal, wenn wir zusammenkommen, Medieninteresse aus, was wiederum für alle Partner attraktiv ist.»

HRF



■ Glänzende Grüsse nach Capri. An Motiven für Hochglanzauftritte, die auch den Italienern gefallen, mangelt es St. Moritz mit Sicherheit nicht. Foto: Swiss-Image

Gästeschwund

## Lenk will Jugend mit Lagern holen

■ Gegen die rückläufigen Frequenzen bei jugendlichen Skifahrern schreitet Lenk nun zur Tat. Wie der «Berner Oberländer» berichtet, sollen Skilager fortan professionell organisiert werden, um so Lehrer zu entlasten – und gleichzeitig Anlagen und Betten auszulasten. Darum sind rund 5000 Briefe mit Faltprospekt von Lenk aus an Schulen im Mittel- und Unterland verschickt worden. «Wir werden interessierte Schulen besuchen und bei den Schulbehörden aktiv werden», erläuterte Skischulleiter Rolf Kaiser gegenüber der Zeitung. Mit diesem Vorgehen seien im benachbarten Ausland – wo sich das gleiche Problem stellt – bereits Erfolge erreicht worden. Hintergrund der rückläufigen Zahlen bei jugendlichen Skifahrern ist offensichtlich die Konkurrenz durch das Snowboarden.

HRF



# MARKTPLATZ

### Gastro- und Heimtextilien

## Gastfreundschaft mit Stil ...

... vom Fachgeschäft für:

- Bankett- und Tafel-Tischwäsche
- fleckabstossende Tischwäsche
- Küchenwäsche
- Bettwäsche und Betttücher
- Bettwaren
- Frottierväsche

Lassen Sie sich von unseren Ideen und unserem vielseitigen Angebot inspirieren!

**HUNKELER**  
GASTRO- UND HEIMTEXTILIEN

Eduard Hunkeler · Gastro- und Heimtextilien  
Rosenweg 1 · 8260 Reiden  
Telefon 062 758 23 07 · Natel 079 647 01 77  
Fax 062 758 41 47  
hunkeler.gastro.textil@bluewin.ch

### Grossküchentechnik

**ELRO**

Grossküchentechnik

www.elro.ch

### Kältetechnik

**coolwave ag**

die kühle welt für professionelle kältetechnik  
Industrie neuhof 4, ch-3422 kirchberg  
tel. 034 445 69 80 / fax 034 445 69 83  
info@coolwave.ch / www.coolwave.ch

### Wellness-Anlagen

**KLAFS**

Die Wellnessspezialisten



Sauna / Sanorium

**Klafs Saunabau AG**

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

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

### Grossküchen-Anlagen

GROSSKÜCHEN SELF-SERVICE-ANLAGEN

**schmocker** AG

Ihr Spezialist für die Fabrikation und Einrichtung von

**GROSSKÜCHEN UND SELF-SERVICE-ANLAGEN**

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

### Kaffeemaschinen

**cafina**

Kaffeemaschinen für  
Gastronomie und Betriebsverpflegung

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

**DORMA**

DORMA AG, Thal  
T 071 886 46 46 - F 071 886 46 56

DORMA SA, Lausanne  
T 021 641 66 50 - F 071 641 66 55

info@dorma.ch

### Raumtrennsysteme



Mobile Trennwände für moderne Lebensräume.

### Küchenzubehör

**NOSER-INOX**

Gastronomie-Kochgeschirr

Die Qualität, die für Profis zählt.

Noser-Inox AG  
CH-5452 Oberrohrdorf  
Tel. 056 496 45 12  
Fax 056 496 58 66  
www.noser-inox.com  
info@noser-inox.com

### Innenausbau

**Strasser**

Gastro Innenausbau Hotel Innenausbau  
Bar-Bufferanlagen Hotel Empfangsanlagen  
3608 Thun info@strasserthun.ch  
Telefon 033 334 24 24 www.strasserthun.ch

### Bargeldloses Zahlen

**XA SMART SOLUTIONS FOR RETAIL**

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

Zahlungsterminals • Terminals de paiement

### Hotelwäsche

Tisch Bett Küche Bad  
Von Experten - für Experten  
**ZETAG**  
gastrotextilien  
ZETAG AG, Textilwerk Somtal, Postfach 28, 9213 Hauptwil  
Tel 071 424 62 50, Fax: 51, www.zetagtextiles.ch

## Top-Adressen

■ Kaffeemaschinen  
**Machines à Café Cappuccino SA**  
Puits-Godet 8  
2000 Neuchâtel

■ Offenausschank-Anlagen  
**POST-MIX AG**  
www.postmix.com

■ Treuhand für  
Hotellerie und Restauration  
**Gastroconsult AG**  
Blumenfeldstrasse 20  
8046 Zürich  
www.gastroconsult.ch

■ Treuhand für  
Hotellerie und Restauration  
**HRT Revisions AG**  
Blumenfeldstrasse 20  
8046 Zürich  
Telefon 01 377 54 32

### Hotelwäsche

**Der Partner**

für textile Hotel- und Gastronomieausstattung

Tischwäsche Frottierväsche Bettwäsche  
Bettwaren Küchenwäsche Sondergrößen  
Berufsbekleidung Einstickungen Einwebungen

Spürbar Qualität  
**wäschekrone**  
Tel. 0848 - 804100 - www.waeschekrone.ch

### Verbrauchsmaterial

**Distrimondo AG**  
Oberebene 57  
5620 Bremgarten

Alles was die Gastronomie (ver)braucht.  
Telefon 056 648 23 00  
Fax 056 648 23 29  
info@distrimondo.ch  
www.distrimondo.ch

### Gastropapiere

**WIDA Papiere AG**

Servietten- und Papierwarenfabrik

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

### Namensschilder/Werbeartikel

**HAENNI PROMOTION**

Werbe- und Geschenkartikel

Namensschilder mit Stil und Qualität,  
starke Magnete, weltweit millionenfach bewährt  
Generalvertretung Schweiz:  
Haenni Promotion  
Chnürbrüchi 48, CH-8197 Rafz  
☎ 01 869 41 00, E-Mail: info@haennipromotion.ch  
www.haennipromotion.ch

## Aeschi probt den Alleingang

■ **Aeschi.** Aeschi Tourismus wird auf Ende 2006 bei Thunersee Tourismus austreten und sich selber vermarkten. Grund dafür sind die Finanzen, wie Thomas Knupp, Präsident von Aeschi Tourismus, gegenüber dem «Berner Oberländer» sagt. Die Rechnung 2004 von Aeschi Tourismus schloss mit einem Defizit von 36'000 Franken, das Eigenkapital sank um 50 Prozent – dies obwohl die Löhne der Mitarbeitenden im Tourismusbüro am Anfang dieses Jahres um 10 Prozent gekürzt worden sind.

Mit der eigenen Vermarktung des Orts erhoffen sich die Touristiker eine Verbesserung ihrer finanziellen Lage. Aeschi setze auf freundliche, kompetente und schnelle Antwort auf Gästeanfragen sowie auf Konzentration der Kräfte. Die wichtigste Aufgabe sei es jedoch, neue Vorstandsmitglieder für den Tourismusverein zu finden. Falls sich die finanzielle Situation von Aeschi Tourismus verbessere, soll der Entscheid zum Austritt bei Thunersee Tourismus neu überdacht werden. CK

## Wegweiser

■ **Pro Safiental.** Der Verein Pro Safiental hat drei touristische Projekte realisiert: einen «Tourismus-Wegweiser», (eine Art Leitbild, das die touristischen Massnahmen für die nächsten fünf Jahre festhält), einen neuen Internetauftritt ([www.safiental.ch](http://www.safiental.ch)) mit Veranstaltungskalender und ein Handbuch mit CD zum markenrechtlich geschützten Begriff und Logo «Safiental». Damit soll laut «Die Südschweiz» ein einheitlicher Auftritt der Region ermöglicht werden. CK

## Schokolade geniessen und ein Hotel buchen

■ **St. Gallen.** Die Besucherinnen und Besucher in St. Gallen können ab sofort Süßes mit Nützlichem verbinden: Der traditionsreiche St. Galler Schokoladenhersteller Maestrani hat im historischen Blauen Haus in der Altstadt eine Chocolaterie eröffnet, in der St. Gallen-Bodensee Tourismus ein zusätzliches Dienstleistungszentrum eingerichtet hat. Zum einen können die Besucher des Stiftsbezirks nach dem Kulturelberlebnis ein typisches Schweizer Produkt – Schokolade in flüs-

siger oder fester Form – geniessen, andererseits erhalten sie hier Auskünfte über das weitere touristische Angebot der Destination, können ein Hotel reservieren oder Ansichtskarten und Stadtpläne erwerben. Für die Information der Touristen besteht ein separater Ladenteil. Informationsprospekte, Veranstaltungskalender und Werbroschüren stehen kostenlos zur Verfügung. Die entsprechend geschulten Mitarbeitenden der Chocolaterie erteilen touristische

Auskünfte und reservieren auch Hotelzimmer. Wer sich etwas mehr Zeit nimmt, kann die neusten Werbefilme der Region an einem grossen Bildschirm verfolgen. Neben der Cafeteria und dem Maestrani-Verkaufsladen stehen im Untergeschoss ein Choco-Atelier und der angrenzende Gewölbekeller für Kinderfeste, Events und Gruppenanlässe zur Verfügung. Nachmittags kann dort live mitverfolgt werden, wie der Confiseur Schokoladeprodukte herstellt. CK

## Alpenarena

### Die Marke hat ausgedient

■ Die Alpenarena konnte sich nicht als Marke positionieren. Sie war bei den Gästen zu wenig bekannt. Nun hat die Alpenarena.ch AG gehandelt: Ab sofort werden die Sommer- und die Winterangebote unter zwei verschiedenen Marken vermarktet.

Christine Künzler

Das komplette Winterangebot wird neu unter der Marke Laax vermarktet, das Sommerangebot unter der Marke Flims positioniert. Laut Pressemitteilung sind auch die Aufgaben neu verteilt worden: Die Alpenarena.ch AG ist für die Angebotsgestaltung und die Produkt-Entwicklung im Sommer zuständig. Die Weisse-Arena-Gruppe übernimmt die Vermarktung inklusive der Direktreservierung von der Alpenarena.ch AG. Die Winter-Vermarktung der gesamten Destination Flims Laax Falera erfolgt nun über die Direktreservierung und über das Internet auf [www.laax.com](http://www.laax.com).

Der Grund für diese neue Strategie sind Untersuchungen der Universität St. Gallen. Sie zeigen, dass die Alpenarena nicht als Marke positioniert werden konnte. «Bei einer Erhebung zur Bekanntheit der Alpenarena in der Schweiz landeten wir auf einem hinteren 37. Platz. Es musste also dringend gehandelt werden, um unsere Region mittel- und langfristig wieder auf einen der vorderen Plätze zu bringen», so Helen Cabalzar, Verwaltungsratspräsidentin der Alpenarena.ch AG.

### Winter und Sommer: zwei unterschiedliche Produkte

Im Sommer und im Winter kommen zwei unterschiedliche Gästetypen in die Destination Flims Laax Falera. Die Überschneidung von Sommer- und Wintergästen beträgt nur 3 Prozent. «Die Destination hat zwei Stärken: den Sommer und den Winter. Dies sind zwei unterschiedliche Produkte mit zwei sehr verschiedenen Zielgruppen und die haben auch unterschiedliche Erwartungen und Bedürfnisse», wird Andreas Bärtsch, Verantwortlicher für Marketing und Sales der Weissen-Arena-Gruppe in der Pressemitteilung zitiert.

Die Umsetzung der Marke Laax erfolgte zuerst. Für die Sommerpositionierung werden mit Gemeindevorstellern, mit Repräsentanten des Hoteliervereins sowie weiteren Leistungsträgern die Details gemeinsam ausgearbeitet.

Die Weisse-Arena-Gruppe startet übrigens mit einer Neuheit in den Winter: Einer neuen beheizten 6er-Sesselbahn Mutta Rodunda. Die neue Sesselbahn bietet nicht nur technisch das Nonplusultra, sondern auch einen Komfort, der laut Pressemitteilung einzigartig in der Schweiz ist: Die Gäste werden auf beheizbaren Sitzen auf den Berg transportiert.



■ Am Rande des Zentralschweizer Tourismustags pflegten sie die zwischenmenschlichen Beziehungen: (v.l.) Judith Renner-Bach, Direktorin Schweizer Tourismusverband, Wellnessfachfrau Eveline Lanz Kaufmann mit Urs Emch, Schweiz Tourismus, Peter Reinle, Direktor Vierwaldstättersee Tourismus. Fotos: Christine Künzler

## Zentralschweizer Tourismustag

# Gesundheit: «Grosses Potenzial»

■ Das Thema des diesjährigen Zentralschweizer Tourismustags in Altdorf ist aktuell: «Megatrend Gesundheit – ein lukratives Feld für den Tourismus?». Dass sich mit Gesundheitsprävention Geld verdienen lässt, waren sich alle einig. Die Umsetzung jedoch ist eine andere Frage.

Christine Künzler

Dass das Thema auf Interesse stiess, zeigen auch die vielen Anmeldungen, die bei den Organisatoren des Tourismustags, Hochschule für Wirtschaft HSW, Institut für Tourismuswirtschaft, Luzern, Luzern Tourismus und Vierwaldstättersee Tourismus, eingegangen sind. Rund 280 Teilnehmende wollten wissen, wie sich mit dem Megatrend Gesundheit Geld verdienen lässt.

Medical Wellness, eine erweiterte Form von Wellness, umfasst die geistige Aktivität, körperliche Fitness, Ent-

spannung und gesunde Ernährung und setzt auf die Selbstverantwortung. «Jeder Mensch hat ein Potenzial für mehr Lebensqualität», sagte die Wellness-Beraterin Eveline Lanz Kaufmann. So gesehen ist das Gastesegment von Medical-Wellness umfassend.

Wie sich diese Selbstverantwortung für die Gesundheit fördern lässt, war denn auch ein Thema, das die Teilnehmenden an der Podiumsdiskussion beschäftigte. Stephan Sigrist, Senior Researcher am Gottlieb Duttweiler Institut: «Wir müssen die Verhaltensmuster ändern.» Dazu könnten auch Touristiker ihren Beitrag leisten. Sportarzt Beat Vülliger (Chefarzt und Direktor des Swiss Olympic Medical Center, Bad Ragaz, das zu den Grand Hotels gehört) plädierte für eine plakative Vermittlung dessen, was gesund essen und bewegen heisst. Hans-Ueli Regus, Generaldirektor der Krankenkasse Swica, vertrat indes die Meinung, Vorschriften brächten keinen Erfolg. «Wir müssen Gesundheitsprävention über Lust und Lifestyle vermitteln, sie muss «in» sein.»

Für Hoteliers, die Medical Wellness anbieten wollen, ist es unerlässlich, mit medizinischen Fachleuten zusammenzuarbeiten, individuelle, auf den Gast zugeschnittene Packages inklusive Tipps für zuhause sowie ein ganzheitliches Konzept zu bieten, das auch die Ernährung umfasst (fettarm, regionale Produkte usw.). Laut Stephan Sigrist müssen auch die Vorgesetzten im Hotel eine Vorbildfunktion übernehmen, so dass das Gesundheitsbewusstsein bis an die Basis durchdringt. Wichtig ist auch, dass im Haus die Wellness-Atmosphäre gepflegt wird.

### «Kein Weg führt an (Medical)Wellness vorbei»

Für Eveline Lanz Kaufmann führt kein Weg an (Medical)Wellness vorbei. «Der Megatrend Gesundheit bietet für den Tourismus ein riesengrosses Potenzial», sagt sie. Jeder touristische Unternehmer solle sich überlegen, wie schnell er dorthin komme. Der deutsche Hotelbesitzer Horst Rahe (Paradies Touristik AG und Deutsche Seerederei GmbH), dem unter anderem die auf Wellness spezialisierten A-Rosa-Resorts gehören, relativiert in seinem Referat: «Medical-Wellness ist kein Allerheilmittel für den Tourismus. Es geht nicht, dass damit unvorbereitet schnell viel Geld verdient wird.» Medical-Wellness müsse mit viel Seriosität angegangen werden. Davon, dass Hoteliers und Touristiker erfolgreich auf Gesundheitsprävention setzen können, ist jedoch auch er überzeugt. Macht er doch einen Paradigmenwechsel hin zu «selbst bezahlter Gesundheit» aus.

Medical-Wellness ja, aber nicht für alle Hotels. Betriebe wie die Grand Hotels Bad Ragaz und der «Hof Weissbad» haben bereits eine Klinik angegliedert. Kleinere Hotels können und müssen einen anderen Weg suchen, um vom Megatrend profitieren zu können. Ein Beispiel: Josef Nölly, Besitzer des 3-ster-

ne-Hotels Rössli in Weggis (120 Betten) hat 2,5 Mio. Franken in einen Wellnessbereich investiert, der rentabel betrieben wird, wie er am Tourismustag schilderte. Er will nun sanft in Medical-Wellness einsteigen: mit Laserbehandlungen.

Bevor Medical-Wellness Logiernächte bringen kann, sind einige Nüsse zu knacken: Die Menschen zu mehr Selbstverantwortung zu motivieren, dürfte die härteste sein. Krankenkassen zur Kooperation zu bewegen die zweit-härteste. Allerdings hat Swica-Chef Regus in Altdorf den Hoteliers zugesichert, gute präventive Angebote zu unterstützen. Damit Medical-Wellness möglichst schnell umgesetzt werden kann, rät Sigrist, konkrete Massnahmen mit Politikern, Medizinern und Touristikern zu diskutieren.

## Wellness-Management: Neuer Vorbereitungskurs

■ Jürg Stettler, Leiter ITW Institut für Tourismuswirtschaft an der Hochschule für Wirtschaft HSW Luzern, hat am Tourismustag in Altdorf über eine neue Weiterbildung informiert: der Vorbereitungskurs für die Höhere Fachprüfung Wellness-Management. Die Ausbildung wird vom ITW Luzern in Zusammenarbeit mit der Klubschule Migros ab Herbst 2006 angeboten. Die Leitung obliegt Eveline Lanz Kaufmann. Der Vorbereitungskurs ist offen für Führungskräfte in Wellness-, Sport- und Freizeitzentren mit einer Ausbildung wie Wellness-Trainer, Physiotherapeut, Masseurin usw. Der berufsbegleitende Vorkurs umfasst 50 Kurstage mit 400 Lektionen, einer externen Projektwoche und dauert rund 18 Monate. Kursorte sind die HSW Luzern und/oder Migros-Klubzentren in der ganzen Schweiz. CK

Nähere Auskünfte unter [itw@hsw.fhn.ch](mailto:itw@hsw.fhn.ch)

## Die fünf Treiber des Gesundheitstourismus

■ Tourismusprofessor Jürg Stettler zeigte die fünf Treiber des Gesundheitstourismus auf:

– **Gäste/Bevölkerung:** Kein anderer Trend ist so langfristig abgesichert wie die Alterung der Bevölkerung. Das Gesundheitsbewusstsein steigt: alle wollen bis ins hohe Alter vital bleiben. Die Folge davon ist eine gesteigerte Nachfrage von Gesundheitsangeboten.

– **Gesundheitskosten:** Das überproportionale Wachstum der Gesundheitskosten kann langfristig zu einem begrenzten Leistungskatalog in der Grundversicherung und zunehmender Eigenverantwortung des Versicherten führen.

– **Gesundheitspolitik:** Die zunehmende Förderung der Prävention durch die

Politik könnte einschneidende Folgen für den Gesundheitstourismus in der Schweiz haben.

– **Krankenkassen:** Mit Hilfe von attraktiven Zusatzangeboten wie zum Beispiel einer Kooperation mit einem Wellnesshotel, versuchen die Krankenkassen, gute Risiken, das heisst junge und Gesunde, anzulocken. Das ermöglicht den Hoteliers neue Produkte und Kooperationen.

– **Spitäler/Ärzte:** Das hohe Qualitätsniveau der medizinischen Dienstleistungen in der Schweiz zieht ausländische Gesundheitstouristen an. Hier lassen sich nicht nur im Bereich Hospitality-Dienstleistungen neue Produkte entwickeln, sondern es können auch Packages geschnürt werden. CK



**FOKUS 19**  
**Grand Hotels Bad Ragaz** | Nicht zuletzt dank Medical Wellness erzielt das Luxus-Resort Spitzenwerte bei der Rentabilität.



**FOKUS 21**  
**Roland Mack** | Der leitende Gesellschafter des Europa-Parks Rust benennt dessen Erfolgsfaktoren: Standort, Themen und Qualität.



**PLATTFORM 22**  
**Ratgeber** | Pro forma eine Rechnung ausstellen? Werden bei einer Reservation solche Wünsche geäußert, ist Vorsicht geboten.



Kaffee-Systeme für Frühstück und Bankett

# Trend geht hin zu kleinen Maschinen

■ Den günstigen Filtermaschinen erwächst Konkurrenz von Instant-Kaffeemaschinen, Kleingeräten und Portionen-kaffee-Systemen. Der Gastronom schätzt den Convenience-Grad und den flexiblen Einsatz. Anschaffungskosten und Kapazitäten divergieren jedoch stark.

Guido Böhrer

Für grosse Gästezahlen eignet sich nach wie vor die traditionelle Mahlkaffee-Filtermaschine. Zum Warmhalten ist Filterkaffee sogar besser als unter Kolbendruck erzeugter Kaffee, denn die drucklose Brühung extrahiert weniger Bitterstoffe. Filtermaschinen gibt es entweder mit Papierfilter- oder Mikrosieb-Einsätzen. Melitta und HGZ werben für die Filtermethode, weil «der satzfreie Kaffee bei Standzeiten länger frisch bleibt». Mikrosiebe helfen zusätzlich Material- und Personalkosten zu sparen. Ein Filter-Mengenbrüher von WMF kann bis hundert Liter Kaffee vorbrühen und warmhalten. Gemäss Christoph Lehner, Produktmanager von HGZ in Dällikon, legen aber heute sowohl Instantkaffeegeräte als auch Bohnen-Vollautomaten zu – zulasten der günstigen Filtersysteme.

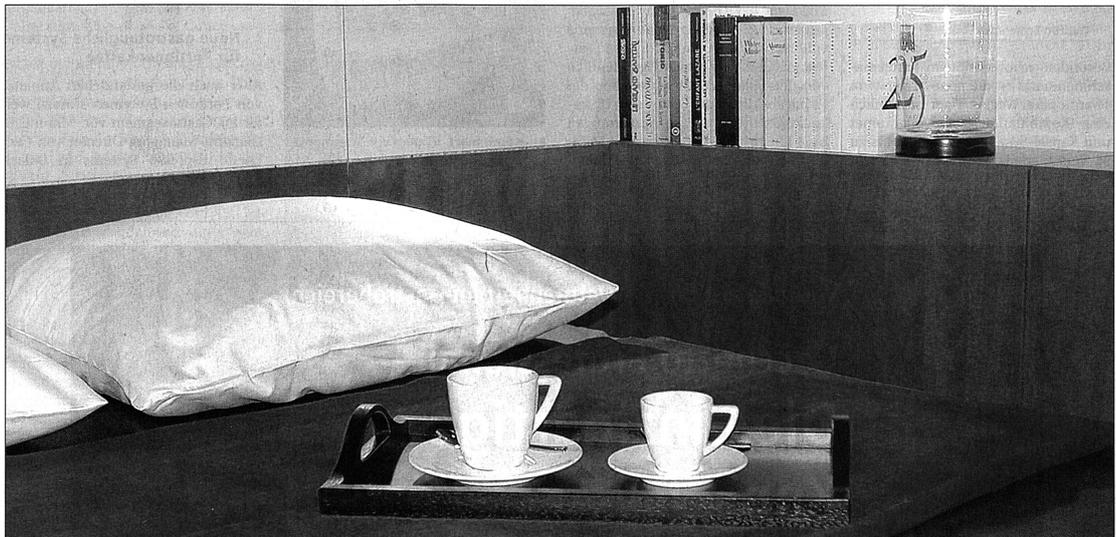
Technisch sind Instant-Kaffeemaschinen prädestiniert für die rasche und einfache Kaffeezubereitung, aber auch qualitativ holen sie auf. Manche liefern inzwischen ein Schäumchen wie eine Kolbenmaschine, was vor allem von Schweizer Gästen erwartet wird. «Der Qualitätsunterschied ist zwar merkbar», meint Lehner, «aber was man bevorzugt, hängt von der individuellen Vorliebe ab».

## Das Schäumchen auf dem Kaffee macht ein Propeller

Eines der Extraktssysteme ist «Cafitesse» vom holländischen Röster Douwe Egberts. Der Exklusivvertrieb in der Schweiz und in Liechtenstein erfolgt durch die Firma Repa AG in Seon. Cafitesse arbeitet mit tiefgekühltem Kaffee-Extrakt. Man taut die «Bag-in-Boxes» kartonweise auf, setzt sie in die Maschine ein, welche beim Getränkebezug Heisswasser dazumischt. Die Milch stammt aus ungezuckerter Kondensmilch. Elsbeth Martin, Verkaufsleiterin bei Repa, räumt ein, dass ein merkbarer Unterschied zum Kolbenkaffee besteht, findet aber «die Qualität liege zwischen Kolben- und Filterkaffee».

Repa verkauft ihr System für Bankette, in 3- und 4-Sterne-Hotels und an Spitäler. In der Schweiz stehen 1200 Maschinen im Einsatz. Hauptzielgruppe sind in der Hotellerie Häuser ab 80 Betten: Ab einer bestimmten Abnahmemenge bekommen die Betriebe die Maschine leihweise zur Verfügung. In 3-Sterne-Hotels herrscht die Selbstbedienungsvariante vor, in 4-Sterne-Betrieben die bediente. Die Gäste müssen nicht aufs Schäumchen verzichten: Die Cafitesse-Maschine kann zwar keine Original-Crema erzeugen, da sie nicht mit Druck brüht, aber sie besitzt zum Schäumen einen Propeller.

Nicht mit Flüssigextrakt sondern Instantpulverkaffee arbeitet das Selbstbedienungsssystem von Cinopresso der Firma Cappuccino in Neuenburg. Der Vorteil: Alle Getränkearten sind möglich. Dieses Gerät liefert eine stabile



■ **Kaffee zum Aufwachen.** Bei Nespresso Professional kann man sich die Kapselssysteme gut auf dem Hotelzimmer vorstellen und hat die Idee an der Igeho mit einem rekonstruierten Hotelzimmer (Foto) beworben. Für die grosse Nachfrage am Frühstücksbuffet eignen sich dagegen eher Gastro-Vollautomaten. Foto: Gudrun Schlenzker

Crema und der Kaffee schmeckt vergleichsweise angenehm – ohne gequälten Trocknungs-Beigeschmack. «Über tausend Geräte stehen in der Schweiz im Einsatz, in 2- und 3-Sterne-Hotels sowie im Seminar- und Bankett-Geschäft», freut sich Verkaufsleiter Daniel Hurni. Die Verkäufe seien leicht steigend.

## «Bei den grossen Geräten ist der Markt gesättigt»

Gehobene Hotels setzen oft leistungsfähige Bohnenvollautomaten beim Frühstück ein. Seit kurzem gibts auch für Kleinbetriebe eine adäquate Lösung: Die neue «Solis Ultra» mit Cappuccinatore liefert zwar nur vierzig Tassen Kaffee pro Stunde, kostet aber auch nur 3200 Franken. Zum Vergleich: Ein grosses Modell der Profi-Klasse leistet und kostet rund das Sechsfache. Somit kann ein Betrieb mehrere kleine Maschinen statt eine grosse anschaffen oder die Investition staffeln. Allerdings bestehen noch keine Erfahrungen mit der Langlebigkeit der Maschine.

Den Trend zu kleineren Maschinen bestätigt Franke-Produktmanager Christoph Hurni: «Bei den grossen ist der Markt gesättigt.» Auch Schaeerer-Verkaufsleiter Roger Andres konstatiert: «Die Verkäufe grosser Apparate stagnieren.» Nicht zuletzt dank deren Langlebigkeit. Mit «Coffee Factory» führt ebenfalls Schaeerer in Moosseedorf eine «Kleinere» im Sortiment: Dank Selbstbedienungs-Funktion, Cappuccino- und Warmmilch-Bezug eignet fürs Frühstücksbuffet und «als Einzelmaschine vor allem in kleinen Hotels aller Klassen», so Marketingleiter Urs Steiner.

## Vollautomaten für den Kännchen-Bezug

An der Igeho stellte Cafina in Hunzenschwil die neue «Melittacup-breakfast» vor, ein Kolben-Vollautomat für Mahlkaffee, der mit fast demselben Druck brüht wie eine Espressomaschine. «Das Ergebnis ist ein kräftiger Kaffee», ver-

spricht Roger Werndli, Product-Manager bei Cafina AG, eine Tochterfirma der deutschen Melitta. Die Cup-Breakfast wirft den Kaffeesatz-Presskuchen selbsttätig aus und wird vollautomatisch gereinigt. Der Tassenbezug geschieht aus einem 3-Liter-Warmhaltegefäss. Cafina zielt mit dieser Neuheit

vor allem auf Garni-Hotels. – Die höhere Investition machen Profi-Vollautomaten mit vielen Programm-Funktionen wett. Zum Beispiel die neue «Alpha» von Cafina mit einer Kännchen-Repetier-Automatik. Dies bieten auch die Geräte von Franke oder Schaeerer: Bei der Sinfonia von Franke ist die Por-

tion programmierbar, ebenso können grosse Warmhaltekanen mittels Auslauf-Umschaltung direkt befüllt werden. 5000 dieser Maschinen stehen in der Schweizer Hotellerie im Einsatz, vor allem in gehobenen und internationalen Betrieben.

Portionen-Systeme siehe Seite 16

## Anschaffungskosten und Kapazitäten divergieren stark

Kaffeemaschinen-Hersteller/-Marke	Modelle, Funktionen und Preise
<b>Filter-Systeme mit gemahlenem Kaffee</b>	
Bravilor / HGZ	Bravilor, 15 bis 90 l/h, ab Fr. 800.–
WMF / Schaeerer	Programmat, 100 l/h, ab Fr. 20 000.–
Melitta / Cafina	Neu: Melittacup-breakfast, Filterkaffee-Vollautomat, Bezug aus Warmhaltetank, Cappuccinatore (Milchpulver), 240 T/h, ab Fr. 11 000.–
<b>Bohnen-Vollautomaten</b>	
Franke	Sinfonia, mit individuellem Kännchenbezug (Repetier-Automatik), SB-tauglich, Cappuccinatore, 250 T/h, ab Fr. 16 800.–
Rex-royal / HGZ	5600, 180 bis 300 T/h, ab Fr. 14 300.–
Schaeerer	Neu: Coffee Factory, 100 T/h, Frisch- oder Pulvermilch, Option Schokoladepulver, ab Fr. 8500.–; Neu: Coffee Art mit Cappuccinatore, 150 T/h, ab Fr. 10 000.–; Schaeerer Matic, 300 T/h, ab Fr. 19 000.–
Solis	Neu: Solis Ultra mit SB, Cappuccinatore mit Milchkühlschrank, Festwasser-Anschluss, 30 bis 40 T/h, ab Fr. 3199.–
Cafina	Neu: ALPHA, mit Frischmilch (zwei Milchsorten möglich), SB, Kännchenbezug (automatisches Repetieren), 200 T/h, ab Fr. 12 900.–
<b>Instant-Systeme</b>	
Bravilor / HGZ	Bolero, mit Pulver-Instantkaffee, Cappuccinatore mit Pulvermilch, ab Fr. 800.–
Cafitesse / Repa	Mit Crema und Milchschaum, bei Doppelbezug 1440 T/h, ab Fr. 4950.– Nur mit Douwe-Egberts-Kaffee kompatibel.
Cinopresso / Cappuccino SA	DC4 für SB, verwendet Pulverinstantkaffee, Crema, Cappuccinatore, 200 bis 500 T/h, ab Fr. 3450.–
<b>Portionen-Systeme</b>	
Lavazza / Cecchetto	Neu: «Cecchetto Professional» mit Espresso-Point-BLUE-Kapseln, SB, Gast schiebt Kapseln selbst ein, Dampfdüse und Cappuccinatore, 9 Kaffeesorten, 4 Lipton-Teesorten, Schokolade, Orzo, Bouillon, 120 T/h, Preis pro Portion 51 Rp. inkl. Maschine und Service.
Nespresso / Füllrer	Kaffeemaschine ES 100, Fr. 990.–; Neu: Cappuccinatore CS 20 Fr. 249.–, SB, Gast schiebt Kapseln selbst ein, 6 Kaffeesorten, 46 Rp. pro Tasse exkl. Maschine.
<b>Kombiniertes System</b>	
Thermoplan	«Tiger», Kolbenvollautomat mit Mühle, integrierter Milchlösung und Portionensystem in einem, bis 96 Produkte, 140 T/h, ab Fr. 6200.–

T/h = Ausstoss Tassen pro Stunde  
 l/h = Liter pro Stunde  
 SB = Selbstbedienung

Liste erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit

Portionen-Kaffeemaschinen

# Erster Vollautomat mit Pods-System

■ Portionenkaffee goes Gastro: ein All-in-one-Gerät offeriert Thermoplan. «Tiger» brüht genauso frisch gemahlene Kolbenkaffee wie Pods auf. Und Lavazza bietet mit «Point Blue» neu eine Kapselmaschine, die von einem Vollautomaten fast nicht zu unterscheiden ist.

Gudrun Schlenczek

Besonders revolutionär im Kaffeemaschinenmarkt ist die neue «Tiger» von Thermoplan, Weggis. Tiger ist nämlich eine Kombination von Vollautomat und Kapsel-System. So können bis zu 96 verschiedene Produkte hergestellt

werden. Mit einem Kaffee-Ausstoss von 140 Tassen pro Stunde kann Tiger punkto Geschwindigkeit fast in der Liga der professionellen Gastro-Maschinen mitspielen. Trotz einer Breite von nur 40 Zentimetern bietet der Neuling zwei Ausläufe.

Revolutionär ebenfalls die Milchschäumung: Diese erfolgt nicht mit Dampf, sondern mittels der patentierten Zahnradpumpe «Thermofoam». Mit Tiger hat Thermoplan ausserdem punkto Design einen Quantensprung vollbracht. Elegant und in diversen Farben erhältlich, hebt sich Tiger deutlich von den «Black&White»-Modellen der Firma ab. Mit einem optionalen Unterbaukühlschrank – Fassungsvermögen bis 4 Liter Milch –, einer zweiten Mühle und Dampfhaubt kostet das Table-



■ Kombiniert. «Tiger» von Thermoplan bietet Mühle und Pods-System.

Top-Gerät 9300 Franken (siehe Tabelle Seite 15). Wichtiger Unterschied zu den Systemen von Nespresso und Lavazza: Mit der Thermoplan-Maschine ist man nicht an einen Röster gebunden. Zudem muss man die teuren Pods nur für das einsetzen, wofür man sie eigentlich braucht: Nischenprodukte und Spezialitäten, wie beispielsweise für einen «Blue Mountain»-Kaffee. Die Maschine ist ab Februar 2006 lieferbar.

## Neue gastrotaugliche Systeme für Portionenkaffee

Aber auch die gestandenen Anbieter von Portionen-Systemen stossen weiter ins Gastrosegment vor. Mimmo G. Giaccone, Managing-Director von Cecchetto Espresso Systems in Bülach

(Lavazza) verweist auf die Vorteile des Kapsel-systems: Vielfalt von neun Kaffeessorten, einfache Handhabung und Reinigung. Bei Cecchetto entfallen zudem Anschaffungs- und Servicekosten, da die Maschinen über den Kapselpreis amortisiert werden. Rund 50 000 Lavazza-Maschinen stehen in Gastronomie-Betrieben, Büros und Privathaushalten im Einsatz sowie in den Gästezimmern von Swissölets.

Mit der an der Igeho vorgestellten «Weltneuheit Espresso Point Blue» bietet Cecchetto der Gastronomie nun eine Kapsel-Maschine, die in der Funktionalität einem professionellen Kaffeevollautomaten in nichts mehr nachsteht. Espresso Point Blue brüht alle gängigen Kaffee- und Kaffeemilchspezialitäten an zwei Ausläufen und bietet Dampf und heisses Wasser noch separat. Von Hand muss nur noch der Pod eingelegt werden. Ab einer Abnahme von 1000 Kapseln im Monat stellt Cecchetto die Maschine dem Gastro-nomen gratis ins Haus. Die Kaffeeportion kostet, Maschine und Wartung inbegriffen, 51 Rappen.

## Auch Nespresso will weiter in der Gastronomie expandieren

Bei Büro-Fürer in Dietikon, dem Generalvertreter für Nespresso Professional, pocht Marius Ammann, Verantwortlicher für den Horeca-Markt, auf die Vorteile der Sortenvielfalt (sechs Sorten), Qualitätskonstanz und «es entstehen keine Warenverluste». Die Professional-Maschinen verwenden Flachkapseln aus einer PET-Verbundfolie. Die Portion, ohne Maschine, kommt auf 46 Rappen zu stehen. Fürs Frühjahr 2006 plant man die Lancierung eines Modells, um weiter ins Gastronomie- und Catering-Segment zu expandieren. Es soll zwei Extraktionsköpfe, automatischen Kapsel-Einzug, Festwasseranschluss und einen integrierten «Cappuccinatore» bieten.

Mitarbeit: Guido Böhler

## Market Grounds

### Trendprodukte für die Caf bar

■ Mit einem Stand an der Igeho hat der deutsche Coffeeshop-Lieferant «Market Grounds» sein Engagement auf dem Schweizer Markt eingeläutet. Der Hamburger Spezialist liefert alles, was eine moderne Caf bar neben dem Kaffee braucht: Sirups von «da Vinci», «Insular»-Becher für den Coffee-to-go, Yogi-Chai-Tee, Table-Top usw. Selber produziert Market Grounds, exklusiv für die Gastronomie, das Teesortiment «Just T». CEO Lars Ellerbrock stammt aus dem Familienunternehmen H lsen&Lyon. Der Teeimporteur bestreitet gemäss Ellerbrock rund ein Drittel des Teesortiments der Migros. GSG



■ Neues «Tee-Frapp ». CEO Lars Ellerbrock erklärt die Basis: Teeextrakte und entrahmte Milch. Fotos: GSG

Vorhang auf für die Weltneuheit im Gastrobereich:

## Cecchetto Professional – Die einzigartige Kapsel-system-Lösung



Cecchetto Espresso Systems, der Pionier des italienischen Espresso-Genusses in der Schweiz, präsentiert mit «Cecchetto Professional» eine absolute Weltneuheit für den Gastrobereich: den erstmaligen Einsatz der Kapsel-system-Lösung Espresso Point BLUE für die Kaffeezubereitung auf höchstem Niveau. Und dies ohne jegliche Investition!

### Geniessen Sie unvergleichliche Vorteile:

- Anschaffungs-, Service- und Reparaturkosten gehören dank des Operating Systems und der lebenslangen Garantie der Vergangenheit an
- Einfachste Handhabung bei unverändert höchster Kaffeequalität
- Kaffeek stlichkeiten ganz nach Ihrem Geschmack - ob Espresso, Macchiato oder der klassische Café crème.

Exklusiv-Importeur von

**LAVAZZA**  
ESPRESSO POINT

Holen Sie sich jetzt die wahre Innovation von Cecchetto!

Tel. 043 305 03 03 • Fax 043 305 03 04 • verkauf@lavazza.ch • www.lavazza.ch  
Cecchetto Import AG • Kaffeestrasse 10 • 8180 Bülach

Anzeige

«Metropol» Zürich

## Ein ehemaliges Grand-Café wird wieder belebt

Die Zürcher Privatbank Hofmann stellt den ursprünglichen Charakter des Geschäftshauses an der Ecke Börsenstrasse/Stadthausquai in Zürich wieder her und lässt das ehemalige Grand-Café wieder aufleben. Kramer Gastronomie übernimmt den Betrieb der Gastro-Unternehmung, die neu als Restaurant «Metropol» auftritt, und einer Café-Bar im neuen Hauptsitz der Bank. Die Eröffnung des Restaurants, der Café-Bar und der Bank ist für Mitte 2007 geplant.

Kramer Gastronomie führt in Zürich mehr als zehn Betriebe mit unterschiedlichen Betriebskonzepten. Für die Restauration im «Metropol» sieht Christian Kramer, Geschäftsführer der Kramer Gastronomie, eine neue und flexible Art des Essens: «Der Name des Restaurants «Metropol» ist zugleich unser Programm. Wir servieren moderne und klassische Gerichte aus den grossen Metropolen dieser Welt, die vom Gast nach seinen eigenen kulinarischen Vorlieben zusammengestellt werden können.»

Mit der Gestaltung des Restaurants «Metropol» hat die Bank Hofmann die Zürcher Innenarchitektin Iria Degen beauftragt. Sie wurde unter anderem bekannt durch die Einrichtung des Restaurants «Jasper» im Hotel «Palace» in Luzern und durch die neue Gestaltung des Restaurants im fünften Stock des Globus an der Bahnhofstrasse in Zürich. RD

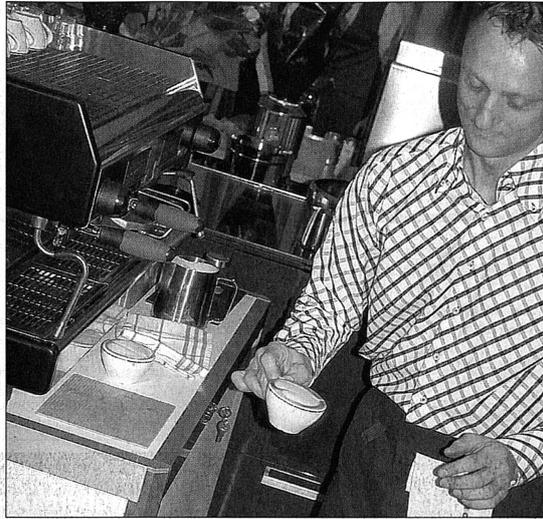
«World of Coffee 2006»

# Kaffee-Messe fast ausverkauft

Der Kaffee-Event im 2006 wird konkret: Die Messe ist sozusagen ausverkauft, das Rahmenprogramm steht. Im Januar startet der Ticketverkauf.

Guðrun Schlenzcek

Samuel Zenger, Direktor der Blaser Café AG, Bern, freut sich: «97 Prozent der Ausstellerfläche ist bereits vermietet.» Dabei startet die «World of Coffee» erst in einem halben Jahr. Schauplatz der Messe mit Rahmenprogramm und Barista-Weltmeisterschaft ist das BEA-Messe-Gelände in Bern (Ausstellungsfläche: 1550 m<sup>2</sup>). Für Zenger ist es nur logisch, dass die jährlich in einem anderen Land in Kombination mit der «World Barista Championship WBC» ausgetragene «World Speciality Coffee Exhibition & Conference» vom 19. bis 21. Mai 2006 in der Schweiz – unter dem Namen World of Coffee – stattfindet. Der Schweizer Koordinator der hinter dem Event stehenden Speciality Coffee Association of Europe SCAE betont: «70 Prozent des weltweiten Rohkaffeehandels erfolgt über Firmen, die in der Schweiz domiziliert sind.» Die Schweiz sei zudem führend im Bereich Kaffeevollautomaten. Zenger mahnt aber: «Wir müssen schauen, dass wir diese Position halten.» Denn die Entwicklung im Kaffeesegment gehe rasant voran, die schnelle Implementierung der Kaffee-Milch-Spezialitäten ist ein Beispiel.



Barista-Competition. 2006 wird die «World Barista Championship» in Bern ausgetragen. Foto: Der Schweizer Barista-Meister 2005, Kurt Bauer. Foto: Guðrun Schlenzcek

«So schnell werden wir in der Schweiz nicht mehr so viele Kaffeeexperten versammeln», unterstreicht Zenger die Einmaligkeit der World of Coffee 2006. Das Rahmenprogramm startet täglich

um 8 Uhr mit Workshops zu sieben Themenbereichen: Rösten, Brühen, Barista-Kurse, Vollautomaten, Tasting, Zusätzen und «Home Equipment». Zuständig für die Barista-Kurse ist Martin

Hildebrandt, der die World Barista Championship 2001 gewann.

### «Mindestens vier ehemalige Weltmeister kommen»

Samuel Zenger prophezeit: «Mindestens vier ehemalige Weltmeister werden an der World of Coffee 2006 anzutreffen sein.» Aber auch beispielsweise Café Einstein aus Berlin oder die «Copenhagen Coffee Academy» werden ihr Wissen weitergeben. Das Konferenz-Programm beginnt täglich um 9 Uhr und behandelt schwerpunktmässig folgende Bereiche: Nachhaltigkeit, Kaffee-provenienzen, Rückverfolgbarkeit, die Kunst des Kaffeezubereitens und Erfolgsstrategien für Coffeeshops.

Höhepunkt des Kaffee-Events ist sicher die «World Barista Championship WBC», die je hälftig von der SCAE und dem amerikanischen Pendant SCAA getragen wird. Nach zwei Tagen Austragung wird am letzten Tag der Messe der Sieger gekürt. Man rechnet mit Kandidaten – jeweils die amtierenden nationalen Barista-Meister – aus über 45 Ländern. Die zwei anderen Weltmeisterschaften, die «World Cup Tasters Championship» und den «World Latte Art Contest», sowie den «Coffee in Spirits Contest» koordiniert der deutsche Coffee-Consultant Stephan Schwarz. Das detaillierte Programm inklusive Ticketverkauf wird ab Anfang Januar 2006 unter [www.worldofcoffee.ch](http://www.worldofcoffee.ch) aufgeschaltet sein.

Anzeige

## Perfektes Wasser für 1a Kaffeegenuss

Das innovative Wasserfiltersystem AquaQueII PURITY von BRITA sorgt für absolut gleichmässige Wasserqualität und damit für ein perfektes Gelingen Ihrer Kaffee- und Teespezialitäten!

Verwöhnen Sie Kunden und Gäste und freuen Sie sich über optimierte Kostenkontrolle!



**BRITA**<sup>®</sup>  
Professional

[www.brita.ch](http://www.brita.ch)

BRITA AG  
Gassmatt 6  
CH-6025 Neudorf/LU  
fon: +41 (0) 41 / 9 32 40 27  
fax: +41 (0) 41 / 9 30 30 74  
info-ppd@brita.net

**HESSER**  
UNTERNEHMENSBERATUNG  
FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

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

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

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

**HESSER**  
UNTERNEHMENSBERATUNG  
FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

**Wir bieten  
interessante Betriebe z.B.:**

**Hotel-Garni**  
mit 50 Zimmer, in bekannter Ferienregion  
zu verkaufen  
\*\*\*

**Restaurationsbetrieb**  
mit 2,5 Mio. Umsatz  
im CH-Mittelland - zu verkaufen  
\*\*\*

**Verschiedene  
Ferienhotels**  
mit 80 - 200 Betten  
zu verkaufen - zu vermieten  
\*\*\*

**Verschiedene  
Geschäftsbetriebe**  
mit 40 - 80 Betten an guten Geschäfts-  
lagen zu verkaufen - zu vermieten  
\*\*\*

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

**SIGMA SOLUTION**

Immobilien - Treuhand - Consulting

Zu vermieten in Langenthal  
Grubenstrasse  
Renovierte

**2 1/2-Zimmer-Wohnung**

Grosser Gartensitzplatz.  
Parkettboden.

**Mietzins: Fr. 698.-  
+ Fr. 120.- HK/NK a conto**

SIGMA SOLUTION AG  
Tiergartenstr. 14 • 3400 Burgdorf  
Tel. 034 423 90 45 • Fax 034 423 90 46  
info@sigma-solution.ch

**BERNER OBERLAND**

**Zu verkaufen  
Hotel-Restaurant**

In schönster Lage mit Blick auf die  
Jungfrau und viel persönlichem  
Charme.

21 Zimmer.  
Restaurant mit 90 Sitzplätzen und  
grosser Panoramaterasse.  
Auskunft und Verkauf:  
**idea.immobiliens**  
Lärchenweg 3  
CH-3800 Matten/Interlaken  
Mobil 079 449 75 54  
gillmann@quicknet.ch

Zu verkaufen ab sofort  
in **Bodensee** Gemeinde  
12-jähriges, gepflegtes,  
**Hotel garni / Motel**

Grosszügig eingerichtet.  
An guter Passantenlage.  
VP CHF 1,6 Mio.  
hotelgarni@vtxfree.ch

P 168793/431919

**Gastroconsult**  
TREUHAND FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

**Verkauf**  
**Hotel Restaurant Dufour,**  
2500 Biel

Das zentral gelegene Hotel umfasst:

- Restaurant/Bar 80 Sitzplätze
- Terrasse 60 Sitzplätze
- Sitzungs-/Bankettsaal 28 Sitzplätze
- Frühstückszimmer 26 Sitzplätze
- Hotelzimmer 29 Hotelzimmer

Das Restaurant ist zeitgemäss eingerichtet, bietet ein  
gutbürgerliches Speiseangebot und italienische  
Spezialitäten an.

Die Standardzimmer entsprechen einem 3-Sterne Hotel.

Interessierten Käufern senden wir gerne eine Verkaufs-  
dokumentation.

Bitte melden Sie sich bei:

**Gastroconsult AG**  
Unternehmensberatung  
Fritz Rohrer  
Standstrasse 8, Postfach, 3000 Bern 22  
Telefon 031 340 66 30  
fritzrohrer@gastroconsult.ch

168677/428427

**Gsell & Partner**  
Kompetenz in Hotellerie und Restauration

**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

In Eigentümerschaft eines grösseren, gepflegten sowie  
neuzeitig eingerichteten **Restaurantsbetriebes** im  
Umkreis von **Schmerikon, Niederurnen und Glarus**  
gelegenen, suchen wir zur Nachfolgeregelung ein praxis-  
erprobtes, innovatives

**Mieter/in- (Ehe-)Paar.**

Das in der Region bestens bekannte Restaurant wurde  
im 1994 umfassend renoviert und ist in jeder Hinsicht  
den heutigen Bedürfnissen angepasst. Das Gasthaus  
zählt seit vielen Jahren als idealer Treffpunkt für jedermann  
zu jeder Zeit; für Stamm- sowie Geschäftspublikum.  
Das derzeitige Motto lautet: «Gute Küche bei höflicher  
Bedienung zu vernünftigen Preisen».

Zudem gehört zu Ihrem zukünftigen Aufgabenbereich  
das Renommée als verlässlicher Partner bei Anlässen,  
grösseren Veranstaltungen sowie im Bankettbereich  
weiter zu entwickeln. **Vorzugsweise** bringen Sie bereits  
Erfahrung in der Führung eines ähnlichen Gastro-  
konzeptes mit.

Bezüglich der Grössenordnung des Objekts sowie über  
das allgemeine Vertragliche, möchten wir Sie gerne  
persönlich informieren. Im Hause steht eine sehr  
schöne, geräumige 4 1/2-Zimmer-Wohnung mit Koch-  
gelegenheit sowie Personalzimmer zur Verfügung;  
ebenso ausreichende PV-Parkplätze. Zurzeit bestehen  
in der Woche 2 Wirtsonntage und Betriebsferien.

Eigenkapital bezüglich Kauf des Kleininventars ist  
nicht erforderlich! Ausserdem können wir vorteilhafte  
Mietkonditionen und -bedingungen anbieten. Eine aus-  
führliche Geschäftsdokumentation steht Interessenten  
zur Verfügung. **Absolute Selbstständigkeit** ist Ihnen  
gewährleistet. **Übernahmetermin?**: Ab sofort möglich,  
jedoch spätestens bis Ende März 2006.

Kommen wir ins Gespräch? ... es würde uns freuen.  
Wir nehmen uns gerne Zeit für Sie. - Vorerst erwarten  
wir Ihre Bewerbungsunterlagen unter Chiffre 168807 an  
hotel+tourismus revue, Postfach, 3001 Bern. ... A bientôt.

168807/211990

**IDEA-CASA**  
IMMOBILIEN

Ganz privat und sehr persönlich  
sucht zum Kauf  
**Hotel-Betrieb**  
50-150 Betten, Restaurants, Bar,  
\*\*\* oder \*\*\*\*\*. Kaufpreis bis  
6 Mio. Offerten an IDEA-CASA, 8252  
Schlatt oder Tel. 078 885 69 67

Gesucht per sofort kleines  
**Hotel - Personalhaus - Kontakt-Bar**  
zu mieten oder Kauf.  
**Mit oder ohne Partner.**  
Nur Kanton Luzern. Telefon 079 761 99 44  
168739/43079

**Sprachaufenthalte**  
21-jährige Erfahrung - Beratung kostenlos  
A+R Frischknecht Tel 044 926 39 58  
**www.sprachaufenthalte.ch**

Zu vermieten im Herzen der Schweiz  
**... Restaurant direkt am See**

Mit ca. 95 Sitzplätzen,  
grosser Garten-Terrasse, Beach-Bar  
und mit eigenem Bootsteg.  
Übernahme nach Vereinbarung.  
Wir orientieren Sie gerne.

Wirte-Fachleute mit Erfolgserfahrung  
und Eigenkapital melden sich bitte bei  
AWTreuhand AG,  
Erlinsbacherstrasse 3, 5001 Aarau,  
Telefon 062 822 34 77

P 168790/411697

Zu verkaufen: elektronische  
**Stempeluhren**

ab Fr. 598,-

- Rechnende Ausführung ab Fr. 790,-
- Badge-System ab Fr. 1800,-
- Stets rev. Occ. mit Garantie

**Jaeggi Uhrenanlagen**  
Lys: 032 384 50 51  
Zürich: 01 202 34 61  
www.jaeggi-co.ch  
info@jaeggi-co.ch

In Visp (Nähe Zermatt)  
zu verkaufen gut eingeführtes  
**Hotel ADLER Garni**  
in bester Lage.  
Jahresbetrieb.  
Günstiger Preis.  
**Telefon 027 946 34 62**

168791/430637

**Jazzfood®**

Umschalten auf Erfolg und Gewinn!  
Einzigartig! Originell! Klares Konzept!  
Erlebnisgastronomie!  
Kochrezepte prominenter Jazzgrössen!  
Liveplanung und Coach!  
Für Klein- und Grossbetriebe!

Die Jazzfood® Lizenz erhalten Sie  
via Villegas Entertainment  
Postfach 8611, 8036 Zürich  
(vorkonfirmierte Adresse beilegen)

168794/419087

**Führungsfachfrau/-mann**  
mit eidg. Fachausweis

Ausbildung mit Schwergewicht Dienstleistungsbranchen  
insbesondere Hotellerie, Gastronomie, Tourismus

5 Module im **Lehrgang Leadership**: Sozialkompetenz  
erweitern und das eigene Führungsverhalten weiter  
entwickeln. Mit Zertifikat Leadership SVF.

10 Module im **Lehrgang Management**:  
betriebswirtschaftliche Themen verständlich und stufen-  
gerecht. Mit Management-Diplom AKAD, gleichwertig  
zum Zertifikat Management SVF.

Mit diesen Ausweisen und mit mindestens einem Jahr  
Führungspraxis sind Sie zur eidg. Berufsprüfung zuge-  
lassen und können den Titel «**Führungsfachfrau/-mann  
mit eidgenössischem Fachausweis**» erwerben.

**Start zum Lehrgang Leadership:** 19. Juni 2006  
**Durchführungsort:** AKAD Zürich

Ein Kooperationsprojekt AKAD Business, Zürich  
und Weiterbildung hotellerieuisse, Bern

Anmeldung,  
Administration, Information:  
hotellerieuisse Weiterbildung  
Monbijoustrasse 130  
Postfach, 3001 Bern  
Telefon 031 370 43 01  
Telefax 031 370 42 62  
weiterbildung@hotellerieuisse.ch  
www.hotellerieuisse.ch/weiterbildung

**AKAD BUSINESS** **hotellerieuisse**

**20% Rabatt  
Nov. + Dez. 2005**

**Chlausmärt**

2. Dez. 09.00-19.00 Uhr  
3. Dez. 08.00-16.00 Uhr

- exklusive Aussenleuchten in Schmiedeeisen,  
Edelstahl und Aluminium
- Schmiedeeisen für Haus und Garten
- Bronzereihen, -Enten usw.
- Alugartenmöbel

**Rupp Metalltrend**

Schmiedeeisen und Leuchten  
Sarmenstorferstrasse 4-8, CH-5615 Fahrwangen  
Telefon 056 676 60 50

168507/289566

Wirtschaftlichkeits-Analyse

# Die rentabelsten Hotels auf einen Blick

Die Grand Hotels Bad Ragaz sind punkto Wirtschaftlichkeit die Spitzenreiter der Branche: Zu diesem Schluss kommt eine Analyse der Geschäftsabschlüsse, die das «Swiss Equity Magazin» zusammen mit der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit gemacht hat.

Theres Lagler

Allen Unkenrufen zum Trotz – es gibt sie doch: Hotelunternehmen, die rentieren. Die Redaktion der Anlegerzeitschrift «Swiss Equity Magazin» hat gemeinsam mit der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) die Geschäftsabschlüsse von 20 Hotels, deren Aktien an einer Börse oder ausserbörslich gehandelt werden, unter die Lupe genommen. Die besten Werte erzielten dabei die Grand Hotels Bad Ragaz, die im letzten Jahr ein regelrechtes Traumergebnis hinlegten. So wiesen sie mit 87,5 Mio. Franken den höchsten Umsatz aus (siehe Tabelle). Aber auch die Betriebsergebnis-I-Marge, die als Massstab für den Effizienzgrad in der Betriebsführung gilt, fiel mit 39% ausserordentlich gut aus. Das schlug direkt auf den Cashflow durch, der 14,9 Mio. Franken (17%) betrug. Im Vergleich mit den anderen Jahresbetrieben gilt es allerdings anzumerken, dass die Grand Hotels Bad Ragaz von ihrer Casino-Beteiligung profitieren konnten. Das Casino erzielte mit 22,8 Mio. Franken rund einen Viertel des Umsatzes.

**Hotel Victoria-Jungfrau: Spitzenposition eingebüsst**

Das Grand Hotel Victoria-Jungfrau in Interlaken, das im letztjährigen Ranking noch den Spitzenrang holte, verlor bei der aktuellen Bewertung etwas an Boden. Das Luxushotel erzielte in der Kategorie der Jahresbetriebe mit 36,2 Mio. Franken lediglich den drittstärksten Umsatz und konnte auch die Zimmerbelegung des Vorjahres nicht ganz halten. Die beste Zimmerauslastung bei den Jahresbetrieben erzielte – einmal mehr – das Kurhotel Hof Weissbad in Appenzell. Der 4-Sterne-Betrieb wies eine durchschnittliche Auslastung von 97% aus. Kein anderes Unternehmen schnitt in dieser Beziehung auch nur annähernd so gut ab. Allerdings wirkte sich dieser Spitzenwert nicht nachhaltig auf das Betriebsergebnis I aus. Eine mögliche Rolle könnte hier die Betriebsgrösse spielen, wie die Autoren des «Swiss Equity Magazins» festhalten. Punkto Auslastung erzielte aber



■ Erfolgreiches Resort-Konzept. Die Grand Hotels Bad Ragaz bieten dem Gast ein 5-Sterne- und ein 4-Sterne-Hotel, ein Thermalbad, ein medizinisches Zentrum, einen Golfplatz sowie ein Casino mit B-Konzession unter einem Dach. Foto: zvg

**Die besten 5-Sterne-Hotels**

Name	Hoteltyp	Gesamtumsatz in Mio. Franken	Betriebsergebnis I in % Umsatz	Zimmerbelegung in % 2003	Zimmerbelegung in % 2004	Cashflow in % Umsatz
Grand Hotels Bad Ragaz AG*	Ganzjahreshotel	87,50	39,0%	78,1%	79,7%	17,0%
AG Suvretta House	Ferienhotel	25,93	37,3%	k.A.	k.A.	k.A.
Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa	Ganzjahreshotel	36,23	29,5%	55,1%	56,9%	17,4%
Seiler Hotel Zermatt*	Ferienhotel	24,74	24,1%	k.A.	k.A.	k.A.
Park Hotels Waldhaus AG*	Ferienhotel	16,55	22,7%	60,3%	51,1%	6,6%
Beau-Rivage Palace SA	Ganzjahreshotel	45,46	20,9%	55,4%	56,2%	2,8%
Palace Luzern	Ganzjahreshotel	17,04	20,0%	51,5%	46,1%	5,8%
Dolder Grand Hotel	Ganzjahreshotel	8,64	10,0%	40,4%	37,3%	4,2%

\* Konzern (4- und 5-Sterne-Häuser)

Quelle: Swiss Equity Magazin, Geschäftsberichte

**Die besten 4-Sterne-Hotels**

Name	Hoteltyp	Gesamtumsatz in Mio. Franken	Betriebsergebnis I in % Umsatz	Zimmerbelegung in % 2003	Zimmerbelegung in % 2004	Cashflow in % Umsatz
Sunstar Hotel Grindelwald	Ferienhotel	9,87	35,2%	67,0%	57,0%	10,9%
Sunstar Hotel Albeina Klosters	Ferienhotel	1,73	35,0%	76,0%	k.A.	20,9%
Hotel Dolder Waldhaus	Ganzjahreshotel	8,78	32,8%	53,0%	50,3%	22,8%
Sunstar Hotels Davos	Ferienhotel	10,34	31,5%	51,0%	49,0%	13,9%
Sunstar Hotel Lenzerheide	Ferienhotel	4,17	30,4%	76,0%	75,0%	11,6%
Park Hotel am Rhein	Ganzjahreshotel	7,79	27,8%	79,7%	81,1%	10,7%
Sunstar Hotel Wengen	Ferienhotel	3,79	26,5%	78,0%	69,0%	11,0%
KW Kurhotel Weissbad AG	Ganzjahreshotel	1,11	26,5%	97,0%	97,0%	15,2%
Hotel Saratz AG	Ferienhotel	6,85	26,3%	52,3%	55,4%	4,2%
Sunstar Parkhotel Arosa	Ferienhotel	4,12	25,7%	63,0%	54,0%	5,0%
Sunstar Hotel Surselva Flims	Ferienhotel	2,70	19,7%	60,0%	75,0%	k.A.
Parkhotel Giessbach AG	Ferienhotel	6,36	19,0%	81,9%	73,5%	7,9%

Quelle: Swiss Equity Magazin, Geschäftsberichte

auch noch ein anderes Unternehmen, das stark im Gesundheitswesen verankert ist, ein gutes Resultat: Die Zimmer des Parkhotels am Rhein (Kurzentrum Rheinfelden AG) waren übers ganze Jahr gesehen zu 79,7% belegt.

**Sunstar Hotels: Dank der Gruppe mehr Marktmacht**

Bei den Saisonbetrieben konnte das «Suvretta House» in St. Moritz seine Spitzenposition bewahren. Mit fast 29 Mio. Franken hat es in seiner Kategorie den höchsten Ertrag erzielt und mit 37,3% gleichzeitig die beste Betriebsergebnis-I-Marge ausgewiesen. Geglänzt haben beim Betriebsergebnis I mit 35% aber auch die Sunstar-Hotels in Grindelwald und Klosters. Für diese gute Platzierung sind gemäss Beat Hess, CEO der Sunstar-Gruppe, drei Punkte ausschlaggebend. «Wichtig ist die überdurchschnittliche Belegungsrate in unseren Hotels. Diese ist darauf zurückzuführen, dass wir als Gruppe mehr Volumen bekommen, als es einem Einzelbetrieb gelingen dürfte», hielt er gegenüber dem «Swiss Equity Magazin» fest. Neben dieser Stärke im Verkauf profitiere die Sunstar-Gruppe aber auch von besseren Konditionen im Einkauf und bei der Fremdfinanzierung.

Dass es rund läuft, zeigen auch die Halbjahreszahlen 2005, die die Sunstar-Gruppe letzten Freitag publizierte. Die Zahl der Übernachtungen in den acht Sunstar- und Privilege-Hotels erhöhte sich gegenüber dem Sommer 2004 um 16% auf 133.000. Der Grossteil des Wachstums ist dabei auf die kürzlich erworbenen Betriebe in Klosters und Brissago zurückzuführen. Lässt man diese weg, resultiert aber immer noch ein Anstieg der Logiernächte um 1%. Die Bettenauslastung verbesserte sich ebenfalls um 1% auf neu 57%. Die kommende Wintersaison dürfte gemäss Sunstar-Gruppe mindestens die Volumen des Vorjahres bringen.

**Appell an Hoteliers: Die Zahlen offen legen**

Auch Björn Zern, Chefredaktor des «Swiss Equity Magazins», wagt einen Blick in die Zukunft. Er möchte im nächsten Jahr die Rentabilitäts-Analyse weiter ausbauen, stösst dabei aber auf Probleme. «Wir denken darüber nach, auch Hotels zu erfassen, die nicht an der Börse kotiert sind. Bisher ist es aber schwierig, an die nötigen Kennzahlen heranzukommen», führt Zern aus. Nur mit Transparenz und einer breiteren Datenbasis sei es möglich aufzuzeigen, wie gut oder schlecht es um die Schweizer Hotellerie tatsächlich stehe.

Bergbahn-Unternehmen

# Pilatus-Bahnen schneiden am besten ab

Die Rentabilität der Schweizer Bergbahnen ist wegen des schwachen Sommers 2004 und der durchgezogenen Wintersaison 2004/05 leicht zurückgegangen.

Theres Lagler

Zu diesem Schluss kommt die Redaktion des «Swiss Equity Magazins», die nebst 20 Hotels (siehe Text oben) auch 110 Bergbahnen auf ihre Rentabilität überprüft hat. Gemäss dieser Untersuchung sind bei den Bahngesellschaften mit einem Umsatz von über 10 Mio. Franken die Pilatus-Bahnen, die Celeriner Bergbahnen AG und die Lenzerheide-Bergbahnen Danis Stätz AG die rentabelsten Unternehmen. Dann folgt die

Téléverbier SA, die in diesem Jahr neu unter den Top 10 klassiert ist (siehe Tabelle rechts). Bewertet wurde die Kennzahl Cashflow im Verhältnis zu den Gesamtinvestitionen. Dabei erreichten die Pilatus-Bahnen einen Wert von 7,6%. Konkret bedeutet dies, dass die Pilatus-Bahnen bei einem gleich bleibenden Cashflow alle 13 Jahre ihre Anlagen aus den erarbeiteten Mitteln erneuern könnten. In der Regel ist eine Nutzungsdauer von 20 Jahren üblich.

In der Kategorie der Bahngesellschaften, deren Umsatz unter 10 Mio. Franken liegt, machten die Lenker-Bergbahnen einen riesigen Sprung nach vorne: Von Rang 25 auf Rang 4. Nur die Télé Villars-Gryon SA, die Sesselbahn Kandersteg-Oeschinen AG und die Bergbahnen Hohsaas AG schnitten

in dieser Kategorie besser ab. Die Lenker Aufholjagd lässt sich vor allem mit der Fusion der verschiedenen Bergbahnen erklären. Deshalb darf man schon jetzt gespannt sein, wie im nächsten Jahr die Resultate der Bergbahnen-Destination Gstaad ausfallen. Auch sie haben fusioniert und stehen mit der Verbindungsbahn Chalberhöni-Vide-manette vor einem Ausbauschritt.

Eine Fusion zeichnet sich aber auch in der Kategorie der «Grossen» ab: Die Lenzerheide-Bergbahnen Danis Stätz AG möchten noch vor Ende Jahr mit der börsenkotierten Rothorn Scalottas AG zusammenschliessen. Die Analysten des «Swiss Equity Magazins» gehen davon aus, dass die beiden Bahnen gemeinsam «zu einem neuen Stern am Anlagenhimmel werden könnten».

**Die zehn rentabelsten Bergbahnen 2004/2005**

Über 10 Mio. Franken Umsatz (Cashflow in % der Gesamtinvestition)

Rang	Vorjahr	Name	in % GI	Vorjahr
1	3	Pilatus-Bahnen	7,6%	7,7%
2	4	Celeriner Bergbahnen AG	7,0%	7,2%
3	2	Lenzerheide Bergbahnen Danis Stätz AG	6,9%	8,4%
4	11	Téléverbier SA	6,8%	5,4%
5	5	Bergbahnen Adelboden AG	6,1%	6,1%
6	6	Bergbahnen Samnaun AG	5,8%	6,1%
7	10	Zermatt Bergbahnen AG	5,8%	5,4%
8	8	Bergbahnen Engelberg-Trübsee-Titlis AG*	5,6%	5,7%
9	12	Jungfraubahn-Holding AG*	5,2%	5,2%
10	1	Davos Klosters Bergbahnen AG	5,1%	8,6%

Der Branchenverband Seilbahnen Schweiz geht davon aus, dass ertragsstarke Bahnen einen Wert von > 6% ausweisen. Als Mittelwert gelten 3,5 bis 6%.

\* Geschäftsjahr 2004

Quelle: Swiss Equity Magazin, Geschäftsberichte

## Professionelle Skiraum- und Trocknungssysteme – Kombinieren Sie Wirtschaftlichkeit und Komfort



Das Aufbewahren, Verräumen, Absperren und Trocknen sämtlicher Wintersportgeräte ist für den Gast und auch für den Gastgeber ein zunehmend angenehmes – und wichtiges – Detail seines Aufenthaltes. SteurerAltach bietet flexible Systeme für Seilbahnen, Hotels und Skiverleih: Absperrbare oder offene Skidepots, raffinierte

Ski-Aufhängungen und beheizbare Trocknungssysteme mit hochwertigen Schliessvarianten. Beheizte Skischränke für Schuhe, Skis und Trockner für die Bekleidung schaffen Ordnung, bieten Komfort und eine sichere Aufbewahrung. Bei einer professionellen Planung ist jeder Raum geeignet. Die flexible Fertigung mit hoch-

wertigen Materialien bietet zusätzlich Vandalismus-Sicherheit. Und: Die Skidepots sind unbegrenzt erweiterbar. Die Toplösung für Ihren Gast. Zylinder-, Pfand-, Kassier-, elektronisches Schliessschloss oder berührungsfreie Schliessanlage bekannter Marken: wir bieten Ihnen jede Möglichkeit, die Wintersportgeräte sicher und bequem zu verstauen. Unser flexibles Haltesystem Flip Clip macht Sie unabhängig. So sind Sie für alle Wintersportgeräte gerüstet: Egal ob Langlaufski, Carver oder Board, schnell und flexibel hängen Sie jedes Wintersportgerät mit einer Hand an jeden Platz. Dabei bleibt der Boden frei für die Reinigung und andere Gegenstände. Es besteht keine Gefahr für die Fussbodenheizung, weil nicht in den Boden gebohrt wird und im Sommer verwenden Sie den Raum anderweitig (Fahrradabstellraum, usw.) Produktpalette, Referenzen und vieles mehr finden Sie auf [www.steurer.info](http://www.steurer.info).

— **SteurerAltach**  
Staudenstrasse 34  
A-6844 Altach  
Telefon +43 (0)5576-763 63  
Fax +43 (0)5576-767 60  
[www.steurer.info](http://www.steurer.info)  
[service@steurer.info](mailto:service@steurer.info)



## Silvesterdessert – Bouchon Marc de Champagne

Das Jahr 2005 neigt sich langsam dem Ende zu – doch noch steht Silvester an. Der letzte Abend des Jahres kann diesjährig mit einer ganz besonderen Kombination von Marc de Champagne- und Haselnuss Glace in Form eines Champagnerkorkens gefeiert werden. Dieses feine und festliche Dessert unterstreicht dabei sowohl geschmacklich als auch visuell den speziellen Anlass.

Frisco trägt mit diesem besonderen Silvesterdessert zu einem fröhlichen Ausklingen des alten Jahres bei!

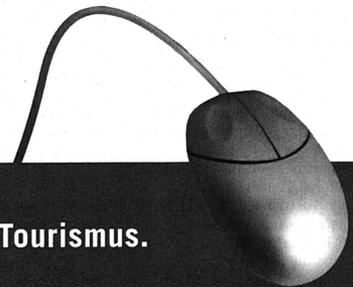
— **Nestlé FoodServices**  
Blumenfeldstrasse 15  
9401 Rorschach  
Telefon 071 844 85 30  
Fax 071 844 87 19  
[www.nestlefoodservices.ch](http://www.nestlefoodservices.ch)  
[nestle.foodservices@ch.nestle.com](mailto:nestle.foodservices@ch.nestle.com)

**Starkköchin**, will eigene  
Brötchen backen, bietet Tellerwäscher Job  
mit Aufstiegsmöglichkeiten.

[jobs.htr.ch](http://jobs.htr.ch)

**htr**

Vom Tellerwäscher zum Millionär mit dem neuen  
Online-Stellenmarkt für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.  
[www.jobs.htr.ch](http://www.jobs.htr.ch)



Europa-Park Rust

# Volle Wundertüte statt Pleitegeier

■ Niemand gab einen Rappen auf den Freizeitpark Rust bei dessen Gründung vor 30 Jahren. Heute ist er als Kurzreiseziel einer der führenden Erlebnisparks Europas, auch dank einer ausgeprägten Hotellerie. Jeder fünfte Gast kommt aus der Schweiz.

Gerhard Lob

Die Anfänge waren äusserst bescheiden: Märchenallee, Wichtelhausen, Panorama-Eisenbahn und Einschienenbahn. Das war am 12. Juli 1975, als der Europa-Park vor den Toren von Freiburg im Breisgau seinen Betrieb aufnahm. Nach drei Jahrzehnten ist der Freizeit- und Erlebnispark mit bis zu 2800 Mitarbeitern einer der grössten Arbeitgeber in Südbaden geworden, mehr als 8000 indirekte Arbeitsplätze hängen an dem Unternehmen Europa-Park.

## 700 Mio. Franken investiert, und ohne Subvention

Seit der Gründung investierte die Eigentümerfamilie Mack rund 450 Mio. Euro (700 Mio. Franken) am Standort Rust – und dies ohne einen einzigen Cent öffentlicher Subvention. Am Eingang steht seit 2001 das berühmte Festzelt, das der Schweizer Stararchitekt Mario Botta für die 700-Jahr-Feier der Eidgenossenschaft entworfen hat und das beinahe in einem Depot des Schweizer Militärs vergammelt wäre.

Roland Mack

# «Wir haben die Trends früh erkannt»

■ Roland Mack (56) ist geschäftsführender Gesellschafter des Europa-Parks. Die Grenzen des Wachstums seien noch nicht erreicht, ist seine Überzeugung. Standort, Themen und Qualität seien wohl die entscheidenden Faktoren für den Erfolg des Parks.

Gerhard Lob

► Der Europa-Park in Rust erhält immer wieder neue Auszeichnungen. Während andere Freizeitparks klagen, geht es bei Ihnen offenbar nur aufwärts. Was ist Ihr Geheimnis? Ich möchte zuerst einmal den Eindruck vermeiden, dass es der ganzen Branche schlecht geht und nur der Europa-Park boomt. Es ist wie in anderen Wirtschaftszweigen: Einige haben Erfolg, andere haben etwas mehr Mühe. Es stimmt aber, dass wir das Aushängeschild von Erlebnisparks in Deutschland sind. Daher stehen wir häufig im Mittelpunkt des Interesses.

► Was machen Sie besser als Ihre Konkurrenten? Standort, Themen und Qualität sind wohl die entscheidenden Faktoren für unseren Erfolg. Wir haben eine günstige Lage im Dreiländereck, dazu kommt das Thema Europa, das in den letzten Jahren – etwas unerwartet – noch aktueller geworden ist. Wir haben in der Familie eine lange Erfahrung als Hersteller für Karussells und Attraktionen. Ganz wichtig ist zudem die Qualität und das hohe Niveau der Dienstleistung mit kompetenten Mitarbeitern. Ausserdem hat unser Angebot einen vernünftigen Preis.

Als «Botta-Dome» dient es seither für Hunderte von Veranstaltungen, Feste und auch TV-Übertragungen aus dem Europa-Park.

## Langsamer, sicherer Ausbau zur hohen Güteklasse

Die Erfolgsgeschichte Rust hat niemand vorhergesehen. Der heutige Senior des Familienunternehmens, Franz Mack, suchte in den 70er-Jahren für den Stammbetrieb – die seit vielen Generationen bestehende Wagen- und Karussellbaufirma Mack in Waldkirch bei Freiburg – eine Art «Produkt-Schaukasten». In Rust wurde man fündig. Doch die Unterstützung durch Behörden und Gemeinden war anfänglich mehr als zögerlich. Auch die Presse gab dem Freizeitunternehmen keine grosse Zukunft. Schlagzeilen wie «Der Pleitegeier schwebt über Rust» machten die Runde.

Doch die Unternehmerfamilie Mack liess sich nicht beirren, sie baute das Gelände langsam, aber sicher zu einem Freizeitpark von hoher Güteklasse aus. Die anfänglich 15 Fahrgeschäfte haben sich inzwischen auf 100 Attraktionen ausgeweitet, die elf europäischen Ländern thematisch zugeordnet sind.

## Umfassendes Angebot für länger als einen Tag

Spektakuläre Achterbahnen versprechen einen besonderen Kick. Mit dem «Silver Star» wurde 2002 Europas grösste und höchste Stahl-Achterbahn eingeweiht – es handelt sich um eine



■ «Silver-Star», Europas grösste und höchste Stahl-Achterbahn. Foto: zvg

rasante Fahrt, die immer wieder in die Schwerelosigkeit führt. Unterhaltungsshows, Theateraufführungen oder Halloween-Umzüge gehören inzwischen zum umfassenden Angebot, das von den Besuchern des Europa-Parks längst nicht mehr an einem Tag auskostet werden kann.

## Eröffnung von angegliederten Erlebnishotels

Ein besonders cleverer Schachzug ist der Familie Mack mit der Eröffnung von angegliederten Erlebnishotels gelungen. So hat sich der Europa-Park Rust von einem Vergnügungs-Areal zu einem Hotel- und Freizeit-Resort und damit zum Kurzreiseziel gemauert. Im Stil einer spanischen Finca wurde 1995 «El Andaluz» als das erste Hotel in einem deutschen Freizeitpark eröffnet. Doch schon 1999 kam das «Castillo Alcazar» als mittelalterliche Ritterburg dazu. Im Juni 2004 schloss sich das 4-Sterne-Hotel «Colosseo» an – ein Hotel im italienischen Stil mit 1450 Betten und imitiert Kolosseum-Atmosphäre.

## Auslastung der Übernachtungskapazität erreicht 95%

Die Gesamtbettanzahl des Europa-Parks Rust beträgt zusammen mit dem Gästehaus, Tipidorf und Caravanplatz 4128. Was jedoch noch erstaunlicher ist: Die Auslastung der Übernachtungskapazität erreicht 95%. Und die Familie Mack denkt schon an den nächsten Ausbauschritt im Hotelbereich.

Superlative kennzeichnen allenthalben den Europa-Park, ständig gibt es Auszeichnungen für das Unternehmen und den Unternehmer Roland Mack: Sie reichen vom Excellence Award über den Hotelier des Jahres, das Bundesverdienstkreuz und den Innovationspreis des Bundesverbands der Deutschen Tourismuswirtschaft, um nur einige wenige der Auszeichnungen zu nennen. VIPs geben sich im Europa-Park Rust die Klinke in die Hand: Von Kofi Annan bis zu Joschka Fischer und Ex-Bundeskanzler Gerhard Schröder, wie die Fotogalerie im Hotel «El Andaluz» zeigt.

## «Wir sind eigentlich der Freizeitpark für die Schweiz»

Die Besucher schätzen den Europa-Park Rust inzwischen als einen Resort und kommen auch in Scharen wieder zurück, wie der steigende Anteil von Wiederholungs-Gästen zeigt. 250 000 waren es im ersten Jahr. Inzwischen sind es 3,7 Millionen pro Jahr (2004) – Tendenz steigend. 65 Millionen Menschen haben den Park seit der Eröffnung besucht. Bereits jeder vierte Besucher übernachtet in den Übernachtungs-Betrieben des Europa-Park-Resorts, jeder fünfte Besucher kommt aus der Schweiz. Roland Mack liegt das Publikum aus dem südlichen Nachbarland besonders am Herzen: «Wir sind eigentlich der Freizeitpark für die Deutschschweiz, denn es gibt für die Eidgenossen nichts Vergleichbares in der Nähe.»

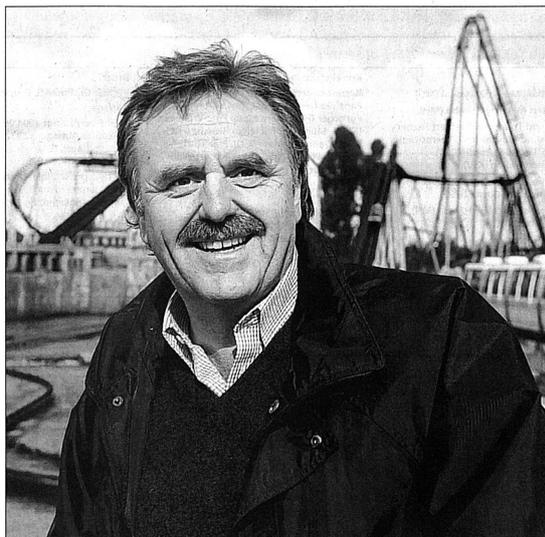
www.europapark.de

► Ihr Park hat sich relativ früh auf Übernachtungsgäste eingestellt. Es ist vielleicht unser Verdienst, dass wir Trends früh erkannt haben. Nach 20 Jahren Parkbetrieb, der für Tagesbesucher gedacht war, erkannten wir, dass die Zeit reif war, den Park mit der Einrichtung von Themenhotels zu einem Kurzreiseziel auszubauen.

«DIE HOTELS ERLAUBTEN ES UNS, DAS EINZUGSGEBIET WESENTLICH ZU VERGRÖSSERN.»

► Welche Folgen hatte der angegliederte Hotelbetrieb? Dieser erlaubte uns, das Einzugsgebiet für den Park wesentlich zu vergrössern. Es gibt seither Abendveranstaltungen, Themenabende und Events in Verbindung mit Gastronomie. Es gibt eine andere Küche, die sich vom Fastfood im Park selbst abhebt. Dies hat zum Erfolg wesentlich beigetragen. Wir haben eben nicht nur einfach ein Hotel als Schlafmöglichkeit gebaut, sondern ein Themenhotel mit schönen Ideen und guten Materialien verwirklicht. So konnten wir uns auch als Ort für Tagungen, Konferenzen sowie Firmen- und Society-Events positionieren. Dieser Bereich ist ganz wichtig geworden.

► Im Jahr 2000 erhielten Sie einen Preis als «Hotelier des Jahres». Das ist ungewöhnlich für einen Diplomingenieur. Fühlen Sie sich als Hotelier? Ich fühle mich als Dienstleistungserbringer. Ich brauche Kompetenzen in den unterschiedlichsten Bereichen,



■ Roland Mack. Der Leiter des Europa-Parks will Erlebniswerte schaffen, die eine lange Anreise mit erforderlicher Übernachtung rechtfertigen. Foto: zvg

von Maschinenbau bis zum Führen eines Gastronomiebetriebs. Natürlich haben wir überall Fachleute, aber ich bin eine Art Bindeglied. Insofern fühle ich mich fraglos auch als Hotelier.

► Wie erreichen Sie die extrem hohe Auslastungen in allen Hotels? Wir schlagen sozusagen zwei Fliegen mit einer Klappe. Denn die Hotels bieten immer etwas für die «Wiederholungs-Gäste», aber auch für solche, die

mehrere Tage da sind. Die Hotels sind die Folge des Parks, der nicht mehr an einem Tag besichtigt werden kann.

► Wie viele Monate im Voraus muss man buchen, um ein Zimmer in einem Ihrer Hotels zu ergattern? Wer sich nicht auf einen bestimmten Tag festlegt, kann häufig noch im letzten Moment etwas bekommen, weil Kontingente verfallen. Wer jedoch einen bestimmten Samstag – sagen wir

einen bestimmten im Mai 2006 – will, sollte schleunigst reservieren. Die Wochentendenzen sind schnell ausgebuht.

► Glauben Sie, dass Erlebnisparks generell nur überleben können, wenn sie in ein Hotelangebot eingebettet sind? Ein Hotel an einem Park, den man in fünf Stunden anschauen kann, wird nicht funktionieren. Es muss ein Erlebniswert geschaffen werden, der eine lange Anreise mit erforderlicher Übernachtung rechtfertigt.

«WIR SIND EIN KLEINES EUROPA.»

► Die meisten Ihrer Gäste reisen mit dem Auto an. Doch Sie haben wiederholt angedeutet, vermehrt mit Flugreisenden arbeiten zu wollen? Fliegen und Parkbesuch ist ein wichtiges Thema. Sehen Sie: 16% der Gäste im Disneyland Paris kommen mit dem Flieger. In Orlando werden es wohl 50% sein. Wir liegen noch unter einem Prozent, doch mit der Entwicklung der Billig-Flieger ist es tatsächlich denkbar, dass wir bald Gäste aus Spanien oder anderen Gegenden Europas haben.

► Wie wichtig sind die Gäste aus der Schweiz für Sie? Immerhin machen sie 20% der Besucher aus. Es ist eine absolut wichtige Zielgruppe für uns. Diese Gäste gestalten mit ihrer Präsenz den Europa-Park mit. Ich bin stolz, dass die Deutschen nur noch 45% der Gäste stellen, die anderen kommen aus dem europäischen Ausland. Wir sind ein kleines Europa, nicht nur wegen der Themen, sondern auch wegen unserer Besucher und Mitarbeiter.

Ratgeber

## Nach der Schule noch arbeiten?

► **Frage:** Im August 2005 habe ich meine Ausbildung als Restaurationsfachfrau begonnen. Pro Woche besuche ich an einem Tag die Berufsschule. Nun musste ich schon zwei Mal am Abend nach der Schule noch bis 21.00 Uhr im Lehrbetrieb arbeiten. Darf mich mein Chef an Schultagen noch für Arbeitseinsätze einplanen?  
F. M. aus L.



Ursula Müller  
Gastgewerbliche  
Berufsbildung  
hotellerieuisse

► **Antwort:** Nein, nach einem ganzen Schultag dürfen Sie nicht noch zur Arbeit aufgeboten werden. Denn ein ganzer Schultag gilt als ganzer Arbeitstag. In der Vereinbarung über die Arbeitsbedingungen und die Entlohnung der Lernenden im Schweizer Gastgewerbe sind über den Berufsschulbesuch die folgenden Regelungen festgehalten:

1. Die Berufsschule, die interkantonalen Fachkurse und die Einführungskurse (überbetriebliche Kurse) werden wie folgt an die Arbeitszeit angerechnet:
  - Ein ganzer Schultag (morgens und nachmittags) gilt als ganzer Arbeitstag
  - Ein halber Schultag (morgens oder nachmittags) gilt als halber Arbeitstag
2. An einem ganzen Schultag darf der Lehrling nicht mehr zur Arbeitsleistung aufgeboten werden.

Ratgeber

# Da ist grösste Vorsicht geboten

► **Frage:** Wir haben heute folgende Reservationsanfrage erhalten: Herr Marc von der Elfenbeinküste möchte zwei Zimmer reservieren. Er bittet uns, pro forma eine Rechnung auszustellen und den Betrag über die angegebene Kreditkartennummer abzubuchen. Gleichzeitig sollen wir zusätzlich 10000 Euro abbuchen und diesen Betrag via Western Union an Herrn Marc überweisen. In seiner Heimat sei es nicht möglich, mit Kreditkarte zu bezahlen und Herr Marcs Firma habe im Moment nicht genügend flüssige Mittel zur Verfügung, um die Flugbillette Abidjan – Zürich zu bezahlen. Sollen wir diese Reservation annehmen?  
M. G. aus G.

Annette Rupp  
Rechtsberatung  
hotellerieuisse



► **Antwort:** Nein! In der letzten Zeit haben sich die Anfragen bei unserer Rechtsberatung gehäuft, welche gleiche oder ähnliche Vorgehensweisen beschreiben. Es geht immer darum, dass dem Gast oder Dritten hohe Summen Bargeld überwiesen werden sollen, die angeblich von seinem Konto abgebucht werden können. Wir raten dringend davon ab, solche Reservationen und Transaktionen vorzunehmen.

Konkret sind uns folgende Vorgehensweisen der Betrüger gemeldet worden:
 

- Sie schicken Schecks für eine fiktive Reservation und bitten den Hotelier, eine grössere Summe an eine Mietwagenfirma zu überweisen. Fakt ist, dass der Scheck nicht gedeckt ist, was dem Hotelier aber im Zeitpunkt der Überweisung an die Mietwagenfirma nicht bekannt ist.
- Der fiktive Hotelaufenthalt wird im Voraus mittels Kreditkarte beglichen. Ein grösserer Geldbetrag soll zusätzlich von der Kreditkarte abgebucht und auf ein unbekanntes Konto überwiesen werden. Achtung: Die Kreditkarten sind gestoh-



ten! Zwar ist eine Abbuchung vorerst möglich, der Hotelier wird aber erst einige Zeit später von seiner Bank erfahren, dass der Betrag nicht gutgeschrieben werden konnte. Oftmals ist es dann zu spät, der Hotelier hat den hohen Geldbetrag bereits auf das angegebene Konto überwiesen.

– Es ist ebenfalls grösste Vorsicht vor Mails geboten, welche neben Zimmeranfragen den Hotelier bitten, eine grössere Anzahl Handys zu kaufen. Bis heute ist aber nicht klar, welcher Nutzen für die Betrüger in dieser Geschichte liegt. Die Betrüger senden ihre Anfragen nur per E-Mail, diese stammen meistens von der Elfenbeinküste, Uganda oder aber

von Grossbritannien. Die Anfragen haben ausschliesslich einen betrügerischen Hintergrund, die vermeintlichen Kunden be-

absichtigen nie, im Hotel zu übernachten. (Weitere Informationen zu diesem Thema finden Sie in der htr vom 12. Mai 2005.)

### htr RATGEBER

**Haben auch Sie Fragen?** In der Rubrik «Ratgeber» beantworten Fachspezialisten Leserfragen, für die Branche von allgemeinem Interesse sind.

Adresse: redaktion@htr.ch, Stichwort Ratgeber, oder hotel-tourismus revue, Redaktion, Stichwort Ratgeber, Postfach, 3001 Bern.

### htr INTERNET-AGENDA

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

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

### 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 Verdind (KJV).  
Gastronomie/Technik: Renate Dubach (RD), Gudrun Schlenzcek-Gasser (GSG).  
Cahier français: Miroslaw Halaba (MH), Laurent Missbauer (LM).  
Produktion/Layout:  
Roland Gerber (RG), Gilbert Perrot (GPE).

#### Korrektorat: Paul Le Grand.

Korrespondenten: Katja Hassenkamp (HAS), Paris; Gerhard Loh (GL), Tessin; Heribert Purtscher (HP), Wien; Maria Pütz-Willems (MAP), München; Franziska Richard (FRC), Basel; Georg Ubenauf (GU), Frankfurt; Gregor Waser (GW), Zürich; Robert Wildi (ROW), Zürich.

#### Verlag:

Verlagsleitung: Iris Strebler.  
Stelleninserate: Marc Moser.  
Geschäftsanzeigen: Oliver Egloff (Anzeigenleiter).

#### Druck:

Büchler Grafino AG, Druckzentrum Bern.  
Auflage:  
WEMF-beglaubigt 2004/05  
Verkaufte Auflage: 12 332  
Gratisauflage: 1342  
(Druckauflage: 18000)  
Verkaufspreise: (inkl. MwSt)  
Einzelnnummer 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)  
– Wohlfühlen Schweiz  
– Swiss International Hotels (SIH)  
– Amicale Internationale des Sous-Directeurs et Chefs de Réception des Grands Hôtels (AICR).

#### 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](http://www.htr.ch)  
Für unverlangte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.

# Der neue Job wartet.

Die besten Arbeitgeber inserieren in der **htr stellen revue**.  
Denn hier gibt's jede Woche den grössten Stellenmarkt der Branche.

Inserieren und Abonnieren: Tel.: 031 370 42 42, Fax: 031 370 42 23  
[inserate@htr.ch](mailto:inserate@htr.ch), [www.htr.ch](http://www.htr.ch)

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





**HÔTELLERIE 2**  
**Genève** | Le Swissôtel Métropole dispose depuis peu d'un nouveau bar - le «Mirror Bar» - qui a dopé son chiffre d'affaires.



**LA «DER» 6**  
**Fribourg** | La réouverture du Café du Gothard et le retour de Marie-Rose ont attiré la télévision et fait les gros titres de la presse.



**GROS PLAN 5**  
**Animation** | Animer un hôtel, c'est le plaisir de faire plaisir aux clients, petits ou grands.



Conjoncture hôtelière

De bonnes perspectives pour le Valais

■ Les perspectives du tourisme valaisan pour l'hiver prochain et l'été 2006 sont particulièrement bonnes pour le Valais, constate l'institut BAK Basel Economics

Miroslaw Halaba

Dans un contexte de développement modéré, le tourisme valaisan devrait connaître de meilleurs résultats que les autres régions du pays. C'est ce qui ressort des prévisions conjoncturelles régionales diffusées la semaine dernière et élaborées par l'institut bâlois BAK Basel Economics pour le compte d'hotelleriesuisse. Ces prévisions complètent celles diffusées début novembre par le même institut et qui concernaient le tourisme helvétique vu sous l'angle global (htr du 10 novembre).

Le Valais a les faveurs de la clientèle suisse

Les experts bâlois sont d'avis que les nuitées hôtelières dans l'«Espace alpin» devraient progresser durant l'hiver 2005/2006 de 1,5%, ce qui est supérieur à la moyenne suisse de 1,1%. Dans cet «Espace alpin», le Valais et les Grisons feront «office de locomotives». Pour le BAK Basel Economics, le Valais est la destination nationale «la plus appréciée» et bénéficie, de ce fait, de «façon durable», des faveurs de la clientèle suisse. Ce succès ne devrait pas se démentir durant l'été 2006 où, là encore, l'«Espace Alpin» devrait connaître une progression des nuitées supérieure à la moyenne helvétique estimée à 1,2%.

L'Euro 2008 «déterminant» pour le moyen terme

Pour l'institut bâlois, l'Euro 2008 sera «déterminant» pour les perspectives du tourisme suisse à moyen terme. Cette manifestation sportive devrait, en effet, générer quelque 750 000 nuitées hôtelières supplémentaires en 2008, soit une hausse de 2,4%. Cette manne ne devrait pas profiter uniquement aux «Grandes villes» (Bâle, Berne, Zurich et Genève) qui accueilleront les rencontres, mais aussi - en raison «des capacités hôtelières limitées» de ces cités - aux régions voisines, comme le Mittelland. Le taux de progression des nuitées pour les «Grandes villes» et pour les «Autres régions» devrait être respectivement de 3,3 et de 6,6%. Les experts du BAK Basel Economics rappellent cependant que l'Euro 2008 n'aura qu'un effet de croissance ponctuel.

Classification hôtelière

Le nombre de trois-étoiles s'érode

■ Le nombre des hôtels trois-étoiles est en diminution, celui des quatre et des cinq-étoiles est stable. Ce sont-là quelques-uns des principaux enseignements de la classification hôtelière effectuée en 2005 et présentée, jeudi, à la presse par hotelleriesuisse.

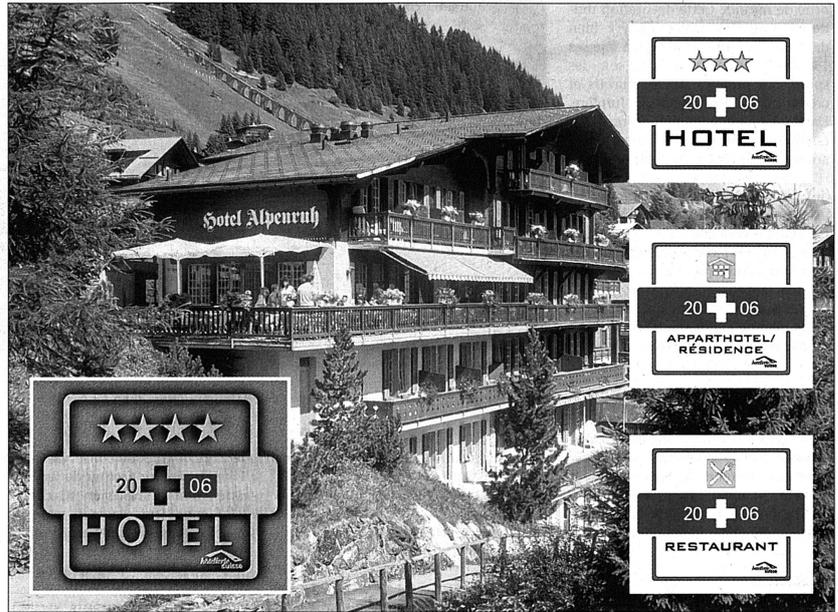
Miroslaw Halaba

L'hôtellerie helvétique est en mutation. La preuve en a été apportée une nouvelle fois durant l'année 2005. Comme précédemment, «les changements structurels se sont poursuivis», a indiqué, jeudi à Zurich, hotelleriesuisse lors de sa conférence de presse de fin d'année. Ces changements se sont traduits, en particulier, par le recul du nombre d'établissements, mais par le maintien du total de chambres et de lits. Les résultats de la classification 2005, effectuée par hotelleriesuisse et qui a servi à l'élaboration du Guide suisse des hôtels 2006, a montré que 2218 établissements ont été classifiés contre 2303 une année auparavant, ce qui représente une diminution de 85 unités, soit 3,7%. hotelleriesuisse note que les hôtels classés couvrent près de 80% de toutes les nuitées générées en Suisse et, pour la petite histoire, qu'elle a attribué 5937 étoiles.

L'hôtellerie de haut gamme en «grande forme»

Comme l'a indiqué le président de la Commission de classification des hôtels, Riet Frey, l'analyse des chiffres fait ressortir l'érosion du nombre des hôtels trois étoiles et celui des hôtels deux étoiles. Leur population a, en effet, respectivement diminué de 33 à 1012 et de 11 à 323. Pour les responsables d'hotelleriesuisse, ce phénomène montre que les établissements de classe moyenne «doivent de plus en plus faire face à des difficultés dans un environnement toujours plus différencié». L'association relève aussi que le segment des hôtels d'une et de deux étoiles se compose d'entreprises «qui ne disposent souvent plus de moyens pour les investissements nécessaires».

Moins nombreux, mais considérés, dans l'ensemble, comme «remarquablement bien positionnés», les hôtels de quatre et de cinq étoiles font preuve de stabilité. Le nombre de quatre-étoiles figurant dans le guide 2006 s'élève à 439 (-2) et celui des cinq-étoiles à 86 (+1). L'association explique



■ Nouvelle présentation. La présentation de la classification hôtelière a fait l'objet d'une refonte afin de rendre celle-ci encore plus claire. Les nouveaux autocollants, dont on voit ici quelques modèles, sont en distribution. Photo: Swiss-Image

cette stabilité par «les investissements considérables» que les propriétaires ont consentis ces dernières années pour les maintenir concurrentiels. Elle souligne cependant aussi qu'une partie d'entre eux sont des mécènes qui n'exigent pas que leurs investissements soient forcément tous rentables.

Il n'en reste pas moins, estime l'association, que ce segment est «en

grande forme» pour défendre ses positions sur le marché international.

La classification 2005 a également donné des informations sur les spécialisations des hôtels. Il apparaît en particulier que les établissements de vacances ont perdu du terrain (582 au total dans le guide 2006, soit 31 de moins que dans le précédent), alors que les hôtels wellness (+15 à 86) et ceux qui se

sont spécialisés dans l'accueil des familles (+18 à 63) ont progressé sensiblement. On notera aussi un recul de 9 unités à 348 des hôtels de séminaires. Au total, ce sont 1551 hôtels (-10) qui sont considérés comme spécialisés.

La nouvelle classification se met en place

Par la voix de son nouveau président, Guglielmo Brentel, hotelleriesuisse a profité de ce rendez-vous avec la presse pour rappeler les points forts de la nouvelle classification qui entrera en vigueur en 2007.

Ainsi, outre la différenciation facultative «Superior», ce nouveau concept prévoit l'intégration des associations de consommateurs dans la classification. Ceux-ci sont actuellement représentés depuis avril dans la Commission de classification par la présidente du Forum des consommateurs, Franziska Troesch-Schnyder. Autre nouveauté de taille: l'introduction de contrôles surprises dans les établissements, contrôles qui seront organisés par la Société générale de surveillance (SGS).

Nouvelle présentation des autocollants de classification

■ La présentation au public de la classification hôtelière a été modifiée cet automne afin de la rendre «simple et claire». Détaillée dans la lettre d'information d'hotelleriesuisse parue en octobre, cette présentation contient les deux informations les plus importantes pour le client, soit: la catégorie d'étoiles et l'année de validité. Le client voit également s'il s'agit d'un hôtel ou d'un appart'hôtel. Pour ne pas compliquer le message, l'association a renoncé «aux autocollants additionnels pour les spécialisations et le label de qualité, des in-

formations qui seraient surtout utiles pour les recherches d'hôtels sur Internet. Les restaurants affiliés à hotelleriesuisse pourront apposer un autocollant de même présentation sur lequel figure le nom «restaurants».

hotelleriesuisse a également lancé un modèle de plaque de bronze pour les établissements qui souhaitent faire connaître leur classification de «manière durable». Son design est calqué sur celui des autocollants. L'année de classification est imprimée sur une étiquette interchangeable. MH

Adresse: Mombijoustrasse 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

La coupe filante pour des légumes taillés à la perfection!

www.gaufrettes.ch  
 Brunner SA, Lausanne, tél. 021 784 15 14

CREDIT HOTELIER SCH®

2,5% fixe pour 3 ans

Tél. 01 209 16 16 www.sgh.ch

noteljob

LE SPECIALISTE DU PLACEMENT

hotelleriesuisse

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

LOGICIEL MIRUS

Avec la

Planification des ressources MIRUS

vous faites un tableau de service et effectuez un contrôle du temps de travail d'un simple clic.

Profitez vous aussi du savoir-faire du leader du marché!

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

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

Swissôtel Métropole de Genève

# Un tout nouveau bar orné de miroirs

■ En se dotant d'un nouveau bar, le Swissôtel Métropole de Genève vient de mettre un terme aux travaux de rénovation qui ont duré six ans.

Véronique Tanerg

Son nom dévoile tout de suite son concept: le «Mirror Bar» est en effet orné de miroirs. Cette décoration moderne, rouge et grise, s'intègre bien dans cet hôtel historique qui a fêté ses 150 ans il y a douze mois. Le soir, des spots sont projetés sur les miroirs et créent ainsi des effets de lumière. L'ambiance est encore renforcée par des bougies et le tout engendre une atmosphère propice au piano-bar.

Cette rénovation, complètement différente du style adopté jusqu'ici, est le fruit d'un concours auquel ont participé cinq architectes. C'est finalement le concept de Fiona Pont, du cabinet Reynaud & Pont, qui a été retenu. «C'est à la fois la tradition remise au goût du jour et le côté tendance qui nous a séduits», résume Thierry Lavalley, le directeur général du Swissôtel Métropole.

## «Nous tablons sur un retour sur investissement en 14 mois»

Ce nouveau bar a nécessité un investissement de 800 000 francs. «Nous tablons sur un retour sur investissement en 14 mois car nous avons doublé notre chiffre d'affaires du jour au lendemain», relève Thierry Lavalley. Il s'agit là



■ Le «Mirror Bar». Le nouveau bar du Swissôtel Métropole se mue, de 18 heures à 24 heures, en un piano-bar. La pianiste Marianna Kazennya, premier prix du conservatoire de Saint-Petersbourg, y crée une ambiance jazzy. Photos: Swissôtel Métropole

d'un ratio relativement rare dans l'hôtellerie en Suisse. Le «Mirror Bar», qui compte 62 places, est très fréquenté le soir. Il devient piano-bar de 18 heures à 24 heures et la pianiste Marianna

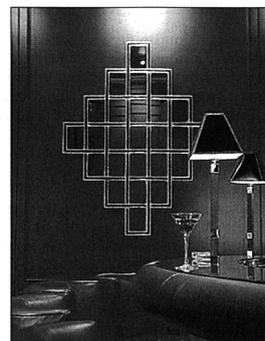
Kazennya, 1er prix du conservatoire de Saint-Petersbourg, se produit du lundi au vendredi dans une ambiance jazzy.

«Au cours de ces trois premiers mois, nous avons complètement changé

de clientèle», ajoute Thierry Lavalley. «Nous avons 60% de clients genevois et 40% proviennent de l'hôtel. Avant, c'était l'inverse.» La stratégie de cet établissement a également été modifiée:

son bar ne s'affiche désormais plus comme un bar d'hôtel, mais bien comme un piano-bar qui mise sur son atmosphère et sur ses artistes. Il dispose d'une identité propre – avec son nom inscrit sur les dessous de verre et les pochettes d'allumettes – et même de son propre site Internet\* pour annoncer ses concerts. «On hésite de moins en moins à franchir le seuil d'un établissement cinq étoiles», analyse le directeur général du Métropole. «Nous avons su tourner la page et attirer une clientèle locale qui a envie de sortir le soir dans un lieu plein d'atmosphère, à la fois sûr et relativement chic.»

\* www.mirrorbar.ch



■ Les miroirs sont omniprésents dans le Mirror Bar du Swissôtel Métropole.

## PUBLIREPORTAGE

# SWISS-DAY @ ENTER 2006: Tourisme électronique en Suisse – défis et opportunités

L'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) organise du 18 au 20 janvier 2006 la conférence ENTER en étroite collaboration avec la Haute Ecole Valaisanne (HEVs). ENTER, organisée pour la première fois en Suisse, est la conférence annuelle de la Fédération Internationale de la Technologie de l'Information et de Voyages & Tourisme (IFITT). ENTER a été la première conférence annuelle au monde à traiter de sujets reliant la technologie, les médias et la télécommunication d'une part, et le voyage et le tourisme d'autre part. Environ 300 participants issus à la fois du monde académique et du monde professionnel se retrouvent pour discuter de sujets liés au tourisme électronique.

Chaque année, ENTER réunit des praticiens et des professionnels de renom, des chercheurs, des managers de destination et des consultants pour débattre de tous les aspects du e-business. ENTER représente ainsi une opportunité unique d'échanger des informations et des expériences dans un e-business en perpétuel changement. La participation des universitaires et des chercheurs éminents a toujours été un atout des conférences ENTER et l'événement 2006 ne fera pas exception.

La nouvelle édition de 2006 se réjouit de rassembler des intervenants renommés dans leur domaine. Jürg Schmid, CEO de Suisse Tourisme, Peter Keller, chef du Service Tourisme, Secrétariat d'Etat à l'Economie (Seco), Ghislain d'Auvigny, Vice-Président d'Accor ou encore Nicholas Price, CEO de Mandarin Oriental Hotel Group Limited, sont quelques personnalités parmi tant d'autres qui participeront à la conférence ENTER 06 (Pour plus de renseignements et inscription [www.ifitt.org/enter](http://www.ifitt.org/enter)). Vu l'importance des technologies de l'information pour le tourisme, la HEVs et l'EHL organiseront une journée spéciale (SWISS-DAY, vendredi 20 janvier 2006) sur le tourisme électronique en Suisse: «eTourism in Switzerland – Challenges and Opportunities». Le programme du SWISS-DAY commencera à 13h00 avec diverses présentations d'experts et de praticiens sur des sujets comme:

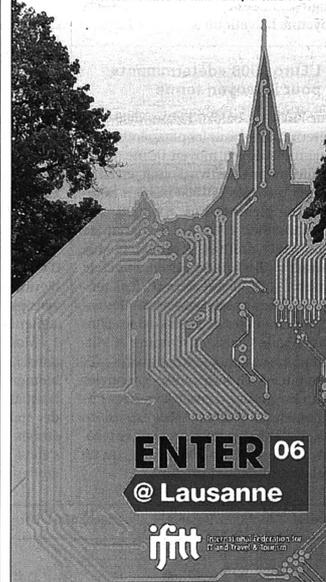
- [Tourismus-benchmarking.ch](http://Tourismus-benchmarking.ch): La qualité des sites Internet des hôtels et des destinations en Suisse. Synthèse des résultats entre 2003 et 2005.
- L'utilisation d'Internet dans l'hôtellerie suisse (résultats d'une enquête réalisée en novembre 2005 par l'HEVs et l'Uni-

versité de Berne). L'étude montrera, entre autres, l'offre, en terme d'accès à Internet pour la clientèle des hôtels en Suisse et la politique de prix appliquée dans les entreprises.

- eFitness: Un outil de benchmarking et «best practices» transfrontalier dans l'utilisation des nouvelles technologies d'information et de communication (ICT) par des entreprises touristiques en Autriche, Allemagne et Suisse.
- La distribution électronique comme facteur de succès pour des hôtels en Suisse? Réflexions et critiques du chef IT de Sunstar Hotels.
- Quels sont les sites Internet touristiques les plus populaires en Suisse? Une radiographie du comportement en ligne des suisses par le service de recherche d'Internet de la SSR.
- La présentation par hotelleriesuisse d'un nouveau guide des différentes plateformes de réservation en ligne pour les hôtels.

Le programme sera clôturé par une discussion (table ronde) sur les systèmes de réservation dans le tourisme suisse: «Booking Systems in Switzerland – Future Trends».

13th International Conference  
on Information Technology and  
Travel & Tourism  
January 18-20 2006  
Ecole hôtelière de Lausanne, Switzerland



L'inscription au SWISS-DAY donnera aussi accès au dernier jour de la conférence ENTER 06. Pour plus de renseignements et inscription: [www.ifitt.ch](http://www.ifitt.ch).

## Le Royal Plaza se met au golf

■ **Montreux.** L'Hôtel Royal Plaza rejoindra à partir du 1er janvier les rangs des Swiss Golf Hotels, association qui regroupe une quarantaine d'hôtels en Suisse. Il ventera ainsi les atouts de «Montreux, paradis du golf» puisque ce ne sont pas moins de sept parcours qui se situent dans un rayon de trente minutes de voiture autour de la station de la Riviera, notamment les golfs de Lavaux, d'Aigle (le Golf Club de Montreux) et d'Evian. Le Royal Plaza offrira aux golfeurs des condi-

tions intéressantes pour les «green fees», ainsi que des forfaits hébergements durant toute l'année (nuitée, petit-déjeuner, accès au spa et parking dès 200 francs en chambre double. C'est essentiellement une clientèle allemande et suisse allemande que le cinq-étoiles montréusien veut ainsi toucher. Propriété de la société 2000 Management, l'Hôtel Royal Plaza a, rappelons-le, un nouveau directeur depuis le mois d'août en la personne de Hansueli Egli. JJE

## Hôtel Ramada

■ **Genève-La Praille.** Ouvert en 2003 à proximité immédiate du Stade de Genève, l'Hôtel Ramada Encore Genève-La Praille ne propose pas seulement 130 chambres et un espace séminaire, mais gère également depuis peu l'«Event Center de la Praille», ce qui lui permet de disposer de 1250 m<sup>2</sup> supplémentaires pour l'organisation de congrès. L'Hôtel Ramada Encore de Genève-La Praille vient en outre de nommer Pierrick Gabellec en tant que directeur marketing et commercial. LM

## Le Michelin 2006 lance une catégorie «espoirs»

■ **Guide Michelin Suisse.** L'édition 2006 du Guide Michelin, qui vient de sortir de presse, lance cette année une nouvelle catégorie «espoirs». Comme cela est déjà le cas en France, cette catégorie regroupe les restaurants «susceptibles d'obtenir à l'avenir proche une étoile ou une étoile supplémentaire Michelin, dans la mesure où la qualité des prestations de leur carte se confirme de manière durable». Les «espoirs» susceptibles de passer à l'avenir de une à deux

étoiles sont Le Trianon au Mont-Pèlerin (VD) et Didier de Courten de l'Hôtel Terminus à Sierre. Or Didier de Courten (photo), sacré cet automne «Cuisinier de l'année» par le GautMillau, était crédité depuis longtemps de deux étoiles avant qu'il ne déménage cette année de Corin-sur-Sierre à Sierre. Alain Giroud, chroniqueur gastronomique à la «Tribune de Genève», n'a pas hésité à qualifier la perte de cette deuxième étoile de «scandaleuse» et de «ridicule». LM



Photo: Hôtel Terminus

### Canton de Vaud

## Lausanne se lance dans le tourisme «vigneron»

■ **Le tourisme «vigneron»** a la cote. La Ville de Lausanne vient en effet de mettre en place un «projet accueil» sur deux de ses domaines viticoles.

Pierre Thomas

«Le jour où notre vigneron-tâcheron Aimé Berger, du Château de Rochefort à Allaman, est venu nous dire que son épouse devait aller chercher un travail à l'extérieur, nous avons réfléchi pour compléter leur revenu», explique Michel Reichard, chef du service des forêts, domaines et vignobles du chef-lieu vaudois. Quelques mois plus tard, les époux Berger, qui cuisinent tous les deux, tiennent table d'hôtes au-dessus de la cave, où ils vendent du vin à la clientèle de passage, et s'apprentent à accueillir leurs premiers hôtes, dans deux chambres.

Le domaine des époux Berger est d'ores et déjà inscrit à la «Route du vignoble de La Côte» et a participé, avec grand succès, à la dernière «Semaine du goût» avec un pêcheur d'Allaman. A l'Abbaye de Mont-sur-Rolle, la grande salle peut également recevoir des banquets.

### Six chambres d'hôtes à Saint-Saphorin

Outre ces 18 hectares de vignobles sur la Côte, la Ville dispose encore de 10 hectares en Dézaley (Clos des Abbayes et Clos des Moines) et de 6 hectares au Domaine du Burignon, en appellation Saint-Saphorin. C'est sur ce dernier domaine que Marc-Henri Mayor, nouveau vigneron-tâcheron, et son épouse Vanessa, une Australienne ex-marchande de vins à Saint-Saphorin, accueilleront des hôtes dans une maisonnette.

En attendant la rénovation de la résidence principale, ce sont eux qui occupent ces six chambres, libérées dès cet été. Pas question, toutefois, de faire de l'hôtellerie de séjour: «Ces chambres ne sont pas dotées d'installations sanitaires individuelles. Nous ne servons que le petit-déjeuner. Pour les tarifs, nous nous alignerons sur les directives du tourisme vert de Prométhée», précise Laurence Mayor, cheffe du projet «accueil» à la Ville de Lausanne.

### Le Chalet des Enfants: pinte à fondue et brunch dominical

Un autre établissement public du patrimoine communal, qui a été remis dans le circuit cette année après rénovation, est le Chalet des Enfants, dans les bois du Chalet-à-Gobet, sur les hauteurs de Lausanne. Le jeune patron, Romano Hassenauer, cuisinier qui a suivi un cours de management à l'École hôtelière de Lausanne voisine, a redonné du tonus à cette buvette d'alpage aux portes de la ville, à la fois pinte à fondue et bonne adresse de brunch dominical.

### Stations de montagne

# Le grand défi du tourisme durable

■ **Dans le tourisme, comme dans d'autres secteurs, le développement durable est un concept qui suscite le débat. Simple vernis ou véritable moteur de développement, il n'a de loin pas partout la même résonance. Explications et coup de sonde sur le terrain.**

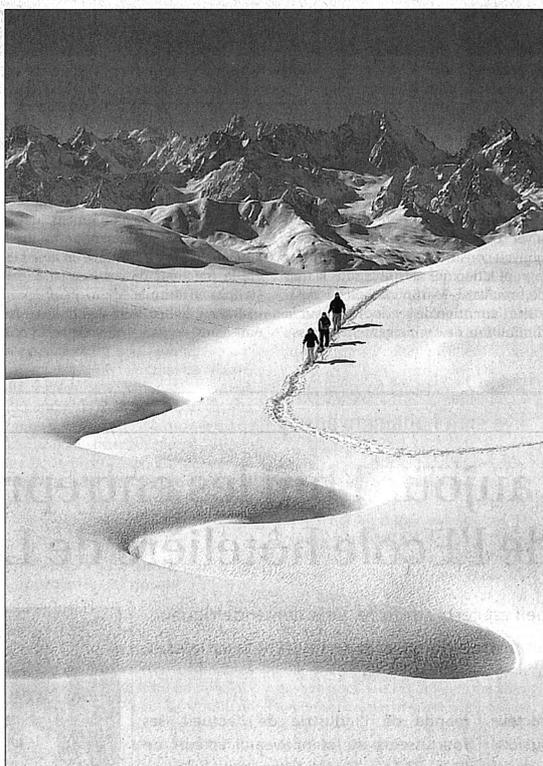
Geneviève Zuber

Treize ans après le «Sommet de la Terre» à Rio, le concept de développement durable garde une charge émotionnelle, car il est souvent réduit à une question «écologique». Pourtant, il repose bien sur trois pôles interdépendants: l'économie, le social et l'environnement, son objectif étant de léguer aux prochaines générations une Terre en bonne santé, à ces trois niveaux.

Appliqué au tourisme, le pôle économie passe par le développement des remontées mécaniques et autres infrastructures d'accueil. Quant au pôle social, il signifie, pour donner l'exemple d'un problème chaud (à Verbier et dans d'autres stations), l'accès au logement à des conditions raisonnables pour les autochtones et les travailleurs du secteur. Le tout, et le défi est grand, étant de trouver un équilibre entre ces trois pôles.

### Les politiques touristiques sont à la peine

Alors, où en sont aujourd'hui les stations alpines en matière de développement durable? Pour Marie-Françoise Perruchoud-Massy, cheffe de l'Institut économie et tourisme de la Haute école valaisanne, «le pôle économique reste prioritaire, mais il y a une conscientisation que l'environnement constitue notre plus grande richesse et qu'il s'agit de le préserver. Le problème, c'est que la notion de paysage est très subjective.» Autrement dit, l'idée qu'on se fait d'un paysage préservé n'est souvent pas la même selon que l'on soit un



■ **Verbier.** L'idée qu'on se fait d'un paysage préservé n'est pas la même selon que l'on soit un habitant de la région, un touriste ou un scientifique. Photo: Swiss-Image

habitant de la région, un touriste ou un scientifique. Le développement durable passe de ce fait par la recherche de consensus, des démarches participatives en vue d'une conception globale pour la station, conception demandée d'ailleurs par la Loi cantonale valaisanne sur le tourisme de 1996. «Mais à

part dans quelques stations, haut-valaisannes surtout, cette disposition est restée un vœu pieux», observe Marie-Françoise Perruchoud-Massy.

On précisera tout de même à ce sujet que la commune de Bagnes vient de le faire, car il s'agit de gérer le boom de Verbier et le méga-projet des Mayens de Bruson (2000 lits touristiques). Mais le document ne fait pas explicitement référence à la problématique du développement durable.

### Les petites stations n'ont pas le choix

En fait, bien des stations sont au pied du mur. Elles doivent adopter une stratégie pour gérer leur développement ou simplement pour survivre. Dans le premier cas, qui concerne les grandes stations surtout, si l'on n'investit pas dans de nouveaux équipements pour rester compétitifs sur le plan international, c'est la mort.

Une pression économique qui ne laisse guère de place au pôle environnemental auquel pourtant la clientèle est en effet de plus en plus sensible. Pour les petites stations en revanche, celles qui doivent s'inventer un avenir

et investissent, elles, à petite vitesse, le développement durable devient tout simplement une nécessité.

### Un projet exemplaire dans les Préalpes

Un exemple sur le terrain: le développement durable est le fil rouge du projet de «Parc naturel régional Gruyère-Pays-d'Enhaut», à cheval sur les cantons de Vaud et de Fribourg, et qui concerne quatre communes: Château-d'Éx, Rossinière, Charmey et le Haut-Intyamon. «Le terme de «parc naturel» soulève certaines craintes et émotions», explique François Margot, du groupe de pilotage. Ce nouveau label suisse devrait cependant permettre à cette région des Préalpes, aux prises avec des problèmes touristiques (manque de neige notamment) et agricoles de se repositionner. François Margot précise qu'il ne s'agit pas d'un projet «tout à l'environnement» mais de valoriser les atouts de la région, son terroir très identifié (fromages Etivaz AOC et Gruyère AOC), ses paysages préservés et ses sites protégés. Objectif: créer de nouveaux emplois, permettre aux 6500 habitants concernés de survivre économiquement.

Avec l'agriculture, le tourisme y est un secteur économique-clé. Or, il a perdu 10% de nuitées en quelques années. «Ce label est en fait un contrat que la région passe pour dix ans avec les cantons concernés et la Confédération, s'engageant ainsi à préserver son patrimoine culturel et naturel, précise François Margot. En terme d'image, c'est un produit touristique avec un «plus» que nous pourrions profiter.»

Mais pour obtenir ce label et le financement à la clé, il faudra encore franchir un certain nombre d'étapes décisionnelles, à commencer, le 3 décembre, par les verdicts des conseils communaux de Château-d'Éx et Rossinière. Et sur le plan fédéral, les Chambres devront avaliser, cet hiver, le principe même de ce nouveau label.

### Le marketing «durable» des «Portes du Soleil»

■ **Le ressourcement, l'air pur, tout ce qui touche à la santé, au bien-être et donc à l'environnement** sont des valeurs qui montent, même dans les grandes stations plus trépidantes. Les «Portes du Soleil» l'ont bien compris. Elles font en effet du développement durable un argument pour vendre la saison d'hiver. La méga-destination alpine franco-suisse (650 kilomètres de pistes) affirme dans son dossier marketing se mobiliser pour cette cause en dressant tout un inventaire «durable», du forfait main libre rechargeable un millier de fois à «hôtel écolo» Le Ferrailon dans le Val d'Abondance, en passant par la récupération de l'huile moteur des dames d'Avoriaz. GZ

### Nendaz ne veut pas répéter les erreurs du passé

■ **Entre la plaine et la haute montagne, nettement mieux lotie en ce qui concerne l'enneigement, la commune touristique de Nendaz prend en compte le développement durable mais de façon pragmatique.** Nendaz est en effet à un tournant, avec une forte poussée immobilière qui va exploser avec le projet de la société Alpvision de construire 1500 lits. Dans les années 1970-1990, Nendaz avait connu un développement non maîtrisé qui s'était soldé en particulier par la faillite de Super-Nendaz. Après des années nonante guère faciles, les nuitées redécollent: +7% en 2003 et, en principe, +4 à 5% en 2005. Selon les responsables, ce sont en particulier les

fruits de la diversification amorcée, Nendaz se profilant notamment comme le Pays des bisses.

Pour le président de la commune Francis Dumaz, pas question de répéter les erreurs du passé; il veut un développement maîtrisé, avec un rythme de construction restant qualitatif et doux. «Chose possible», assure-t-il, «car le projet Alpvision s'étalera sur huit ans.» Les nouveaux logements seraient loués 70% du temps, générant ainsi des emplois grâce à des services hôteliers et à l'ouverture de nouveaux commerces. Créer des postes, optimiser l'occupation du parc immobilier, ce sont là deux défis étroitement liés du développement durable. GZ

Office du tourisme du canton de Vaud

# L'importance des études climatiques

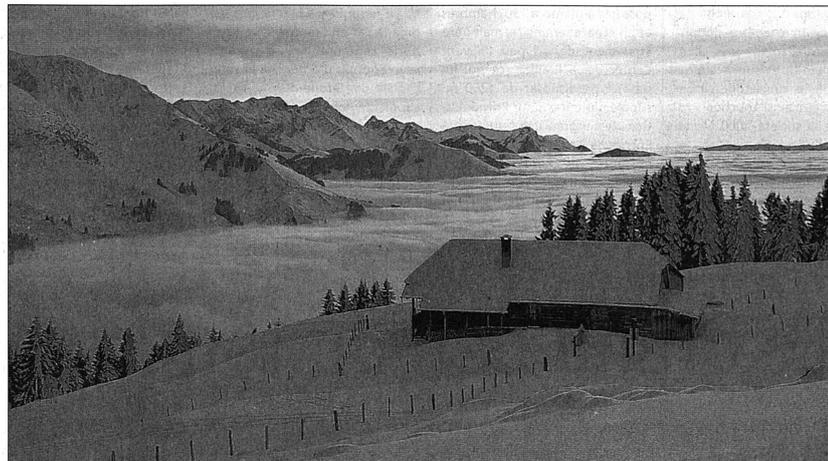
■ La Conférence de la Commission des relations touristiques (CRT) de l'Office du tourisme du canton de Vaud (OTV), qui s'est tenue en début de semaine au Beau-Rivage Palace de Lausanne, a mis en évidence l'importance des études climatiques pour le tourisme.

Laurent Missbauer

Les études climatiques sont primordiales pour le tourisme. Charles-André Ramseier, le directeur de l'OTV, n'a d'ailleurs pas attendu la Conférence de la CRT, pour en être convaincu. Il a en effet engagé il y a quatre ans le géographe Claude-Alain Blanc au poste de responsable des analyses et études de l'OTV. «En tant que géographe, il n'a pas seulement une approche scientifique, mais également un regard plus neutre et moins commercial que certains professionnels du tourisme lorsqu'il s'agit d'évoquer la problématique de l'évolution du climat et de ses conséquences pour le tourisme», relève Charles-André Ramseier.

## L'ensoleillement a augmenté en hiver et en montagne

Lors de cette conférence, les représentants de quelque 50 offices du tourisme de tout le canton de Vaud ont pu écouter la climatologue Martine Rebetez s'exprimer sur le réchauffement des



■ Préalpes. Selon la climatologue Martine Rebetez, l'ensoleillement a augmenté ces dernières années en hiver et en montagne. Cela pourrait être un bon argument pour attirer la population qui se trouve sous la mer de brouillard. Photo: Swiss-Image

températures et ses conséquences sur le tourisme. Elle a notamment relevé que l'ensoleillement avait légèrement augmenté ces dernières années en hiver et en montagne et que cela pouvait constituer un atout pour attirer la population qui se trouve sous la mer de brouillard. Martine Rebetez a aussi attiré l'attention de ses auditeurs sur la diminution de l'enneigement à basse

altitude et sur l'utilité de proposer des alternatives telles que, par exemple, les Bains-de-Lavey ou la visite de musées en plaine. Le réchauffement de la planète devrait également permettre à l'OTV de mettre davantage en avant en été la fraîcheur de ses lacs et de ses stations en altitude. Elle a, d'autre part, insisté sur la nécessité de diminuer les émissions de gaz à effet de serre et a

invité les hôteliers à investir dans une meilleure isolation des bâtiments, dans l'installation de panneaux solaires pour alimenter les hôtels en eau chaude et dans la géothermie pour chauffer les pièces en hiver et les rafraîchir en été.

Enfin, Martine Rebetez a souligné l'importance, pour les cantons et les communes, de terminer les cartes des dangers naturels et d'en tenir compte

lors des aménagements. Elle a été rejointe sur ce point par l'ingénieur rural Jean-Pierre Jordan, le second invité de cette conférence, qui a rappelé que les régions touristiques avaient été sévèrement touchées par les crues extrêmes ces dernières années et qu'il fallait s'attendre à une augmentation de la fréquence de tels événements compte tenu du changement climatique. «Une protection absolue n'existe pas mais il est souvent possible, par des mesures simples et efficaces, de réduire les conséquences des crues», a relevé Jean-Pierre Jordan.

## Concilier la protection des crues et l'attrait touristique

«Le but d'une telle rencontre entre représentants des milieux touristiques et des milieux scientifiques est de sensibiliser les responsables sur le terrain, autorités, acteurs et prestataires touristiques, à la nécessité d'aborder ensemble des questions de haute actualité, entre la culture du risque et la notion de devoir partagé. Il s'agit aussi de concilier la protection des crues et l'attrait touristique. La prochaine correction du Rhône peut ainsi constituer une excellente opportunité de répondre aux intérêts du tourisme en créant de nouveaux lieux attractifs du point de vue paysager et propices aux activités de loisirs. Du coup, les abords du Rhône pourraient devenir un véritable paradis pour le cyclotourisme ou les sports équestres», conclut Charles-André Ramseier.

## PUBLIREPORTAGE

# Développer aujourd'hui les entrepreneurs de demain: La mission de l'Ecole hôtelière de Lausanne

La maîtrise des métiers de l'accueil est certes difficile. Cela demande rigueur, capacité de se focaliser, aptitudes professionnelles et compétences sociales.

Selon Ray Iunius, Adjoint au Directeur Général et Directeur d'EHLITE: «Nous travaillons avec des étudiants très motivés sur différents projets tant au niveau national qu'international, ce qui nous amène à créer une dynamique extraordinaire que nous mettons au service des entreprises qui nous font confiance». C'est pour mieux répondre à cette mission qu'EHLITE, Institut de Technologie et d'Entrepreneuriat de l'Ecole hôtelière de Lausanne, favorise depuis 2002, le rapprochement avec le

monde de l'industrie de l'accueil, ses fournisseurs et les nouveaux acteurs de l'économie en créant les projets étudiants/entreprise ou SBP - Student Business Project.

Les SBP font partie intégrante du programme académique du dernier semestre et permettent aux étudiants d'appliquer les connaissances acquises, tant théoriques que pratiques. Les étudiants sont encadrés dans leurs travaux par des membres du corps enseignant, mais agissent principale-



ment de manière autonome. «Non seulement nous stimulons nos étudiants pour les métiers de l'accueil, mais nous mettons au défi leurs compétences de conduite de projets», ajoute Stéfan Fraenkel Directeur adjoint d'EHLITE.

Déjà près de 200 clients - entreprises nationales, internationales, entrepreneurs, hôteliers, indépendants, etc. - ont fait confiance aux SBP: «Après plus de 5 ans de partenariat, je suis heureux de vous annoncer que le projet WellNes Centre a été validé par notre direction et ceci en partie grâce à votre aide», déclare Christian Glauser, Chef des restaurants Nestec SA.

Le client qui mandate un projet identifie une problématique dans son secteur d'activité. Mandant et étudiant définissent alors les attentes et l'objectif du projet (par

exemple: identifier de nouvelles opportunités commerciales dans le secteur Horeca, étude de faisabilité, étude de marché, etc). Le client confirmera ensuite son intention de mandater un groupe d'étudiants (1 groupe = 5 étudiants) et cela pour une période de 8 semaines et demie. Lors du lancement, le mandant présente la mission du projet. Le projet est activé et la mission des étudiants est alors plus précisément définie par le client. Après quatre semaines de travail, l'entreprise est invitée à l'Ecole hôtelière de Lausanne afin de s'assurer que le projet est sur la bonne voie. Trois semaines plus tard, le client obtiendra un rapport qu'il examinera et donnera ses derniers commentaires. Les étudiants auront alors encore une semaine pour rédiger leur rapport final. Intéressés? Contactez-nous: sbp@ehl.ch.

## Les entrepreneurs de demain sont vos prestataires d'aujourd'hui

Le concept SBP

5 étudiants - 8 semaines - 1000 heures - SFR 7000.-

- Vous cherchez des révélateurs d'esprit d'entreprise?
- Vous êtes confrontés à un problème épineux?
- Vous souhaitez une solution innovante et créative?
- Vous recherchez de nouvelles perspectives?

- Les étudiants de l'Ecole hôtelière de Lausanne partagent avec les initiateurs de nouveaux projets, leurs valeurs de création et d'innovation.
- Pour vous accompagner dans votre projet, EHLITE par le biais de ses SBP vous propose les compétences de nos étudiants. Ensemble nous apportons un savoir-faire issu de l'excellence qui couvre l'ensemble de vos besoins.
- Vous pouvez ainsi bénéficier de services de qualité à des tarifs exceptionnels.

L'animation dans les hôtels

# Le plaisir de faire plaisir à la clientèle

■ Animer un hôtel, c'est avant tout le plaisir de faire plaisir à la clientèle. Et lorsque l'animation est réussie, c'est aussi le plaisir de fidéliser ses clients et de profiter d'une excellente publicité de bouche à oreille. Rappel de ce qu'il convient de faire en matière d'animation hôtelière.

Ivan Falesitch\*

Comme dans bien d'autres secteurs, la branche hôtelière se diversifie: hôtels wellness, «écotels», gîtes ruraux, etc. Une hôtellerie se met en place, imaginative, créative, qui permet la découverte, le ressourcement et qui attire une clientèle séduite par la nature, le sport, la culture, la gastronomie. Les individus cherchent en effet à rompre la monotonie du fait unique de se loger et de se nourrir. Ils souhaitent désormais donner une autre dimension à leur séjour dans les hôtels.

## On n'achète pas des produits mais bien des satisfactions

Le consommateur n'achète plus aujourd'hui des produits en tant que tels; il achète des satisfactions. Pour bon nombre de vacanciers, l'hôtel, sauf pour quelques hôtels extravagants, n'est pas le critère premier du choix du lieu de vacances mais bien l'intérêt du site touristique, son climat, le nombre d'activités et les animations qui y sont proposées. «Animer un hôtel aujourd'hui est important», relève Franz Gilliéron, le directeur de l'Hôtel La Longeraie à Morges. «C'est une nouvelle dimension à donner au métier d'hôtelier qui requiert quelques dons d'organisateur et des idées».

## «L'animation est une véritable valeur ajoutée»

Alors, est-ce la fin d'une hôtellerie traditionnelle? Faut-il transformer l'hôtel en Club Med? Certainement pas. Les prestations traditionnelles que proposent les hôtels correspondent à une large partie des clients individuels qui apprécient leur autonomie et leur liberté. Cependant, pour attirer et retenir une clientèle de plus en plus mobile, versatile et tentée par de nouvelles offres attrayantes, l'hôtel doit ajouter une qualité de vie, une ambiance sympathique et des distractions. On retrouve là la vraie vocation de l'hôtelier: pratiquer l'art de recevoir, d'entourer, de faire découvrir, de dis-



■ Animation. Un bon programme d'animation - ici une soirée marocaine au Swissôtel Métropole de Genève - contribue à faire parler de l'hôtel. Photo: Swissôtel Métropole

traire, en contribuant au bien-être de ses hôtes. C'est un climat, une véritable valeur ajoutée, qu'apporte l'animation dans un établissement hôtelière.

## Une certaine conception de la vie à l'hôtel

Que faut-il entendre par animation? Dans un sens large, c'est l'état de ce qui vit, de ce qui n'est pas inerte. Il s'agit avant tout d'une certaine conception de la vie de l'hôtel qui ajoute une note originale à ses prestations en prenant en compte les attentes de ses clients. L'animation ne doit en aucun cas être contraignante, artificielle. On ne peut pas forcer les autres à s'animer et on ne peut pas se forcer à animer les autres. Toutes formes d'animation ont leur raison d'être, du moment qu'elles s'inscrivent dans l'esprit de l'hôtel, qu'elles ne s'imposent pas et qu'elles respectent la liberté des clients qui ont le loisir de profiter des animations un peu, beaucoup, à la folie... ou pas du tout!

«Il y a toujours quelques-uns de mes clients qui n'apprécient pas autant que les autres l'animation proposée. La grande difficulté est de marier tous les

éléments», ajoute Franz Gilliéron dont le programme d'événements à La Longeraie a acquis une notoriété certaine dans la région de La Côte. Ainsi, en août dernier, il a pris l'initiative d'organiser dans les jardins de l'hôtel trois soirées avec repas de vendredi à dimanche sous l'appellation de Jazz aux couleurs de l'été. «Notre idée est de créer un événement à Morges où, en cette période du creux des vacances, il ne se passe pas beaucoup de choses. Le résultat est à la hauteur de nos prévisions», précise Franz Gilliéron.

## «Proposer une animation appropriée à l'hôtel»

Si une bonne animation implique un investissement de temps et un budget - celui de La Longeraie est de 50 000 francs par an -, elle s'avère néanmoins rentable car elle engendre un précieux «bouche à oreille» qui est l'outil de marketing le moins onéreux et le plus crédible. Un bon programme d'animation fait parler de l'hôtel, il contribue à renforcer sa personnalité, ajoute un plus aux prestations habituelles en le rendant sympathique et vivant... C'est un hôtel où il se passe quelque chose.

«Cela me permet de rallonger la durée de séjour, de fidéliser ma clientèle et de me différencier de mes concurrents tout en augmentant mon chiffre d'affaires», poursuit Franz Gilliéron qui a

fait de ses programmes d'animation un des points forts de son établissement.

\* Ancien professeur à l'Ecole hôtelière de Lausanne

## Quand animation rime avec un peu d'imagination

■ De plus en plus, le touriste autrefois épris de progrès techniques et de dépaysements lointains, recherche aujourd'hui un retour aux sources, le «repayement» et l'authenticité. L'hôtelier, bien intégré dans sa région, peut, avec un peu d'imagination, répondre à ces nouvelles attentes sans trop de difficultés. Une brève enquête auprès d'hôtels 3 et 4 étoiles nous a fait découvrir plusieurs idées.

**Pour animer les soirées.** Organisation de soirées spéciales à l'occasion des fêtes nationales des pays des hôtes principaux (contacts avec les ambassades pour les drapeaux, etc.). Mise sur pied de soirées avec des concerts, de dîners aux chandelles, de soirées «Meurtres et mystères».

**Pour la clientèle sportive.** Certains hôtels qui ne disposent pas de salle

fitness ont conclu un accord en faveur de leurs clients avec des clubs de sports à proximité. Mise à disposition d'équipements légers (bâtons de «nordic walking», vélos, VTT) et de plans avec des itinéraires de promenades.

**Pour participer à la vie locale de la station et connaître la région.** Ne pas oublier d'afficher les événements locaux, le programme hebdomadaire, les itinéraires, les promenades et les placer également sur le site Internet de l'hôtel. Mettre en place un coin de lecture avec une petite bibliothèque et des livres sur la faune, la flore, la géologie et l'histoire de la région.

**Pour les familles.** Organisation de fêtes d'anniversaires, de pique-niques, de barbecues et de tournois pour les enfants. Mise à disposition de menus illustrés, de jeux, de livres. IF

## Quelques suggestions afin de trouver des idées d'animation dans les hôtels

■ **Les voyages.** De nombreux hôteliers profitent de leurs voyages pour trouver des idées qu'ils adaptent ensuite à leur hôtel. Les idées d'animation surgissent en étant attentif aux phénomènes de société dans les domaines du tourisme, des loisirs et de la santé.

**Les clients.** En tant qu'utilisateurs des prestations proposées par l'hôtel, les clients fidèles sont bien placés pour faire des propositions intéressantes. Pourquoi ne pas les encourager à proposer leurs idées? L'opportunité qu'a l'hôtelier d'être en contact direct avec sa clientèle, d'observer ses préférences est un atout fondamental dans son métier. D'autre part, une boîte à idées bien placée près de la réception peut amener de précieuses suggestions. Enfin, au cours d'une soirée pour leurs clients, certains hôteliers lancent des concours pour les meilleures idées d'animation.

**Les collaborateurs.** A la recherche de nouvelles idées d'animation, des hôtels font participer les collègues de travail à une séance de «brainstorming» et les propositions qui en résultent sont

souvent très intéressantes. C'est aussi un bon moyen d'associer et donc de motiver les collaborateurs.

**Les fournisseurs.** Dans le cadre de leurs relations commerciales, certains hôteliers font appel à leurs fournisseurs ou à des producteurs locaux. Ils les invitent à s'associer à des soirées gastronomiques à caractère régional au cours desquelles ces partenaires mettent en valeur les produits du terroir - vins, viande séchée, fromages, etc. - en parlant de l'élaboration, de la vinification, des soins qu'ils apportent à leurs produits et de la tradition qui les guide. De surcroît, ils participent à l'animation de la soirée de façon originale et avec authenticité.

**Forfaits.** «Nous travaillons beaucoup sur des forfaits gastronomiques», relève Stéphane Schlaeply, le directeur de l'Hôtel Cailler à Charmey (FR). Les forfaits «Goût et terroir» ou «Goût et harmonie» qu'il propose sur le site Internet de son hôtel ont beaucoup de succès le week-end auprès de la clientèle individuelle. Stéphane Schlaeply communique son programme tous les trois mois à une

clientèle ciblée et n'utilise pas la publicité dans les médias qui n'est pas assez efficace dans son cas.

**Guides de montagne.** A Neustift, en Autriche, au cours d'une soirée à caractère local, un hôtel invite un guide de montagne à parler de son métier, de ses expériences et de ses ascensions dans la région. L'hôtel offre l'occasion à ses clients de rencontrer un guide et de découvrir à travers lui les richesses naturelles de la région (faune, flore, etc.). C'est une animation qui est très appréciée et cette forme de collaboration ouvre des perspectives de découverte dans de nombreux autres domaines.

**Artisans.** La plupart des régions possèdent des points d'intérêt qui méritent une visite: marchés locaux, ateliers d'artisans, dégustations, etc. Lors d'un séjour dans un petit hôtel d'Aoste, nous avons été impressionnés par la gentillesse du patron qui, en trois coups de fil, nous a organisé d'intéressantes visites d'un armurier, d'un tailleur-sculpteur et d'un relieur. Ces visites n'avaient nullement un caractère commercial. IF



■ Une idée originale: proposer des visites de musées spécialement adaptées aux enfants, ici le Musée Baud à l'Auberson (VD). Photo: Swiss-Image

## Une participation record au «Label Nobilis»

■ **Vins valaisans.** Le «Label Nobilis», qui fête son 20e anniversaire cette année, est devenu l'indice de référence pour comparer la qualité des vins valaisans. Ce concours a enregistré en 2005 un nouveau record de participation, avec plus de 1800 vins présentés issus d'une quarantaine de cépages différents.

Le jury, qui officie selon les règles en vigueur dans les grands concours internationaux, a décerné trois «Grand Or» (plus de

94 points sur 100), à l'Amigne fût de chêne de Vétroz 2003 de Fabienne Cottagnoud (cave des Tilleuls), à l'Ermitage Vieille Vigne Les Serpentes 2003 de Gérald et Patricia Besse (Martigny-Croix), et à la Syrah du Valais AOC 2004 vinifiée par l'Agroscope RAC de Changins (Nyon).

L'«Or» n'a récompensé que 8% des vins présentés, «ce qui démontre la sélectivité de ce concours», note Vinea, l'instance organisatrice. Invité à la cérémonie de remise des «Labels

Nobilis», Enrico Berdarno, le meilleur sommelier du monde, a relevé l'excellence des vins valaisans et suisses, «un pays majeur sur la carte viticole mondiale. Pourtant, ses vignes ont un complexe à se montrer sur la planète...»

Au Georges V à Paris - un des meilleurs restaurants de France, crédité qui plus est de trois étoiles au Guide Michelin - Enrico Berdarno propose sur sa carte une dizaine de crus suisses, des valaisans pour la plupart. GZ

## Hôtels et Patrimoine a acheté le «Boulevard»

■ **Hôtels et Patrimoine.** Après avoir entamé son programme d'investissements hôteliers en août dernier avec l'Hôtel de la Couronne à Morges, le club d'investissement «Hôtels en Transition Holding SA-Hôtel et Patrimoine» vient d'acheter l'Hôtel du Boulevard à Lausanne. Le modèle économique imaginé par Hôtels et Patrimoine repose sur l'acquisition d'établissements peu performants et leur repositionnement dans le segment de l'hébergement de moyenne durée, princi-

palement avec des résidences affaires et des résidences seniors. L'Hôtel du Boulevard a séduit pour le charme et la qualité du bâtiment début de siècle ainsi que pour son emplacement, à deux pas de la gare de Lausanne et à moins de 1 km d'Ouchy. Fermé depuis près de deux ans, l'hôtel sera rénové et ses 19 chambres seront proposées à une clientèle de moyenne durée. Toutes les chambres seront équipées d'une cuisinette et l'hôtel sera pourvu d'une buanderie, d'une salle de

sports ainsi que d'un coin «détente» avec boissons et petite confiserie. Pour assurer la compétitivité de cet établissement, Hôtels et Patrimoine va automatiser une grande partie des prestations du «Boulevard». Les réservations, la logistique, le commercial et l'administration seront ainsi gérés à partir de Morges avec une intendance présente huit heures par jour à Lausanne. L'Hôtel du Boulevard ouvrira ses portes en février sous la direction de Philippe Guénat. JJE

### Statistiques de l'hébergement

## Les nuitées ont encore augmenté en septembre

■ **L'évolution positive observée depuis le début de l'année s'est poursuivie en septembre.** Par rapport à 2003, les nuitées ont en effet augmenté de 1,3%.

Laurent Missbauer

Alors que les nuitées hôtelières enregistrées en Suisse de janvier à août avaient augmenté de 2,2% par rapport à 2003 - dernière année de référence pour l'Office fédéral de la statistique (OFS) - elles ont augmenté en septembre de 1,3%, c'est-à-dire de 39 000 unités pour un total de 3,1 millions de nuitées.

Si les deux principaux marchés émetteurs, à savoir la Suisse, avec 1,45 million de nuitées, et l'Allemagne, avec 545 000 nuitées, ont enregistré un léger recul de respectivement 2,1 et 0,2%, les nuitées en provenance du Royaume-Uni (178 000, 3e) et des Etats-Unis (173 000, 4e) ont augmenté de 12,3 et 14,3%. La France arrive en 5e position avec 87 000 nuitées (+9,8%).

Si la durée moyenne des séjours est de l'ordre de deux nuitées pour les dix premiers marchés émetteurs, elle s'élève en revanche à 3,7 nuitées pour la clientèle des pays du Golfe. Celle-ci arrive en 13e position avec 23 375 nuitées (+0,7%), devant le Canada (22 778 +15,3%) et la Chine (18 052 +46,1%). L'OFS relève que les visiteurs en provenance des pays du Golfe sont ceux qui séjournent le plus longtemps et que, à l'opposé, on trouve les Chinois avec 1,5 nuitée.

### EN BREF

## La satisfaction de la FST

■ «Le oui à la modification de la loi sur le travail est aussi l'expression d'une Suisse ouverte aux touristes qui arrivent en train dans notre pays». Tels sont quelques-uns des propos avec lesquels la Fédération suisse du tourisme (FST) a accueilli dimanche les résultats des votations sur la modification de la loi sur le travail qui garantit le statu quo au niveau des horaires d'ouverture des magasins le dimanche dans les aéroports et les grandes gares. Pour la FST, l'approbation de la modification de la loi sur le travail est, après le oui à l'extension de la libre circulation des personnes et le oui à la reconnaissance des visas Schengen, la troisième votation à avoir des répercussions positives sur le tourisme cette année. En outre, avec ce nouveau oui, les réglementations spéciales en vigueur dans les lieux touristiques ne pourront pas être remises en question, conclut la FST. LM



■ **Aux commandes du Café du Gothard.** Muriel Hauser (à g.), directrice, et Marie-Rose Holenstein, gérante et figure légendaire de cet établissement célèbre pour avoir notamment été le bistro préféré de Jean Tinguely. Photos: Laurent Missbauer



■ **Des photos montrent «Marie-Rose» avec le grand chef Anton Mosimann...**



■ **Plusieurs dédicaces originales du boucher-peintre Corpaato...**



■ **Jean Tinguely y est allé de son hommage en lettres d'or alors que...**

### Ville de Fribourg

## Réouverture du Café du Gothard de «Marie-Rose»

■ **Le Café du Gothard, une véritable institution en Suisse romande, a rouvert ses portes la semaine passée après dix-huit mois de travaux de rénovation.**

Laurent Missbauer

Rares sont les bistros qui sont aussi célèbres que le Café du Gothard à Fribourg. Situé à deux pas de la cathédrale, il n'a pas seulement accueilli plusieurs personnalités - de Jean Tinguely à Pascal Couchepin - mais également de nombreuses personnes âgées. Ces dernières, souvent seules, ont toujours été accueillies avec beaucoup de gentillesse par la tenancière, Marie-Rose Holenstein, que tout le monde appelle Marie-Rose.

«Marie-Rose a un cœur en or. Elle est adorable, aussi bien avec les enfants qu'avec les personnes âgées», relève le boucher-peintre Corpaato. L'aura de Marie-Rose, qui a été la nurse des Kennedy aux Etats-Unis, est telle que la télévision romande lui avait consacré un reportage, il y a dix-huit mois, lors de la fermeture du café pour d'importantes rénovations. Cette même télévision était à nouveau là, la semaine passée, lors de la réouverture. Restauré dans les règles de l'art par la Bourgeoisie de Fribourg qui a racheté l'établissement historique en 2001, le «Gothard» possède aujourd'hui autant de charme qu'auparavant. Les lettres de Tinguely et de Niki de Saint Phalle ornent en effet toujours les murs du café et Marie-Rose a repris du service. Seul changement, la gestion est désormais assurée par Muriel Hauser qui, parallèlement, continuera à exploiter le «Beausite», aussi à Fribourg.



■ **... ainsi qu'avec l'astronaute suisse Claude Nicollier.**



■ **... et de Niki de Saint Phalle ornent les murs du Café du Gothard.**



■ **... le conseiller fédéral Pascal Couchepin y a dédié une photo.**

### D'UNE LANGUE À L'AUTRE

■ **Une plate-forme Internet pour les appartements de vacances de Suisse.** C'est le 4 mai, à l'occasion de la Journée suisse des vacances de St-Gall, que sera lancée une plate-forme Internet nationale pour la location d'appartements de vacances. Les responsables de cette plate-forme, à commencer par Roland Lyman, le directeur-adjoint de Reka, ont expliqué que la semaine passée qu'ils devraient atteindre l'objectif qu'ils s'étaient fixés lors du lancement du projet, à savoir la saisie de 15 000 objets immobiliers à mettre en location dans toute la Suisse. Jusqu'à sa mise en service le 4 mai, ce projet bénéficiera du soutien d'Innotour et de Reka qui ont investi tous les deux 300 000 francs. Page 3

■ **Le Beau-Rivage Palace parmi les hôtels 5 étoiles les plus rentables.** Contrairement à une idée largement répandue, les hôtels qui sont rentables existent bel et bien. Le magazine «Swiss Equity» a adressé avec la Société suisse de crédit hôtelier (SCH) la liste des hôtels 5 et 4 étoiles les plus rentables de Suisse, liste qui voit, chez les cinq-étoiles, les «Grand Hotels Bad Ragaz» figurer à la première place devant le Suvretta House de St-Moritz et le Grand Hôtel & Spa Victoria Jungfrau d'Interlaken. Le Beau-Rivage Palace de Lausanne-Ouchy arrive en 5e position avec un chiffre d'affaires de 45,46 millions de francs et un résultat d'exploitation qui s'élève à 20,9% du chiffre d'affaires. Page 19

### IMPRESSUM

#### hotel-tourismus revue

Fondé en 1892

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

Editeur: hotelleriesuisse  
Mombjougstrasse 130, case postale, 3001 Berne.  
Responsable des médias: Christian Santschi.

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

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

Impression:  
Büchler Grafino AG, Druckzentrum Berne

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

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

ISSN: 1424-0440

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

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

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

Internet: www.htr.ch

# stellen revue

## marché de l'emploi



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

hotel+ tourismus revue

**AG**  
ACTIVE GASTRO ENG

Karriere à la carte

[www.activegastro.ch](http://www.activegastro.ch)

Active Gastro Eng GmbH,  
Postfach, 8048 Zürich

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

**WWW.GASTRONET.CH**

044 225 80 90  
gastronet@gastronet.ch

GASTRONOMIE-HOTELLERIE

167027

[www.gastrojob.ch](http://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

**INHALT / SOMMAIRE**

Kaderstellen	2
Deutsche Schweiz	2 - 4
Svizzera italiana	6
International	8
Stellengesuche	8
Suisse romande	6
Marché international	8
Demandes d'emploi	8

**lenkerhof**  
alpine resort

Auf der Suche nach einer Herausforderung?

Sie wollen:

- in einem jungen mehrfach ausgezeichneten Team Arbeiten? – sind wir.
- sich weiterentwickeln durch selbständiges Arbeiten? Unterstützen wir.

Sie bringen mit:

- Ein selbstsicheres Auftreten mit Ausstrahlung
- Verkaufs- und Organisationstalent
- Spass im Umgang mit Menschen
- Erfahrung in administrativen Arbeiten
- F&B- und Front Office-Kenntnisse
- sprachgewandt in D/F/E?

Fühlen Sie sich angesprochen? Na also!

Wir freuen uns auf Ihre tatkräftige Unterstützung als:

**Eventmanager (m/w)**  
mit Erfahrung im Bereich Event/Seminar-gestaltung oder Front Office

Wir warten gespannt auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Von unserem jugendlichsten 5-Sterne-Hotel im Berner Oberland wird man noch mehr reden – tragen Sie dazu bei!

Markus Steiner, Human Resources Manager  
Tel.: 033/736 36 67  
E-Mail: m.steiner@lenkerhof.ch

168816

**HOTEL METROPOL ARBON**

Sie suchen nach einer neuen Herausforderung als

**Empfangsleiter/in**

Ab Mitte Februar oder nach Vereinbarung bieten wir Ihnen in unserem \*\*\*\*Hotel direkt am Bodensee die Gelegenheit dazu.

Sie leiten ein 5-köpfiges Empfangsteam, sind für die Organisation des gesamten Empfangsbereichs verantwortlich und arbeiten mit Fidelio Suite 8, Word for Windows und Excel.

Bei dieser Jahresstelle sind Erfahrungen im Empfangsbereich, Sprachkenntnisse und Führungskompetenz Voraussetzung.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?  
Dann senden Sie Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an:  
Jutta Rusch oder Andrea Wehrli

Hotel Metropol Arbon, Bahnhofstrasse 49, Postfach 296, CH-9320 Arbon  
Telefon +41 (0)71 447 82 82, Telefax +41 (0)71 447 82 80  
hotel@metropol-arbon.ch, www.metropol-arbon.ch

168802

**Paso Robles GmbH eine neue Perlenkette im Gastrobereich**

Das Restaurant zum Strohhof in Zürich sucht per sofort oder nach Vereinbarung einen aufgestellten, ehrgeizigen

**Küchenchef/-chefin**

Mit seiner Kreativität und seinem Ideenreichtum sollte er es verstehen unsere Gäste zu verwöhnen.  
Eintrittstermin nach Vereinbarung.  
Anstellungsgrad 100%.

Bitte schriftliche Bewerbung an:  
Paso Robles GmbH  
Restaurant zum Strohhof  
Herr Savas Tuerkay  
Augustinergasse 3/5  
8001 Zürich

168796

**PARCO PARADISO LUGANO**  
SUITENHOTEL-RESIDENCE

JAPAN RESTAURANT 月見亭 HAVANA DECK LA FAVOLA  
\*TSUKIMI-TEI\* CUBAN BAR RISTORANTE

Das Suitenhotel Parco Paradiso zählt zu den führenden 4-Sterne-Hotels des Tessins. Als jüngstes Hotel Lugano bietet es seinen Gästen eine grosszügige und moderne Infrastruktur sowie ein einladendes, südliches Ambiente, welches sowohl den Leisurre- wie auch den Businessmarkt anspricht.

Zur Steigerung der Präsenz im Geschäftsreisenden- und Konferenzsegment, suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung eine

**Sales-Managerin für die Deutschschweiz**

Basis und Büro in Luzern

Wenn Sie bereits fundierte Erfahrungen im Erschliessen neuer Kunden und Märkte gesammelt haben, über eine gewinnende Persönlichkeit und eine positive Ausstrahlung verfügen und selbstständiges Arbeiten lieben, können wir Ihnen die Mitarbeit in einem progressiven und jungen Unternehmen bieten.

Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Bild senden Sie bitte an: SUITENHOTEL PARCO PARADISO, z.Hd: Herrn J. Oelmann, Via Carona 27, CH-6900 Lugano-Paradiso oder per e-mail an: admin@parco-paradiso.com

**G&P** HOTELS-CRUISES  
www.gestundpartner.ch

MEMBER OF **WORLDHOTELS**  
FIRST CLASS COLLECTION

168779

**SUITENHOTEL PARCO PARADISO \*\*\*\***  
via Carona 27 - CH-6900 Lugano  
Fon +41 (0)91 993 11 11 - Fax +41 (0)91 993 10 11  
www.parco-paradiso.com - info@parco-paradiso.com

**HESSER**  
UNTERNEHMENSBERATUNG  
FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

Wir suchen per 1. April 2006 oder nach Uebereinkunft eine

**Direktion**  
oder  
**Direktionshepaaar**

für ein Erstklasshotel in bekannter Ferienregion. Der Betrieb verfügt über 80 Betten und Restauration. Der/die Bewerber sollten bereits ein mittelgrosses Hotel erfolgreich geführt haben und über viel Flair für die Restauration verfügen. Alle weiteren Informationen unterbreiten wir Ihnen gerne anlässlich eines persönlichen Gespräches. Wenn Sie unser Angebot interessiert, erwarten wir gerne Ihre Bewerbung, welche absolut vertraulich behandelt wird.

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

168815

**VALENTINO**  
gastronomia

Wir, ein junges Gastro-Unternehmen suchen per 15. Februar 2006 oder nach Vereinbarung für unsere Ristoranti San Marco und Marsala in Rapperswil einen/eine

**Restaurationsleiter/in/  
Nachwuchs-Geschäftsführer/in**

In dieser anspruchsvollen Position sind Sie der Geschäftsführung der beiden Ristoranti unterstellt. Ihnen obliegt die operative Führung eines der beiden Ristoranti. Mit Ihrem Team gewährleisten Sie reibungslose Abläufe und einen grösstmöglichen Kundennutzen. Die Front ist Ihr Element! Das aktive Verkaufen unserer Dienstleistung sowie das Durchführen von Massnahmen zur Verkaufsförderung gehören zu Ihren Hauptaufgaben.

Bei Abwesenheit des Geschäftsführers sind Sie verantwortlich für dessen Stellvertretung.

Führungsqualität, Belastbarkeit, Eigeninitiative und Teamgeist sind keine Fremdwörter für Sie! Wenn Sie zudem noch mit der italienischen/sizilianischen Gastronomie vertraut sind und die Sprache beherrschen, freuen wir uns über Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen inkl. Foto!

Valentino Gastronomia AG, Alpenstrasse 14, 6300 Zug,  
Tel. 041 725 29 00, Fax 041 725 29 01, E-Mail: s.detterbeck@valentino-gastronomia.ch

168827

[www.adecco.ch](http://www.adecco.ch)

Making people successful in a changing world

**0848 654 321**

**Adecco**  
HOTEL & EVENT

### Pächter/in

Ist Ihr Kochberuf zugleich Ihr Hobby? Lieben Sie es, Ihre Gäste mit gepflegtem Essen und ganz speziell mit gutem frischem Fisch zu verwöhnen? (Kein Gourmet-Tempelli) Sind Sie kreativ, voller Tatendrang und haben Freude, etwas Neues aufzubauen?

Dann sind Sie die richtige Person, um unser maritim eingerichtetes

### Restaurant am Vierwaldstättersee

zu pachten.

Das Restaurant liegt ausserhalb von Brunnen direkt am See, nur getrennt durch die Kantonsstrasse. Es bietet 60 Plätze innen und 120 Gartensitzplätze mit Blick auf den See. Parkplätze sind vorhanden. Die Küche ist grosszügig konzipiert. Pachtbeginn ab Februar/März 2006. Miete pro Monat Fr. 3500.–, Kleininventar ca. Fr. 40 000.–. Die Miete einer 1–4-Zi.-Wohnung im Haus ist möglich.

Solvente Personen mit einer Kochausbildung werden bevorzugt.

Interessiert? Dann rufen Sie uns an, Tel. 061 382 62 02 oder senden Sie uns ein Mail [info@taucherhelm.ch](mailto:info@taucherhelm.ch)

168932

„Hotels with a Bookmark“ ist eine Marketingorganisation für Klein- und Mittelbetriebe in der Schweiz, die Ihre Eigenständigkeit bewahrt haben. Die Gruppe zeichnet sich aus durch die Individualität der Mitgliedshotels und die aussergewöhnlichen Konzepte. „Hotels with a Bookmark“ sind Hotels mit Geschichte und Geschichten, die wie ein gutes Buch in Erinnerung bleiben.

### HOTELS WITH A BOOKMARK

Für die derzeit sieben 3\* und 4\* Hotels suchen wir auf Februar oder März 2006 die/den kommunikative(n), engagierte(n)

#### Sales Manager/in.

Mit Ihrer charmananten, herzlichen und kompetenten Art pflegen Sie bestehende Kundenkontakte im Corporate- und Seminarmarkt und akquirieren neue Kunden. Sie überzeugen mit stilvollem Auftreten und verstehen es, Vertriebspartner mit unseren unverwechselbaren Hotels zu begeistern. Sie übernehmen die Verkaufsadministration, vertreten unsere Mitgliedshotels an Messen, führen Vertragsverhandlungen mit internationalen Unternehmen und Reiseveranstaltern und präsentieren die Hotels bei Firmen und vor Ort.

Bringen Sie Verkaufserfahrung im Tourismus mit? Sind Sie selbstständig, flexibel und aktives Agieren gewohnt? Möchten Sie die Verantwortung für den Sales-Bereich der Bookmark Hotels übernehmen und Ihr mit Ihrer persönlichen Handschrift prägen? Wenn Sie neben perfektem Deutsch noch Englisch und Französisch sprechen, warten wir gespannt auf Ihre schriftlichen Bewerbungsunterlagen.

Conny Vogel-Gwader, Marketingleiterin  
Hotels with a Bookmark  
c/o Turicum Hotel Management AG  
Kronenstrasse 42, 8006 Zürich  
[conny.vogel-gwader@bookmarkhotels.ch](mailto:conny.vogel-gwader@bookmarkhotels.ch)  
Tel. 041 368 40 08 [www.bookmarkhotels.ch](http://www.bookmarkhotels.ch)

168845

### Alters- und Spitzentrum Dübendorf

Fällandenstrasse 22  
8600 Dübendorf  
[alterszentrum@asz-duebendorf.ch](mailto:alterszentrum@asz-duebendorf.ch)

Das Alters- und Spitzentrum der Stadt Dübendorf bietet den ca. 220 BewohnerInnen verschiedene Wohnformen wie Alterswohnungen, Alterswohnheim, Pflegeabteilungen und externe Pflegewohnungen. Zusätzlich sind die Spitzex-Dienste und das Tagesheim Teil der Gesamtorganisation. Wir arbeiten interdisziplinär und erfolgreich mit einem hohen Qualitätsstandard sowie innovativen Dienstleistungen.

Infolge Pensionierung der Stelleninhaberin suchen wir per 1. Februar 2006 oder nach Vereinbarung eine/n

### Leiter/in Lingerie, 80%

**Ihre Herausforderung**  
Wir verarbeiten sowohl BewohnerInnen- als auch die Betriebswäsche.  
Sie führen ein Team von 6 TeilzeitarbeiternInnen und sind für die Ausbildung der Lehrlinge in Ihrem Bereich zuständig. Sie haben ein hohes Qualitätsbewusstsein, Sinn für Wirtschaftlichkeit und Ökologie, fundierte Fachkenntnisse in der Lingerie und Näherlei und arbeiten gerne praktisch mit.

**Ihr Profil**  
Sie verfügen über eine abgeschlossene Ausbildung als HOFA/HBA, Hauswirtschafterin oder haben Erfahrung im Bereich Wäscheversorgung. Ihre mehrjährige Praxis- und Führungserfahrung, Sozialkompetenz, EDV-Kenntnisse (Office) und eine unternehmerische Denkweise runden Ihr Profil ab.

**Wir bieten**  
eine abwechslungsreiche und spannende Aufgabe in einem zukunftsorientierten, lebhaften Umfeld.  
Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an untenstehende Adresse. Für weitere Informationen steht Ihnen Frau Sabine Burkhard, Leiterin Ökonomie, 044 802 8320, gerne zur Verfügung.  
E-Mail: [sabine.burkhard@asz-duebendorf.ch](mailto:sabine.burkhard@asz-duebendorf.ch)

Ihre vollständige schriftliche Bewerbung mit Foto senden Sie bitte an:  
Alters- und Spitzentrum, Frau Sabine Burkhard, Fällandenstrasse 22, 8600 Dübendorf.

168830

## VALENTINO gastronomia

Wir, die Valentino Gastronomia AG suchen per 1. Februar 2006 oder nach Vereinbarung für unsere Ristoranti San Marco und Marsala in Rapperswil eine/n

### Geschäftsführer/in

**Ihre Aufgabe:** Ihnen obliegt die Führung der Ristoranti San Marco und Marsala in Rapperswil mit insgesamt 86 Plätzen indoor und 150 Plätzen outdoor. Mit einem Team von 25 Mitarbeitern gewährleisten Sie reibungslose Abläufe und einen grösstmöglichen Kundennutzen. **Die Front ist Ihr Element!** Das aktive Verkaufen unserer Dienstleistung sowie das Durchführen von Massnahmen zur Verkaufsförderung gehören ebenfalls zu Ihren Hauptaufgaben. **Kundenzufriedenheit ist Ihr und unser oberstes Gebot!**

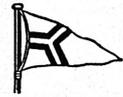
**Was Sie mitbringen:** Sie sind eine dynamische Persönlichkeit, ein/e Macher/in mit Organisationstalent und Flair für die italienische, insbesondere sizilianische Küche. Dank Ihrer sympathischen und vertrauensvollen Art ist es leicht für Sie auf allen Ebenen zu kommunizieren. Sie haben eine Hotelfachschule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

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

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

**Valentino Gastronomia AG, Sonia Detterbeck, Alpenstrasse 14, 6300 Zug, Telefon 041 725 29 00**  
[s.detterbeck@valentino-gastronomia.ch](mailto:s.detterbeck@valentino-gastronomia.ch)

168826



### Thunersee Yachtclub

Für unser clubeigenes Restaurant suchen wir per 1. April 2006

### ein/e Gerant/in

mit Wirtepatent (Kochausbildung von Vorteil)

Sie sind GastgeberIn mit Herzblut und wollen Verantwortung übernehmen. In Zeiten von grosser Belastung mit zum Teil internationaler Kundenschaft bewahren Sie Ruhe und Freundlichkeit und konzentrieren sich auf das Wesentliche. Der Umgang mit dem PC ist Ihnen vertraut. Die Stärken sind zudem Flexibilität, Planen und Organisieren von clubeigenen Events. Betriebsabläufe optimieren Sie im Sinn der Sache. Sie führen und motivieren Mitarbeiter. Sie zeichnen verantwortlich für die Rekrutierung des Kochs und des Aushilfspersonals.

Wir bieten einen interessanten Arbeitsplatz in attraktiver Umgebung, zeitgemässe Entlohnung. Auf Wunsch, Wohnung im Haus.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an:  
THUNERSEE YACHTCLUB  
Frau Astrid Wyss, Launenweg 47d, 3600 Thun  
[astrid.wyss@gmx.net](mailto:astrid.wyss@gmx.net)

168801



Hotel La Margna  
since 1907

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir eine junge, dynamische

### Réceptions-Sekretärin

Sie haben Hotelerfahrung und sind sprachgewandt (D, E, I, F). Unternehmerisches Denken – Flair im Umgang mit Gästen – Teamgeist und EDV-Kenntnisse. Jahresstelle. Eintritt baldmöglichst.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Fam. R. Schweizer-Pitsch, Hotel La Margna, 7500 St. Moritz  
Telefon 081 836 66 00, Fax 081 836 66 01  
[www.lamargna.ch](http://www.lamargna.ch) E-Mail: [info@lamargna.ch](mailto:info@lamargna.ch)

168702



SUITENHOTEL-RESIDENCE

JAPAN RESTAURANT 月見亭 HAVANA DECK LA FAVOLA  
\*TSUKIMI-TEI\* CUBAN BAR

Für unser renoviertes 4-Stern-Hotel PARCO PARADISO am Golf von Lugano in der italienischen Schweiz, suchen wir zur Verstärkung unseres Receptionsteams ab sofort oder nach Vereinbarung eine

### Chef de Reception (w)

(Jahresstelle)

Wenn Sie eine Position mit weitem Betätigungsfeld, in einem jungen, hochmotivierten Team suchen und Aufgaben selbstständig, flexibel und mit hoher Eigenverantwortung angehen, dann können wir Ihnen einen Arbeitsplatz mit Entwicklungsmöglichkeiten bieten.

Wir setzen mehrjährige, wenn möglich internationale Erfahrungen in renommierten Betrieben sowie Teamfähigkeit und eine erkennbar positive Ausstrahlung voraus. Computerkenntnisse für Fidelio & MS-Office.

Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto senden Sie bitte an: Suitenhotel Parco Paradiso, zu Händen: Herrn J. Oelmann, Via Carona 27, CH-6900 Lugano Paradiso oder per e-mail an: [admin@parco-paradiso.com](mailto:admin@parco-paradiso.com)

G&P HOTELS - CRUISES  
www.gstellungspartner.ch

MEMBER OF WORLDHOTELS FIRST CLASS COLLECTION

168780

SUITENHOTEL PARCO PARADISO \*\*\*\*  
via Carona 27 - CH-6900 Lugano  
Fon +41 (0)91 993 11 11 · Fax +41 (0)91 993 10 11  
[www.parco-paradiso.com](http://www.parco-paradiso.com) · [info@parco-paradiso.com](mailto:info@parco-paradiso.com)

### Es ist nicht zu spät ...

.... um für die Wintersaison eine Stelle zu finden!

**Pâtissier, Service, Bar, Chef de Partie, Sous Chef (m/w)**

Wir freuen uns von Ihnen zu hören.

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

**gastro S**

[www.gastro-s.ch](http://www.gastro-s.ch)

Für die kommende Wintersaison 2005/06 suchen wir noch:

Küche: **Jungkoch m/w**

Service: **tüchtige Servicemitarbeiterin**  
Deutschsprachig

Auf Ihre Bewerbung freut sich

Sepp und Monica Kratzer  
Hotel Crusch Alva  
7524 Zuoz  
Tel. 081 854 13 19  
Fax 081 854 24 59  
E-Mail: [info@hotelcruschalva.ch](mailto:info@hotelcruschalva.ch)  
[www.tourismus-schweiz.ch](http://www.tourismus-schweiz.ch)

168806

## Saas Fee

\*\*\*-Hotel Derby

Für die kommende Wintersaison suchen wir für unseren Familienbetrieb

- Servicefachangestellte
- Mitarbeiterin

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen oder Ihren Anruf.

Iris Supersaxo & Marlene Hug  
CH-3906 Saas Fee  
Telefon 0041 27 957 23 45  
Fax 0041 27 957 12 46  
E-Mail: [hotel.derby@saas-fee.ch](mailto:hotel.derby@saas-fee.ch)

168776



DIE AUSSERGEWÖHNLICHE

Für unser Themenrestaurant suchen wir noch folgende junge Kadermitarbeiter/-in:

- **Assistent/-in der Geschäftsleitung**  
Die Aufgabe dieser wichtigen Kaderstelle umfasst:  
Stellvertretung des Geschäftsführers mit fundierten Service- und Küchen-erfahrungen sowie Kenntnisse in Aktionsplanung, Kalkulation und Administration
- **Chef de Partie Sous Chef**  
Mit klaren Qualitätsvorstellungen und Freude an einer marktorientierten Küche
- **Servicemitarbeiterin**  
Sie haben Spass an der Weiterentwicklung eines erfolgreichen und lebensfrohen Konzeptes und bieten Ihren Gästen gastronomische und kommunikative Erlebnisse.

**LOOKING FOR A NEW CHALLENGE?**  
Deutsch sprechende Mitarbeiterinnen bewerben sich schriftlich mit Foto bei Frau Marianne Marcon an folgender Adresse:

168835

Restaurant Sonne  
am Sonnenplatz 6020 Emmenbrücke  
mit Chickeria, Thai, Orchid, Sun Pub, New York Cafe, Bankett-, Konferenz- und Seminarräume  
Telefon 041 260 64 44 Fax 041 260 69 50



Zur Ergänzung unseres Réceptionsteams im lebhaften Hotelbetrieb suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung noch einen

## Réceptionist (m/w)

Sie werden Ihren Kollegen tatkräftig zur Seite stehen müssen. In unserem hochmotivierten Team finden Sie aber auch genügend Spielraum für Ideen und Eigeninitiative und die Möglichkeit zur persönlichen Weiterbildung. All dies in einem Tal, das für die Freizeit schier unbegrenzte Möglichkeiten bietet und wo Zürich und Luzern nur eine halbe Stunde entfernt sind.

Zu unserem erfolgreichen Hotel gehören 14 modern eingerichtete Seminarräume und 69 komfortable Hotelzimmer.

Sie sind zuverlässig, kommunikativ und hilfsbereit, Sie haben eine abgeschlossene KV-Lehre oder Hotelhandelschule, sprechen fließend Deutsch und gut Englisch und Französisch, Sie haben Word- und Excelkenntnisse und bereits mit Protel gearbeitet.

Es erwartet Sie im wahrsten Sinne des Wortes eine abwechslungsreiche, verantwortungsvolle Arbeit.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen oder eine erste Kontaktaufnahme per Telefon freut sich Katrin Bachmann.

**Seminarhotel am Agersee:**  
Seestrasse 10, 6314 Unterägeri  
Telefon 041 754 61 61, Fax 041 754 61 71  
www.seminarhotelaagersee.ch

168818



Stellenvermittlung

Per Januar 2006 oder nach Vereinbarung suchen wir im Auftrag eine neue

## Teamleitung Küche

Dame oder Herr

Der bestens frequentierte Ausflugs- und Bankettbetrieb im Grossraum Olten bietet einer qualifizierten und belastbaren Fachperson ein sehr vielseitiges und interessantes Tätigkeitsfeld.

Mit Ihrem kleinen Team bestehend aus Fach- und Hilfskräften bereiten Sie unseren erwartungsvollen Gästen eine gezielte Auswahl Frischspeisen mit CH-Produkten zu. Ihre kompetente, aktive Mitarbeit und Ihr Flair für gute Ablauforganisation machen Sie zu einem stabilen Ansprechpartner für das Team. Übersicht über Hygiene und kostenbewusstes Produzieren und Lagern setzen wir voraus. Interessiert?

Sind Sie ein(e) Fachmann/Fachfrau mit Fähigkeitsausweis Koch, evtl. Gastronomiekoch und etwas Führungserfahrung sowie zwischen 25–35 Jahre jung, dann senden Sie bitte Ihre kompletten Unterlagen mit Foto an den Beauftragten Ernst Schaar. Er wird Sie sofort kontaktieren.

Mandatas, Postfach 144, 5004 Aarau  
E-Mail: [aschaer@mandatas.ch](mailto:aschaer@mandatas.ch)  
[www.mandatas.ch](http://www.mandatas.ch)  
Telefon 062 822 09 92

168811

neue wege auf alten spuren.  
einzigartig die philosophie,  
nachhaltig und ganzheitlich  
die wirkung.



WELLNESS & SPA - ZERMATT

alpine  
residence

[www.hotel-mirabeau.ch](http://www.hotel-mirabeau.ch)

Wir wollen wahre Werte vermitteln.  
Sie auch?

Dann bewerben Sie sich auf den Winter 2005/06.

**Ab sofort oder nach Übereinkunft**

– **Rezeptionist(in)** D, E, F, berufterfahren und – wenn möglich – ein Reservations- und Sprachgenie

– **Chef de rang** D, E, F (Restaurants der Hausgäste, Gourmet-Restaurant Corbeau d'or und Haus-Bar)

– **Sommelier** für Josef's wine lounge (auch Berufsanfänger: aber: D, E, F)

– **Nacht-Portier** mit Fahrausweis und EDV-Kenntnissen, D, E, F.

Wir freuen uns auf Ihre ausführliche Bewerbung.  
(auch per E-Mail möglich)



Familie Sepp & Rose Julen - CH-3920 Zermatt - Tel. 0041(0)27/966 26 60  
Fax 0041(0)27/966 26 65 - [info@hotel-mirabeau.ch](mailto:info@hotel-mirabeau.ch) - [www.hotel-mirabeau.ch](http://www.hotel-mirabeau.ch)



168843

## Restaurant Dählhölzli

Das Restaurant Dählhölzli gehört zum Tierpark Bern und ist an 365 Tagen geöffnet. Es hat 4 Bankettsäle, ein Restaurant und einen Garten mit Total 300 Sitzplätzen. Wir suchen zur Komplettierung der Küchenbrigade je einen

**Chef de partie (m/w)**  
und einen

**Commis de cuisine (m/w)**

Interessierten jungen Menschen bieten wir ein gutes Arbeitsklima, den Fähigkeiten entsprechende Entlohnung und ein Umfeld welches Kreativität erlaubt.

Streben Sie als Berufsmann oder Berufsfrau Qualität an und können Sie ein Vorbild sein für unsere Lehrlinge? Bedeutet für Sie Erfolg im Beruf sowohl fairer Umgang mit Mitarbeitenden als auch Initiative und Ausdauer? Lieben Sie hektische Momente in der Küche? Dann freue ich mich auf Ihre Bewerbung:

H.R. Haller Restaurant Dählhölzli, 3005 Bern  
031 351 18 94, [h.haller@daehloelzli.ch](mailto:h.haller@daehloelzli.ch)

168797

Haben Sie schon in dieser **htr-Ausgabe** unsere Ausschreibung im Liegenschaftsteil auf

Seite **18** beachtet?

Es lohnt sich! Sie erreichen uns unter **Chiffre 168807**.

**hirslanden**  
Klinik Aarau

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

Für unsere Klinik suchen wir nach Vereinbarung aussergewöhnliche Persönlichkeiten für unser

## PILOTPROJEKT «GÄSTEBETREUUNG»

Sie sind mit Herz und Seele eine serviceorientierte, praxisnahe Hotelleriepersönlichkeit mit grosser Flexibilität, gepflegtem Auftreten, guten Umgangsformen und kundenorientiertem Denken. Mit Ihrer hotelgewerblichen Ausbildung (Hotelfachschule, HOFA) bringen Sie die Voraussetzungen mit, um die Position der Gästebetreuung auszuüben. Die Ausführung des Pilotprojektes, welches auf den Bettenstationen die Trennung in Pflege und Hotellerie vorsieht, erfordert für das neu geschaffene, komplexe Aufgabenfeld Ihr gesamtes Know-how und Improvisationsfähigkeit aus verschiedensten Hotellerieabteilungen und umfasst beispielsweise:

- Begleitung während dem Check-in
- Gastronomische Serviceleistungen am Patienten, Kunden und deren Besucher
- Housekeeping, spezifische Tätigkeiten im Bereich des Zimmers und Bades
- Pagengänge
- Administrative Aufgaben wie das Führen einer F&B Lagerbewirtschaftung auf der Etage

Aufgrund Ihrer Berufserfahrung im Spital sowie im gehobenen Segment der Hotellerie verfügen Sie über fundierte Kenntnisse der «Food & Beverage» und «Rooms Division» Abteilungen. Im Umgang mit kranken Menschen haben Sie keine Berührungängste, handeln stets mit Genauigkeit gemäss den qualitativen Standards der Klinik und leben die Philosophie unseres Hauses vor. Die Zufriedenheit der Kunden ist für Sie ein elementarer Wert und leitet Sie in allen Ihren Handlungen. Sie sind innovativ und werden eigene Ideen einbringen und verwirklichen können. Wir freuen uns, wenn Sie sich angesprochen fühlen und bitten ausdrücklich, den Postweg einzuhalten.

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an:

**Hirslanden Klinik Aarau** Frau Ursula Bopp Personalleiterin  
Schänisweg 5001 Aarau [www.hirslanden.ch](http://www.hirslanden.ch)

168808

## MARZILI-BEACH BERN

Kiosk und Take-away  
Marzilistrasse 29a, 3005 Bern

Für die Badesaison 2006 (April bis Oktober) suche ich eine rechte Hand als

### Betriebsleiterin – Betriebsleiter

Diese Stelle bietet Ihnen eine interessante Arbeit an einem ungewöhnlichen Arbeitsort, viele Entwicklungsmöglichkeiten, grosse Freiheit im Mitgestalten des Angebotes und einen überdurchschnittlichen Verdienst.

Die folgenden Anforderungen müssten Sie erfüllen:  
– Bereitschaft und Flexibilität zu grossem Arbeitseinsatz (weiterbeding)

- sehr gute Kenntnisse in der Küche und Küchenorganisation
- Sicherheit in Personal- und Lohnwesen
- Erfahrung in der Menschenführung (ca. 50 Mitarbeitende, vom Schüler zum Gros)
- absolute «Kassenbuchsicherheit»
- erfolgreiche absolvierte Kurse in Hygiene und Betriebssicherheit im Gastgewerbe

Sind Sie interessiert? Gerne erwarte ich Ihre schriftliche Bewerbung mit den notwendigen Unterlagen und Foto.  
Marzili-Beach, Heinz Rub, Marzilistrasse 29a, 3005 Bern.

168805

RESTAURANT

## Schärmehof

Wir suchen **ab Mitte Dezember** oder nach Vereinbarung zur Vervollständigung unseres Küchenteams

### Chef Tournant (100%)

**Wir erwarten**, dass Sie eine fundierte Ausbildung und Interesse haben, etwas Neues zu lernen. Sie übernehmen gerne Verantwortung und sind initiativ. Sie würden sich gerne in unserem Betrieb zum stv. Küchenchef weiterentwickeln.

**Wir bieten** eine interessante und verantwortungsvolle Tätigkeit in einer schön gelegenen Überbauung zum Tor des Berner Oberlands. Wir sind ein modernes Restaurant mit Holzofen für Pizzas. Zudem verpflegen wir das Alters- und Pflegeheim Schärmehof. Zeitgemässe Entlohnung und gute Sozialleistungen.

Zögern Sie nicht und senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an Herrn Red Ernst.

**RESTAURANT SCHÄRMEHOF**  
von May-Strasse 43  
3604 Thun  
Tel. Nr. 033 336 85 87

168817



*Gasthaus Adler in Ebikon*

Wir suchen für unser **GASTHAUS ADLER IN EBIKON** LU (16 G.M.-Punkte und 1 Michelin-Stern) per 1. Januar 06 oder n.V. einen versierten

### Koch (Entremétier) m/w

die/der Freude hat in einem kleinen Team seine Fähigkeiten und Ideen zu entfalten.

Auf Ihren Anruf freut sich R. und M.-L. Tuor, Tel. 062 756 21 22

168822



Restaurant Villa Hausermatte

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per 1. März 2006

### Koch m/w

mit abgeschlossener Berufsausbildung und einigen Jahren Berufserfahrung sowie Freude an der gehobenen Gastronomie.

Wir bieten Ihnen eine interessante und abwechslungsreiche Tätigkeit in einem kleinen, aufgestellten Team

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Dann erwarten wir gerne Ihre schriftliche Bewerbung mit Zeugniskopien, Foto und Lebenslauf an

Roman Tädina  
Restaurant Villa Hausermatte  
Haldenstrasse 30, 6006 Luzern

168814

BEST WESTERN  
HOTEL & RESTAURANT  
**GRAUHOLZ**  
Autobahn A1 CH-3063 Ittigen/Bern

Wir suchen auf Mitte Februar 2006 oder nach Übereinkunft für unser Restaurant und unsere Verkaufsläden dynamische Persönlichkeit als

### Betriebsleiter/in Stellvertreter/in

Wir stellen uns eine Person mit Gastronomiefachschulabschluss oder gleichwertiger Ausbildung und Praxis im Gastgewerbe vor.

Sie sind 30- bis 40-jährig, verantwortungsbewusst, frontorientiert, haben Organisationstalent, lieben den Umgang mit einem international geprägten Publikum und Mitarbeiterstab. Dann sind Sie unsere gesuchte Persönlichkeit.

Richten Sie Ihre schriftliche Bewerbung mit dem Vermerk «persönlich» an Ruedi + Kathrin Günter, A1-Hotel Restaurant Grauholz AG, 3063 Ittigen.



BEST WESTERN SWISS HOTELS

**Berggasthaus Gobeli**  
Mittelstation am Rinderberg  
3770 Zweisimmen 100 m ü.M.

Wegen kurzfristiger Absage und Krankheit suchen wir ab sofort

### Zimmerfrau

Arbeitsbereich Haus, Zimmer, Lingerie  
Sowie

### Mithilfe am Buffet

Gute Entlohnung, geregelte Arbeitszeit, Kost und Logis im Hause.

Es freut sich auf Ihre Bewerbung  
Familie Hans Wagner  
Tel. 033 722 12 19  
[www.gobeli.ch](http://www.gobeli.ch)

168823

**WIR ZAUBERN EIN LÄCHELN AUF IHR GESICHT!**



Accor ist die einzige Hotelgruppe mit einem optimalen Preis-Leistungs-Verhältnis in allen Hotelkategorien und einem Netz von 4000 Hotels in 90 Ländern.

Um unsere Marktanteile weiter auszubauen suchen wir eine (n)

**Sales & Account Manager** Zürich

Sie sind verantwortlich für die Betreuung der KMU-Firmen, und Commercial-Reisen-Agenturen in Ihrem Gebiet. Sie akquirieren neue Kunden und verkaufen guten Schlaf und gute Anlässe in guten Häusern. Sie verwirklichen die Absatzziele in Ihrem Verkaufsgebiet und tragen zur Förderung des Accor-Images bei. Sie kennen die Charakteristiken der Wertschöpfungskette im Dienstleistungsbereich und beraten den Kunden dementsprechend.

Ihre Fremdsprachenkenntnisse in Französisch und Englisch helfen Ihnen bei der Kommunikation mit dem weltweiten Accor-Verkaufsnetzwerk. Ihre Erfahrung im Verkauf, am besten in der Hotellerie, ermöglicht es Ihnen in kurzer Zeit selbständig zu arbeiten.

Arbeitsbeginn ab sofort.

Wir bieten Ihnen einen sicheren und zukunftsorientierten Arbeitsplatz in dem führenden, internationalen Hotel und Dienstleistungskonzern ACCOR. Es erwartet Sie eine spannende Tätigkeit in einem expandierenden Unternehmen wo Sie Ihre Ideen umsetzen können.

Senden Sie Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen an: Accor Hotellerie Schweiz, Stephan Vogl, Key Account Manager, Heidi-Abel-Weg 5, 8050 Zürich oder per E-Mail an: [stephan.vogl@accor.com](mailto:stephan.vogl@accor.com)



168800

**Trend**

Hotel  
Zürich

Qualität heisst heute wieder flexible Einsatzbereitschaft, Motivation, Unternehmenseinstellung, Disziplin und Wille. Helfen Sie uns WEITERHIN UNSER QUALITÄTSNIVEAU ZU GARANTIEREN?

**Empfangssekretärin/  
Réceptionniste  
mit Fidelioerfahrung  
Restaurantassistentin/  
Betriebsassistentin  
(Juniorstelle)**

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Kontakt:  
Roger Gloor  
Trendhotel AG  
8105 Zürich-Regensdorf  
01 870 88 88  
E-Mail: [gloor@trend-hotel.ch](mailto:gloor@trend-hotel.ch)

168846



Für unser gepflegtes 3-Stern-Hotel im Herzen des Berner Oberlands suchen wir auf Mitte Dezember eine junge, aufgestellte und motivierte Mitarbeiterin:

**Réceptionniste**

(Fidelio-Erfahrung D/E)

Senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto oder rufen Sie uns an.

Hotel Edelweiss  
Sandra Kuster  
3825 Mürren  
Tel. 033 856 56 00  
[www.edelweiss-muerren.ch](http://www.edelweiss-muerren.ch)  
[edelweiss@muerren.ch](mailto:edelweiss@muerren.ch)

168796



das persönlich geführte Ferien-, Seminar- und Wellness-Hotel sucht für kommende Saison folgende, motivierte Mitarbeiter:

**Koch/Köchin**

**Haus- und Küchenbursche**

Nähere Auskünfte gibt Ihnen gerne Doris Egger, Tel. 041 399 86 00  
Hotel Edelweiss, CH-6356 Rigi Kaltbad  
[www.edelweiss-rigi.ch](http://www.edelweiss-rigi.ch)

168831



\*\*\*\*HOTEL · 9030 ABTWIL BEI ST.GALLEN

**Das \*\*\*\*Hotel mit dem Freizeitpark**

Erstklassiges Seminarzentrum, ideal für Geschäftsleute, ein Erlebnis für Familien, bekannt als Hotel für Sportmannschaften.

Als unsere

**RÉCEPTIONNISTIN**

stehen Sie an vorderster Front und repräsentieren unser Haus. Gute Umgangsformen und eine gepflegte Erscheinung sowie Sprachgewandtheit (F/E) sind deshalb die wichtigsten Voraussetzungen. Von Vorteil sind auch Informatikkenntnisse (Fidelio, Word, Excel).

Wir bieten Ihnen eine vielseitige und abwechslungsreiche Stelle, zeitgemässe Arbeitsbedingungen in einem modernen Unternehmen und Vergünstigungen im Sport-, Freizeit- und Weiterbildungsbereich.

Senden Sie uns Ihre Bewerbung oder rufen Sie uns einfach an für unverbindliche Auskünfte:

\*\*\*\*Hotel Santispark, CH-9030 Abtwil  
Erna Fehr, Chef de réception oder  
Sandra Miltschew, Direktionsassistentin  
T 071 313 11 11, F 071 313 11 13  
[www.saentispark.ch](http://www.saentispark.ch), [hotel@saentispark.ch](mailto:hotel@saentispark.ch)

168836

Schloss Wartensee Tagungs- und Begegnungszentrum Telefon 071 858 73 73  
Postfach 264 Postfach 071 858 73 70  
9404 Rorschacherberg www.wartensee.ch  
schloss@wartensee.ch



**Eine Stelle mit Aussicht...**

...nicht nur auf den Bodensee, sondern auch auf ein abwechslungsreiches Teamwork. Für unseren lebhaften Tagungs- Seminar- und Bankettbetrieb mit 60 Betten suchen wir per 1. Januar 2006 eine/n

**Réceptionist/in 60% - 80%**

Berufserfahrung am Hotelpfang mit den heute üblichen Kommunikations- und EDV-Systemen sind Bedingung für diese anspruchsvolle Aufgabe. In der Regel zu Bürozeiten, natürlich auch an Wochenenden, wird Selbständigkeit, Verantwortungsbewusstsein und kundenorientiertes Arbeiten gepflegt.

Haben Sie Lust in einem kleinen, lässigen Team zu arbeiten? Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung! Falls Sie Fragen haben, geben Ihnen Herr P. Wickli oder Herr W. Menz gerne Auskunft.

168903



**Herzlich willkommen im  
Hotel Le Vieux Manoir au Lac**

Relais & Chateaux Hotel\*\*\*\*

Wollten Sie nicht schon immer in einem idyllischen Landhaus in der Mitte der Schweiz im Herzen der Natur arbeiten und zu einem hochmotivierten Team gehören?

Für unsere einzigartige Gastronomie mit 34-Zimmern und einer modernen, französischen Küche (15 Punkte Gault-Millau) sind für die Saison 2006 folgende Stellen neu zu besetzen:

Restaurant:  
**Chef de service  
Commis de rang**

Küche:  
**Commis Pâtissier**

Réception:  
**Night-Auditor**

Sie verfügen über Berufserfahrung, D/F zählen zu Ihren Kenntnissen und Sie besitzen ein offenes, motiviertes Auftreten.

Fühlen Sie sich angesprochen?  
Gerne erwarten wir Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Juliane Bock  
Human Resources Manager



LE VIEUX MANOIR AU LAC  
CH - 3280 Meyriez-Murten  
Tel. 026 678 61 61  
[www.vieuxmanoir.ch](http://www.vieuxmanoir.ch)  
[welcome@vieuxmanoir.ch](mailto:welcome@vieuxmanoir.ch)

168820



Ein Hotel des Ferienvereins

Das Club Hotel Altein bietet rund 300 Gästen Platz. Es stehen verschiedene Restaurants, eine Club-Bar mit Live-Musik sowie eine attraktive Wellness-Abteilung mit Erlebnisbad, Solbad, Fitness, Massage, Sauna, Dampfbad usw. zur Verfügung (Fitness und Bäder sind auch für unsere Mitarbeiter gratis zugänglich). Spielräume für Jung und Alt sowie eine Kinderecke für unsere jüngsten Gäste gehören ebenfalls zum Angebot.

Sind Sie interessiert, in dieser spannenden Umgebung unsere Gäste zu verwöhnen?

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir für die Wintersaison 2005/06 noch dynamische, motivierte und teamfähige Mitarbeiter für folgende Positionen:

**Servicemitarbeiter/in  
Saalkellner  
Bademeister**

Haben Sie genau soviel Freude an der Arbeit wie unser Team und das Wohl unserer Gäste liegt Ihnen besonders am Herzen? Dann sind Sie genau die richtige Person.

Für weitere Informationen zögern Sie nicht uns anzurufen. Bei einem persönlichen Gespräch möchten wir Sie gerne kennen lernen. Bitte senden Sie uns Ihre Unterlagen mit Foto zu. Wir freuen uns auf Sie!

Club Hotel Altein  
7050 Arosa  
Dominik Stalder, Direktor  
Tel. 081 377 31 51  
Fax 081 377 45 75  
[www.altein.ch](http://www.altein.ch)  
[altein@ferienverein.ch](mailto:altein@ferienverein.ch)



168842



**Restaurant Pfannenstiel**

Unser wunderschönes Ausflugsrestaurant liegt auf der Passhöhe zwischen Zürichsee und Greifensee. Als Ganzjahresbetrieb verfügen wir über eine Buurebeiz, das Stübli und einer traumhaften Terrasse mit 150 Plätzen. Bei uns finden Sie einen tollen Teamgeist. Wir halten das Wohl unserer Gäste im Zentrum aller Bemühungen.

Per 1. Januar 2006 – oder nach Vereinbarung – suchen wir

**Assistent/in des Geschäftsführers**

**Ihr Aufgabengebiet**

- Stellvertretung/rechte Hand des Geschäftsführers
- Führung unserer Servicebrigade mit Humor und Charme
- persönliche Betreuung unserer Gäste
- zeitweise Führung einer eigenen Station, inkl. Inkasso
- administrative Arbeiten (Arbeitspläne/Bankett-Bestätigungen usw.)

**Ihr Persönlichkeitsprofil / Ihr Leistungsweis**

- positive Lebenseinstellung
- sehr gute Umgangsformen
- ausgeprägter Teamgeist
- perfektes Deutsch – vorzüglich Dialekt
- Pflicht- und Verantwortungsbewusstsein
- kostenbewusstes Denken und Handeln
- Flexibilität bezüglich Arbeitszeit (Wochenenden/Abende)
- praktische EDV-Erfahrung (Word/Excel)

Unsere hohen Anforderungen an Sie honorieren wir überdurchschnittlich. Ihre Bewerbung (mit aktuellem Foto) schicken Sie bitte an:

Restaurant Vorderer Pfannenstiel Tel. 044 923 55 44  
Herr Daniel Cassani Fax 044 923 59 44  
Herrenweg info@restaurant-pfannenstiel.ch  
8706 Meilen [www.restaurant-pfannenstiel.ch](http://www.restaurant-pfannenstiel.ch)

168752

# 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
0707	Sous-chef	36	CH	sofort	D/E/F	BE-Oberl./VS/GR	
0708	Hilfskoch 50%	43	CH	sofort	D	GR/Gem.gastronomie	
0709	Alleinkoch	47	CH	n.Ver.	D/E/F	Ost-CH	
0715	Diätkoch/w	21	CH	sofort	D/I	ZH/SH/HTG	
0725	Kü'chef/Alleinkoch	39	DE	C Feb.	D	BE-Mittelland/Bodensee	
0729	Jungkoch	24	DE	L-EG	sofort	D	
0734	Sous-chef	26	FR	B-EG	sofort	D/E/F/I	BE/SZ/LU/ZG/ZH/zus.mit 10375
0738	Küchenchef	40	CH	n.Ver.	D	D-CH/zus.mit 0737	
0742	Küchenchef	43	IT	B-EG	Jan.	D/F/I	BE/ZG/ZH
0743	Konditorin/Pâtissière	35	CH	sofort	D	Bern+Umgeb.	

1	2	3	4	5	6	7	8
0721	Restaurantleiter	50	CH	sofort	D/E/F/I	BE	
0723	Sefa/Bardame	42	FR	B	sofort	D/E/F/I	GE/VS/BE/BS/BL
0724	Service/w	32	DE	C Feb.	D/E/F	FR/BE	
0726	Chef de rang/Barman	49	CH	sofort	D/E/I	ZH/Linkee Seeufer	
0728	Kellner/Barman	28	TN	B	sofort	D/E/F	AG/ZH/LU
0731	Chef de rang	39	FR	L-EG	sofort	D/E/F/I	zus.m. 0730
0732	Service/Réceptionistin	26	IN	B	sofort	E/F	West-CH
0733	Service/Bar/w	25	CH	n.Ver.	D/E/F	Thun/Interlaken/BE-Oberl.	
0735	Bardame	30	DE/PH	B-EG	sofort	D/E	BE/SZ/LU/VS/ZG/ZH/zus. 10734
0736	Chef de rang/w	31	DE	B-EG	sofort	D/E	Deutsch-CH
0741	Barman/Stv.Chef de serv.	59	CH	n.Ver.	D/E/F/I	LU/BE/ZH/BS/GR	
0744	Bardame/Service	26	DE	L-EG	Jan.	D/E/F	ZH/LU
0745	Chef de service	39	TN	C	sofort	D/E/F	Bern/BE-Oberl.

1	2	3	4	5	6	7	8
0730	Réceptionistin	30	AT	L-EG	sofort	D/E/F/I	zus.m. 0731
0737	Geschäftsführer/w	38	DE	C	n.Ver.	D/E	Deutsch-CH/zus.mit 0738
0739	Sales/Marketing/w	26	CH	sofort	D/E/F	Zürich	
0740	Leiter Self-Service	58	CH	n.Ver.	D/E/F	BE-Oberl.	

### Hauswirtschaft/ménage

1	2	3	4	5	6	7	8
0719	Masseur	55	CH	n.Ver.	D/E/F/I	ZH/Wellnessbetrieb	
0722	Haushilfe/w	50	CH	sofort	D/E	BE/SO	

### Service/service

1	2	3	4	5	6	7	8
0711	Kellner/Chef de service	45	CH	sofort	D/E	ZH/AG/ZG/TG/Landg.hof	
0714	Service/Barman	57	CH	sofort	D/E	Deutsch-CH	
0716	Kellner	26	AT	B-EG	sofort	D/E	Thun/Bern/Interlaken
0717	Bardame	38	CZ	C	sofort	D/E/I	
0718	Buffetdame	43	CH	Jan.	D	BE-Oberl./VS/Fam.betrieb	
0720	Kellner/Barman	33	DE	L-EG	sofort	D	ZH/LU/Zermatt/Grindelw.

### Administration/administration

1	2	3	4	5	6	7	8
0710	Direktionsassist.	80%	40	CH	sofort	D/E/F	Interlaken
0712	Réceptionistin	27	CH	sofort	D/E/F	ZH	
0713	Geschäftsführer/Gérant	45	CH	sofort	D	N-CH/Gem.gastronomie	
0727	Réception/Gouvernante	46	CH	sofort	D/E/F/I	BS/BL	

### 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)

168758

## 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="checkbox"/> Saisonstelle / saison <input type="checkbox"/>
Art des Betriebes / Type d'établissement:	Bevorzugte Region / Région souhaitée:
Name / Nom:	Vorname / Prénom:
Strasse / Rue:	PLZ/Ort: / NPA/Lieu:
Geburtsdatum / Date de naissance:	Nationalität / Nationalité:
Telefon privat / No de téléphone privé:	Telefon Geschäft / No de téléphone professionnel:
Bemerkungen / Remarques:	
Sprachkenntnisse / Connaissances linguistiques:	
Deutsch / Allemand: _____	Französisch / Français: _____
Italienisch / Italien: _____	Englisch / Anglais: _____
(1 = Muttersprache / Langue maternelle, 2 = gut / bonnes, 3 = mittel / moyennes, 4 = wenig / faibles)	
Meine letzten drei Arbeitsstellen waren / Mes trois derniers emplois:	
Betrieb / Etablissement:	Ort / Lieu:
Funktion / Fonction:	Dauer (von/bis) / Durée (de/à):
1. _____	
2. _____	
3. _____	

Hiermit bestätige ich, dass die obgenannten Angaben der Wahrheit entsprechen. / Le soussigné/la soussignée certifie l'authenticité de ces informations.

Datum / Date: \_\_\_\_\_ Unterschrift / Signature: \_\_\_\_\_

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

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



Wir sind ein modernes \*\*\*\*-Ferienhotel mit lockerer Atmosphäre, 56 komfortablen Zimmern im Herzen von Adelboden.

**Eintritt zur Wintersaison:**

**Restaurant/Saal:**

**Bardame  
Servicemitarbeiterin**

Wir würden uns über Ihre Unterlagen freuen:

arena hotel steinmattli\*\*\*\*

Rudolf + Anita Hauri

3715 Adelboden

Tel. 033 673 39 39

Fax 033 673 38 39

www.arena-steinmattli.ch



Adelboden  
Tourismus

## Hotel Boo

3792 SAANEN/GSTAAD

Wir suchen für die Wintersaison in der lebendigen Fussgängerzone Gstaad für unsere Snack Bar

**Managerin &  
Mitarbeiterin** auch Teilzeit

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

Wir bieten 5-Tage-Woche, flexible Arbeitszeiten 10 h–18 h od. 18 h–01 h. Gutes Arbeitsklima, Anlehnung und Firmenwagen.

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

168844



RED BULL CHERCHE

## 2 MOUSQUETAIRES. (H/F)

Nos marques Red Bull et Carpe Diem Kombucha vous sont certainement déjà connues. Nous cherchons deux personnes, l'une pour Genève et l'autre pour le canton de Vaud. Votre tâche consistera, en premier lieu, à conseiller et à assister nos partenaires actuels et futurs du secteur HORECA (hôtels 4-5 étoiles, clubs, bars, cafés in, etc.) ainsi que les dépositaires en boissons dans leurs activités de vente. Par ailleurs, vos idées créatives et leurs concrétisations par vos soins seront demandées lors d'événements et de promotions.

- Vous avez un look sûr et sympathique, de bonnes manières et un esprit d'équipe marqué.
- Vous habitez dans la grande agglomération lausannoise ou genevoise. Votre langue maternelle est le français, mais vous pouvez aussi vous entretenir en allemand, et vous êtes prochainement disponible.

Nous vous offrons une activité intéressante et variée dans une entreprise en pleine expansion.

En cas d'intérêt pour cette mission, nous nous réjouissons de recevoir un dossier de candidature très complet, accompagné d'une photo portrait.

**Votre profil:**

- Vous avez entre 24 à 30 ans et travaillez aussi volontiers en soirée.
- Vous êtes dans le coup, dynamique et avez déjà l'expérience du secteur HORECA.
- Vous êtes autonome et habitué(e) à œuvrer de manière professionnelle.

Red Bull SA

Melanie Müller

Poststrasse 3, case postale, 6341 Baar

melanie.mueller@ch.redbull.com

**Red Bull®**

168824



Parkhotel **Brenscino**  
BRISSAGO

*Laddove non è facile partire!  
Dort wo Ihnen der Abschied nicht leicht fällt  
L'endroit qu'il n'est pas facile de quitter!*

Zur Vervollständigung unseres jungen Teams, als motivierte/r und fröhliche/r Mitarbeitende/r die/der ihren/seinen Beruf liebt suchen wir Sie!

Folgende Stellen sind für die kommende Sommersaison Mitte März bis ca. 05. November 2006 zu besetzen:

- **Réceptionist**in D/I/F mit Hotelerfahrung
- **Réceptions-Praktikant/in** D/F/I  
Schulische Réceptions-Ausbildung
- **Servicefachmitarbeiter** D/I/F, für à la carte und Saal
- **Commis de rang** D/F für Saal
- **Service-Praktikant/in** D
- **Sous-Chef/ Chef Saucier** I  
von Vorteil, mit Erfahrung in ähnlicher Position
- **Commis de cuisine** I
- **Casserolier** I
- **Casserolier/Portier Tournant** I
- **Office-Mitarbeiter/in** I

Wir bieten Ihnen geregelte Arbeitszeiten, Urlaub während der Saison sowie Benützung unserer Sport-Infrastruktur.

Fühlen Sie sich angesprochen?  
Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung!

Natascha Rothermann, Direktions-Ass.  
Via Sacro Monte 21, 6614 Brissago  
Tel: 091 786 81 11/Fax: 091 793 40 56  
www.brenscino.ch E-Mail: team@brenscino.ch

168795



www.montarina.com

Zur Ergänzung unseres Teams sind folgende Stellen frei:  
Assistant Front Office Manager/in  
Front Office Mitarbeiter/in  
Bewerbungen bitte an:  
Hotel & Hostel Montarina  
Bernadette Heinrich  
Via Montarina 1  
CH-6900 Lugano  
www.montarina.com  
info@montarina.com

168804

# Mehr brauchen Sie nicht.

Die **htr stellen revue** bietet jede Woche den grössten Stellenmarkt der Branche. Hier finden Sie die besten Fachkräfte.



Inserieren und Abonnieren:  
Tel.: 031 370 42 42, Fax: 031 370 42 23  
inserate@htr.ch, www.htr.ch



**htr**

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

# Mehr brauchen Sie nicht.

Die **htr stellen revue** bietet jede Woche den grössten Stellenmarkt der Branche. Hier finden Sie die besten Fachkräfte.



Inserieren:  
Tel.: 031 370 42 42  
Fax: 031 370 42 43  
[inserate@htr.ch](mailto:inserate@htr.ch)



**htr**

Die führende Fachzeitung für Hotellerie,  
Gastronomie und Tourismus.  
Mit dem grössten Stellenmarkt der Branche. [www.htr.ch](http://www.htr.ch)

**DJ**  
empfehlenswert für die Wintersaison.  
Tel. 079 389 77 48

Arbeiten in einem First-Class  
Hotel Resort in Kanada (Ontario)  
(Frühling 06 bis Herbst 06)

Wir suchen (m/w):

**Chef de Rang  
Chef de Partie  
Commis de cuisine  
Spa-Wellnessbereich-  
Allrounder**

Mit abgeschlossener Lehre oder Gast-  
trodiplo, guten Englischkenntnissen,  
Alter bis 35-jährig.

Keine Vermittlungsgebühren!

Wir freuen uns auf Ihre komplette Be-  
werbung:  
S. Solenthaler, Chileacherstr. 11  
CH-5272 Gansingen  
E-Mail: solenthaler@1291jobs.com

**DOCCO**  
INTERNATIONAL

Zur Verstärkung unseres Patisserie Teams im International Event- und Airline Catering an unseren Standorten in Wien, Salzburg, Berlin, Frankfurt, London und New York suchen wir

**Chef Pâtissier(e)s,  
Pâtissier(e)s,  
KonditorInnen**  
sowie  
**Pâtissier(e)s & KonditorInnen,  
Freelancer** auf Teilzeitbasis

für Einsätze bei nationalen und internationalen Events – ab Dezember 2005, (wie Schispringen, Schirennen, die weltweiten Formel 1 Grands Prix, Tennis- und Golfturniere etc.)

Sie bringen fachliche Kompetenz, eine entsprechende Ausbildung, Berufserfahrung und Flexibilität ebenso mit wie Einsatzbereitschaft und ein ausgeprägtes Qualitätsbewusstsein? Sie haben viel Freude bei der Arbeit mit Rohwaren höchster Qualität und freuen sich auf eine berufliche Herausforderung?  
Gerne unterstützen wir Sie bei der Unterkunftsuche!

Ihre schriftliche Bewerbung mit Lebenslauf senden Sie bitte an

DO & CO Restaurants & Catering AG, Human Resources, 1110 Wien, Dampfmühlgasse 5,  
Fax.0043- 1-74000-190, email: personnel@dcco.com

**DOMINO GASTRO**  
Ihr Personal-Profi

Für Stellensuchende kostenlos  
• Bei uns sind Sie in guten Händen  
• Rufen Sie an – wir haben stets eine Auswahl guter Stellen und Fachleute für Hotels und Restaurants

Wir suchen dringend die besten Fachleute.

**Kader, Réception,  
Küche, Service und  
Hauswirtschaft**

Zürich u. Umgebung 043 960 31 51  
Basel u. Solothurn 061 261 56 50  
Luzern, Zug, SZ, SEE 055 415 52 84  
Bern, Ober, Interlaken 043 960 31 55  
St. Gallen, Bodensee 043 960 31 51  
Zürichsee, Rapperswil 055 415 52 84  
Aargau, Baden, Tessin 055 415 52 84  
Graubünden, Davos 043 960 31 51  
Engadin, St. Moritz 043 960 31 53  
Wallis, Zermatt, Genf 061 261 56 50  
Romandie, Lausanne 061 261 56 50

www.dominogastro.ch  
personal@dominogastro.ch  
**DOMINO GASTRO**

**Domaine du Frigoulet**

Willkommen im Domaine du Frigoulet! Einst ein Bauernhof, heute ein Hotel mit gehobenem Niveau.

Du bist kontaktfreudig, kreativ, ein Teamplayer?  
Du möchtest deine Französischkenntnisse verbessern, in einem kleinen und einzigartigen Hotel arbeiten, dazu die Sonne Südfrankreichs genießen?  
Du bringst eine Ausbildung im Gastgewerbe mit?  
Dann lies weiter...

Auf Mitte März bis Ende Oktober 2006 suchen wir dich.

**Servicemitarbeiter/in  
Alleinkoch (m/w)**

Wir bieten:  
Einen einmaligen Arbeitsort im Süden Frankreichs. Unser kleines, familiär geführtes Sporthotel «Domaine du Frigoulet» macht bereits von sich reden. Du möchtest dazu beitragen? Schau rein unter www.suedfrankreich.ch Überzeugt?

Wir freuen uns auf deine Bewerbungsunterlagen mit Foto und stehen dir jederzeit für weitere Fragen zur Verfügung.

Aktivferien AG  
z. H. Herrn Hansruedi Büchi  
Postfach 27  
Weidstrasse 6  
8472 Seuzach  
Tel. 052 335 13 10  
E-Mail: admin@aktivferien.com

Wir suchen im Auftrag unserer Klienten

**HOTELDIREKTOR/IN**  
Ferienhotel 4–5 Sterne, Westösterreich

Unser Klient führt mehrere Ferienhotels der Top-Klasse. Die Betriebe befinden sich an besonders wertvollen Standorten und richten sich an eine ausgewählte Privatklientel. Die Betriebe haben eine Grössenordnung von jeweils 100 bis 150 Zimmer und werden ganzjährig geführt.

Wir suchen für ein neues Haus – mit dem Standort Westösterreich – einen besonderen **Gastgeber/Gastgeberin bzw. Direktorenpaar**.

Wir gehen davon aus, dass Sie über 35 Jahre alt sind, profunde Erfahrung in der Führung eines alpenländischen Top-Ferienhotels haben. Ihre Schwerpunkte liegen in den Bereichen Hotelmanagement, Food & Beverage und Verkauf. Wir erwarten, dass Sie das neue Hotelprodukt selbstständig und eigenverantwortlich führen und grosse Freude an direktem Gästekontakt haben. Sie sind «Vorbild» für ein Team von 80 Mitarbeitern.

Die Position kann ab sofort angetreten werden.

Falls Sie eine derartige Herausforderung interessiert und Sie gerne in Westösterreich leben wollen, so übermitteln Sie uns bitte Ihre vollständigen Unterlagen (Post, Fax, Mail).

Wir freuen uns auf den Kontakt mit Ihnen. Selbstverständlich wird Ihre Bewerbung vertraulich behandelt.

**ETB Edinger Tourismusberatung  
Innsbruck – Wien**  
z. H. Herrn Dr. Jakob Edinger  
Kaufmannstrasse 58, A-6020 Innsbruck  
Fax 0512/344231-10  
Mail: innsbruck@etb.co.at

EDINGER TOURISMUS BERATUNG

**htr** STELLENVERMITTLUNGEN

**hoteljob**

Ihre Stellenvermittlung

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

hotellerie suisse

Wir vermitteln **gratis gute Stellen** in guten Hotels der ganzen Schweiz für qualifiziertes **Hotelpersonal**.  
Verlangen Sie das Anmeldeformular.  
**Stellenvermittlungsbüro Hotelia**  
A. Noth, Bollwerkstrasse 84, 4102 Binningen (Schweiz). Tel./Fax 061 421 10 09

**www.jobs-hotel.ch**  
TOP Stellenangebote  
Tel. 081 382 21 57

**Der neue Job wartet.**

Die besten Arbeitgeber inserieren in der **htr stellen revue**.  
Denn hier gibt's jede Woche den grössten Stellenmarkt der Branche.

Inserieren:  
Tel.: 031 370 42 42, Fax: 031 370 42 43  
inserate@htr.ch

**htr** Die führende Fachzeitung für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.  
Mit dem grössten Stellenmarkt der Branche. [www.htr.ch](http://www.htr.ch)

**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 Santucci  
Verlagsleitung / Chef d'édition: Iris Strebel  
Anzeigenverkauf / Vente des annonces: Oliver Egloff (Anzeigenleiter), Marc Moser  
E-Mail: inserate@htr.ch

Anzeigentarif (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):  
– Frontseite / Première page: Fr. 1.67 (exkl. MwSt. / sans TVA)  
– Direktion / Direction Fr. 1.60 (exkl. MwSt. / sans TVA)  
– Kaderangebote / annonces cadres / Tourismus Fr. 1.57 (exkl. MwSt. / sans TVA)  
– Stellenangebote / Offres d'emploi: Fr. 1.46 (exkl. MwSt. / sans TVA)  
– Stellengesuche / Demandes d'emploi: Fr. 1.43 (exkl. MwSt. / TVA incluse)  
– Zuschlag Aufschaltung Internet Fr. 25.– pro Woche/Anzeige

**Termine:**  
– Ausgabe Nr. 49/2005 Nr. 50/2005 Nr. 51/2005 Nr. 1/2006  
– Erscheint 8. 12. 2005 15. 12. 2005 22. 12. 2005 5. 1. 2006  
– Anzeigenschluss 5. 12. 2005 12. 12. 2005 19. 12. 2005 30. 12. 2005  
– Wiederholungen 5. 12. 2005 12. 12. 2005 19. 12. 2005 30. 12. 2005

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.