

Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 114 (2006)
Heft: 45

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: 01.08.2025

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

hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE UND TOURISMUS

Avec cahier français



PEOPLE 6
Schulhotel Regina | Das hotellerieussische Schulhotel in Matten bei Interlaken feierte seinen 25. Geburtstag.



HOTELLERIE 7
Four Points Sihlcity Zürich | Im März 2007 eröffnet das Hotel für Junge und Business-Travellers im neu ausgehobenen Stadtteil.



FOKUS 13/15
Wein | Joanna Locke präsidiert das Masters-of-Wine-Institut. Sie sagt, warum wir Masters of Wine brauchen.



KOMMENTAR

Mit Wellness zum Erfolg? Ja aber...

Christine Künzler

Wellness boomt, Gesundheit ist unbestritten ein Wachstumsmarkt. Geht es um die Aufenthaltsdauer und die Auslastung schneiden Wellness-hotels besser ab als klassische Betriebe. Trotz dieser erfolversprechenden Aussichten: ein Wellnesshotel rentabel zu führen, ist nicht einfach. Anders gesagt: ein Wellnessbereich hievt ein Hotel nicht automatisch in die Gewinnzone. Die Wellnessinfrastruktur ist teuer im Unterhalt und der Investitionsbedarf schlägt happig zu Buche. Um überhaupt eine Chance auf Rentabilität zu haben, muss der Betrieb eine gewisse Grösse aufweisen.

Der Wellnesskuchen wird in den kommenden Jahren grösser, sagen Trendforscher voraus. Doch auch angebotsseitig wächst der Kuchen. Das zumindest ist das Fazit, das Fachleute an einem Seminar zum Thema Rentabilität und Kundenzufriedenheit in der Wellnesshotellerie gezogen haben. Wellness findet nicht mehr nur im Hotel statt, Day Spas genießen beispielsweise in Amerika eine grosse Bedeutung.

Wer also erfolgreich im Wellnessmarkt mitmischen will, muss sich einiges einfallen lassen. Positionierung heisst auch hier das Zauberwort. Ohne sie verschwindet der Betrieb in der Masse von Hotels mit einem Wellnessbereich. Umso mehr, weil in ein paar Jahren eine Wellnessanlage im Hotel so selbstverständlich sein wird wie heute das Hallenbad.

Für jene Hoteliers aber, deren Betriebe von der Lage, Grösse und Positionierung her die Voraussetzungen erfüllen, hält der Wellnessmarkt ein noch unausgeschöpftes Potenzial bereit. Ein Potenzial, das mehr Gäste und Rendite verspricht.

Siehe auch Seite 10



hotellerieussische und Schweiz Tourismus

Rücken künftig näher zusammen

Um fit für die Herausforderungen der Zukunft zu sein, erweitern hotellerieussische und Schweiz Tourismus ihre Zusammenarbeit.

Marietta Dedual

«hotellerieussische hat die Hotelkompetenz, Schweiz Tourismus die Vermarktungskompetenz», sagt Jürg Schmid, Direktor Schweiz Tourismus. Beides gehöre zusammen. Und Christoph Juen, CEO hotellerieussische, ergänzt: «Wir werden unsere Zusammenarbeit, die bereits seit Jahren sehr gut funktioniert, erweitern und vertiefen.» hotellerieussische werde künftig mehr Mittel einsetzen und könne somit qualitativ und quantitativ mehr bewirken. Um mitzuhelfen, die Qualität des Gesamtangebotes zu entwickeln, leistet hotellerieussische nächstes Jahr einen Beitrag von 500'000 Franken an Schweiz Tourismus. Die Kooperationsinhalte werden am 29. November an der hotellerieussische-Delegiertenversammlung präsentiert – Jürg Schmid wird als Gast anwesend sein.

Die htr hat nachgefragt, welche Vorteile die Kooperation für die Branche und für die Mitglieder von hotellerieussische hat.

Seiten 4 und 5



Wollen sich verstärkt auf Projekte fokussieren, die mehr Gäste bringen: Die CEOs Jürg Schmid, Schweiz Tourismus (links), und Christoph Juen, hotellerieussische. Foto: Miroslaw Halaha

Bürgenstock Hotels

VR-Delegierter hat genug

Max Ammann ist per sofort als Delegierter des Verwaltungsrates der Bürgenstock-Hotels AG zurückgetreten. Er bezweifelte die von der Besitzerin, der Rosebud-Holding, angekündigten Umbaupläne, schreibt die «Neue Luzerner Zeitung NLZ». Max Ammann war während zehn Jahren für die Bürgenstock Hotels verantwortlich. Weil Rosebud die Hotels bis 2010 sanieren will, wurden die Häuser vor einer Woche geschlossen. Die Umbaupläne liegen aber laut NLZ noch nicht vor. DST

Gastronomia ging ruhig zu Ende

Gestern ging die Gastronomia 2006 nach fünf Tagen zu Ende. Der erste Gastronomia Design Award wurde verliehen, der Truffe d'Or ging an den Chef de partie von Philippe Rochat.

Genauere Besucherzahlen lagen bis Redaktionsschluss noch nicht vor. Doch gemäss einer htr-Umfrage bei den Ausstellern war vor allem am Montag, dem «Wirtsonntag», die Frequenz unter den Erwartungen. Insgesamt war man sich einig, dass die Gastronomia, die sich als internationale Gastgewerbemesse neben der Igeho zu behaupten

versucht, als Regionalmesse für die Westschweiz – als Pendant zur Zentralschweizer Gastgewerbemesse Zagg – möglicherweise mehr Erfolg hätte. Erstmals verliehen wurde der Gastronomia Design Award, welcher an das 5-Sterne-Hotel Des Trois Couronne in Vevey ging. Den ersten Rang beim Patisserie-Wettbewerb «Truffe d'Or» holte sich Martial Stocky, Mitarbeiter von Starkoch Philippe Rochat im Restaurant «l'Hôtel de Ville in Crissier». Der 27-Jährige wird an der World Chocolate Masters 2008 in Paris antreten. GSG Siehe Seiten 2/3 und Cahier français

Landal Green Parks

Bald auch in der Schweiz aktiv

Landal Green Parks, holländischer Marktführer für Ferienparks, setzt zum Sprung in die Schweiz an. Als erste Aktivität wird sich Landal ab Sommer 2007 um die Reservationen und die Vermarktung des neuen, zweiten Feriendorfs im Swiss Holiday Park in Morschach kümmern. Als Nächstes ist das «Landal Resort Walensee» an der Reihe, das bis im Jahr 2008 fertiggestellt werden soll. Weitere Projekte sind in Planung, unter anderem in Klosters. DST/AG Siehe Seite 12

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

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

HALBPENSION ODER VOLLBESCHÄFTIGUNG. HOTELA UMFASSENDE DIENSTLEISTUNGEN. WWW.HOTELA.CH

MIRUS Personal-einsatzplanung Perfektes Arbeitszeit- und Organisationsmanagement. MIRUS Software

Weiterbildung aktuell

Qualitätsgütesiegel für den Schweizer Tourismus

Stufe I
20./21.11.2006, Luzern
04./05.12.2006, Arosa
29./30.01.2007, Rheinfelden

Stufe II
04./05.12.2006, Nottwil
15./16.03.2007, Luzern

KOPAS-Ausbildung
29.11.2006, Interlaken
14.02.2007, Langenthal

Führungsfachfrau/-mann
Beginn: 18.06.2007, Zürich

www.hoteliersuisse.ch/weiterbildung
weiterbildung@hoteliersuisse.ch
Telefon +41 (0)31 370 43 01

htr AUS DEM INHALT

Christoph Juen / Jürg Schmid 4

hotelleriesuisse will verstärkt dazu beitragen, die Qualität des touristischen Angebotes zu entwickeln. Der Beitrag an ST wurde auf 500 000 Franken aufgestockt. Christoph Juen und Jürg Schmid dazu im Interview.

Neues Hotel in Zürich 7

Im März 2007 eröffnet das Hotel Four Points by Sheraton in der Zürcher Sihlcity. Direktor Theophil Bucher will Geschäftsreisende und ein junges, urbanes Publikum in den neuen Stadtteil holen.

Geschäftsreisen 9

Ebenso schnell wie die Geschäftsprozesse der Wirtschaft ändern sich die Bedürfnisse von Geschäftsreisenden. US-amerikanische Marktforscher haben Business-Travellers darüber befragt.

Abholgrosshandel 11

Die Transgourmet Schweiz AG hat ihren ersten Growa-Markt in Stadtlage eröffnet. Geschäftsführer Silvio Hofmann sieht im Take-away- und Gewerbesegment grosses Potenzial.

Weinausbildung 13

Das Masters-of-Wine-Institut in London bietet einen der höchsten Titel in Sachen Weinwissen an. Joanna Locke, Präsidentin des Institutes, möchte, dass es mehr Masters of Wine gibt, speziell in der Gastronomie.

Käse-Auszeichnungen 16

Der offiziell beste Schweizer Käse ist der Bio-Halbhärtkäse «Mont Vully» aus der Käseerei Cressier FR. Er wurde an den Swiss Cheese Awards 2006 gekürt. Zusammen mit 22 andern «besten» Sorten.

htr CAHIER FRANCAIS

Freiburg CF 2

Die beiden Ausstellungs- und Kongresszentren Forum Fribourg und Espace Gruyère entwickeln unter einer einzigen Generaldirektion Synergie. Zum Generaldirektor wurde Bëat Kunz bestimmt.

Empfang als USP CF 3

Ein exzellenter Empfang gehört zum Erfolg. Aber welches ist das Rezept, damit sich die Gäste auch besonders willkommen fühlen? Eine Standortbestimmung.

Crans-Montana CF 4

Die Gemeinden von Crans-Montana wollen der Zunahme der «kalten Betten» Einhalt gebieten. Im Januar werden die Einwohner an der Urne über ein entsprechendes Projekt abstimmen.

Monodor CF 5

Eric Favre von Monodor hat bereits das Kaffeekapsel-Konzept entwickelt. Nun hat er eine Maschine für den insbesondere von den Schweizern geschätzte «Caffè lungo» lanciert.

STANDPUNKT

Lenkungsabgaben für was?

Thomas Bieger*

■ Im Moment werden in den Kantonen Wallis und Graubünden neue Konzepte für die Besteuerung von Zweitwohnungen, insbesondere der «kalten Betten» geprüft. Dabei handelt es sich von der Grössenordnung her um pauschalisierte Kurtaxen und Beherbergungsabgaben, die oft auf einer auch gemäss unserer Studien realistischen durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 5 Wochen pro Jahr beruhen. Bereits kommen jedoch Ideen einzelner Politiker und Wirtschaftsverbände auf, Zweitwohnungen mit zusätzlichen Steuern zu belasten.



Natürlich generieren Zweitwohnungen verschiedene negative externe Effekte. Beispielsweise belasten sie für vergleichsweise wenig Logiernächte relativ stark das Ortsbild. Sie führen zu teuren Spitzenbelastungen der Infrastruktur. Ein Zweitwohnungsboom in einer Region führt auch zu teurem Wohnraum für Einheimische. Dazu kommt, das es natürlich politisch einfach ist, am Ort Nicht-Stimm-berechtigte mit einer neuen Steuer zu belasten.

Der Erhebung zusätzlicher Steuern auf Zweitwohnungen stehen verfassungsmässige und steuerrechtliche Grenzen entgegen. Der Zweitwohnungsbesitzer darf nicht nochmals an einem zweiten Standort, dem Standort seiner Zweitwohnung zur Finanzierung allgemeiner staatlicher Aufgaben herangezogen werden. Seine Hauptsteuerpflicht hat er bereits an seinem ersten Wohnsitz erledigt.

Bleibt die Abgeltung von Leistungen, die der Zweitwohnungsbesitzer am Ort dieser Wohnung empfängt. Für Abgaben oder Kostenanlastungssteuern setzt jedoch das Steuerrecht eine individuelle oder mindestens gruppenmässige Äquivalenz mit den bezogenen Leistungen voraus. Die Zweitwohnungsbesitzer decken ihre Kosten jedoch über Anschlussgebühren, Gebühren für Wasser, Kehricht, etc. in den meisten Orten bereits. Populäre Forderungen nach einer Zweitwohnungssteuer sind nicht nur in ihrer Umsetzung fragwürdig, sie unterminieren auch das Vertrauen in den Wirtschafts- und Tourismusstandort Schweiz. Ganz entscheidend ist, dass die Loyalität von Zweitwohnungsbesitzern für ihren Ort mit solchen Diskussionen auf die Probe gestellt wird.

Professor Thomas Bieger leitet das Institut für öffentliche Dienstleistungen und Tourismus (IDT-HSG) der Universität St. Gallen.

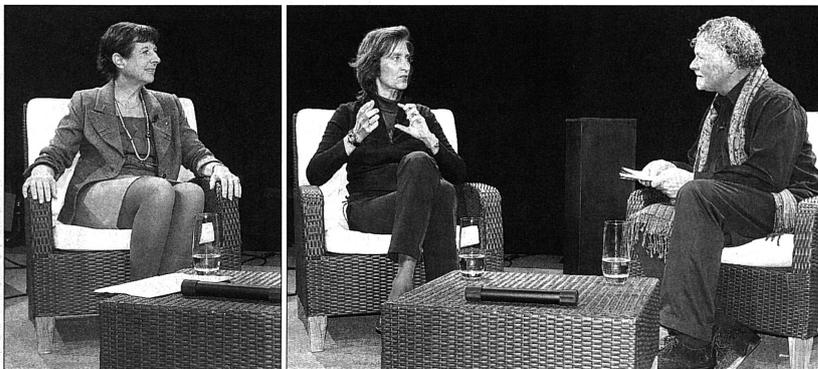
Gastronomia 2006

Plattform für viele neue Ideen

■ Premiere an der Gastgewerbemesse feierte «Gastronomia-TV» mit diversen Podiumsdiskussionen. Neue Ideen präsentierten auch die Aussteller.

Gudrun Schlenzcek

Internationale Koryphäen holte die Gastgewerbemesse dieses Jahr nach Lausanne. So betonte Innenarchitektin Yasmine Mahmoudieh die Bedeutung des Geruchs und kündigte auf Mitte nächsten Jahres eine Duft-Maschine an, mit der der Duft «wie der Kaffee im Kapselautomaten» gewechselt werden kann. Christine Demen Meier, Marketing-Dozentin der Hotelfachschule Lausanne, befasste sich mit den Erfolgsfaktoren und fordert Gastronomen auf, sich besser auszubilden.



■ Die Talk-Runde der Gastronomia. Das Forum «Gastronomia-TV» moderierte der Westschweizer Fernsehjournalist Daniel Fazan. Im Gespräch: Christine Demen Meier von der EHL (links), Designerin Yasmine Mahmoudieh (rechts). Fotos: Gudrun Schlenzcek

Brötchen fürs Bankett



■ Die Romer's Hausbäckerei stellte ihre Neuheiten in Lausanne zusammen mit der Firma Aebly der Westschweizer Kundschaft vor: Neu im Angebot für das Party-Catering führt der Grossbäcker sechs verschiedene Klein-Brötchen à je 32 Gramm. Der Gastronom kann diese assortiert in der Grosspackung kaufen. Preis pro Brötli ab 39 Rappen. GSG

Erster gemeinsamer Messeauftritt von Hotela und Mirus



■ An der Gastronomia hatten Hotela und die Mirus Software AG ihren ersten gemeinsamen Auftritt. Anlass war die Lancierung des gemeinsamen Produkts «Mirela», welches dem Hoteliere die Lohnabrechnung deutlich erleichtert.

Am Gemeinschaftsstand: Der Generaldirektor von Hotela, Jean-Paul Genoud, Hotela-Direktor Daniel Kuster, Paul Petzold, Geschäftsleitung Mirus, Oliver Hunziker, Mitglied Geschäftsleitung Mirus (v.r.n.l.). GSG

Nespresso lanciert Vender



■ Nespresso möchte ins Vending-Geschäft einsteigen und plant, 2007 einen Kapsel-Vender auf den Markt zu bringen (Foto). Der Standautomat umfasst zwei «Gemini»-Maschinen. Per Knopfdruck kann der User zwischen sechs verschiedenen Kaffeekapseln wählen. Die Bezahlung kann bargeldlos erfolgen. Der Vender wird zirka 6000 Franken kosten. GSG

Waschen sollte nicht mehr als 2 Franken pro Kilo kosten

■ Der Werbespruch der Schulthess Maschinen AG an der Gastronomia 2006 in Lausanne lautete: Pro Kilo darf Flachwäsche im Unterhalt nicht teurer als zwei Franken pro Kilo sein. Bei dem Hersteller von Maschinen für die professionelle Lingerie in Wolfhausen ist man überzeugt, dass ein Inhouse-Waschen für ein Hotel, Heim oder Spital preiswerter ist, vor allem dann, wenn man Leerzeiten des Personals auch aus anderen Bereichen in der Lingerie einsetzt. Schulthess-Bereichsleiter Hans Peter Stamm (Foto: rechts): «Oft will man sich einfach nicht mehr um die Wäsche kümmern müssen.» Mit einem Insource könnte man die Kosten nicht selten mehr als halbieren. Verkaufsleiter Robert Koch (links) wiederum warnt davor, dass bei unsachgemässen Waschen durch Dritte die Tischwäsche leidet. GSG



Brot mit Käse mal anders



■ Neues aus der Backstube: Zum Beispiel das «Pain Paradiso», ein salziger Blätterteigplunder, gefüllt mit dem Paradiso-Camembert von Baer. Stéphane Pianaro (Foto), Verkaufsleiter Westschweiz, empfiehlt diesen kalt als Alternative zum Frühstück. Pain Paradiso kostet Fr. 1.62 pro Stück. Ersetzt hat Hiestand im Laugengebäck den Kräuter- durch Nature-Cantadou. GSG

Kreatives Table Top



■ Eigentlich wollte man mit dem neuen Verpackungsdesign den Service im Airline-Catering attraktiver gestalten, verrät Marc Balsiger, Verkaufsleiter Gastronomie bei Pacovis (Foto). Inzwischen entpuppen sich die kreativen Gefässe auch in der Hotellerie und im Event-Catering als Renner. Teuer sind die Neuheiten nicht: «Conic cristal» kostet 22 Rpn. pro Stück. GSG

Abstimmungskampf im Gang

■ **Kohäsionsmilliarde.** Die Wirtschaftsverbände der Schweiz haben zwei Wochen vor der Abstimmung vom 26. November ihr Ja zum Osthilfegesetz ein weiteres Mal bekräftigt. Die Investition von einer Milliarde Franken in die osteuropäischen EU-Länder nützt letztlich der Schweiz selbst. Auch die Branchenverbände hotellerieuisse, Gastrosuisse und der Schweizer Tourismus-Verband kämpfen für das Osthilfegesetz. Es setze die humanitäre Tradition der Schweiz fort, för-

dere ihr internationales Ansehen und festige die guten bilateralen Beziehungen zur EU, betonte hotellerieuisse bereits zum Kampagnen-Start. Mit der EU-Osterweiterung erhalte die Wirtschaft zudem Zugang zu aufstrebenden Wachstumsmärkten, die auch für den Tourismus viel versprechende Quellmärkte seien. Die zweite eidgenössische Vorlage vom 26. November – das Bundesgesetz über die Familienzulagen – lehnen die Wirtschaftsverbände hingegen unisono ab. TL

Ein Ja zu «Arrival Duty Free»

■ **Schweizer Flughäfen.** Künftig sollen auf Schweizer Flughäfen nicht nur abfliegende Passagiere Duty- und Tax-Free einkaufen können, sondern auch ankommende Passagiere. Der Bundesrat empfiehlt einen entsprechenden Vorstoss von Nationalrat Hans Kaufmann (SVP, ZH) zur Annahme. Kaufmann geht davon aus, dass das zollfreie Einkaufen im Ankunftsbereich der Flughäfen 60 bis 80 neue Arbeitsplätze für die Schweiz generieren würde. Da die Mieten der Flughafen-

Geschäfte meist an die Umsätze gekoppelt sind, würden gemäss Kaufmann auch die Schweizer Flughäfen einen zusätzlichen Ertrag von 20 Mio. bis 23 Mio. Franken erzielen. Elf Länder in Europa kennen die so genannte «Arrival Duty Free» bereits. Nicht zuletzt deshalb setzt sich auch der Schweizer Tourismus-Verband (STV) für diese Lösung ein. Zu einem Willkommen in der Schweiz gehörten auch offene Türen im Duty-Free-Bereich, so der STV. TL

PRS-Chef Matyassy kandidiert

■ **Nationalratswahlen.** Johannes Matyassy, Direktor von Präsenz Schweiz (PRS), will für den Nationalrat kandidieren. Er ist am Dienstagabend von der FDP-Ortspartei Muri-Gümligen nominiert worden. Als Präsident der FDP Kanton Bern erachte er es als seine Pflicht, an vorderster Front Wahlkampf zu betreiben, erklärte Matyassy auf Anfrage der htr. Die bernische FDP verfolgt das Ziel, einen fünften Sitz im Nationalrat und einen Ständeratssitz zu erobern. Die vier Bisherigen

– Christa Markwalder, Johann N. Schneider-Amman, Pierre Triponez und Kurt Wasserfallen – treten erneut an. Bei einer allfälligen Wahl müsste Matyassy seinen Posten bei Präsenz Schweiz abgeben, da Doppelmandate ab der Wintersession 2007 nicht mehr erlaubt sind. Ob diese Regelung auch für die neue Landeswerbung gelten wird, ist derzeit noch offen. Matyassy hält jedoch daran fest, dass deren Leitung aus dem Umfeld von Präsenz Schweiz erfolgen sollte. TL

Gastronomia 2006

Exklusive Auftritte, ruhige Messe

■ **Kleiner als 2004, ruhig, aber exklusiv** präsentierte sich der Auftritt der Gastronomia 2006. Grosse Küchenchefs zeigten ihr Können, Preise wurden verteilt.

Guidrun Schlenzcek

Nach fünf Messetagen ging gestern die Gastronomia 2006 zu Ende. Grosse Namen aus Küche und Design konnten die Veranstalter dieses Jahr nach Lausanne locken. Das mittägliche Degustationsmenu für 250 Franken inklusive Wein der fünf grossen Küchenchefs (Foto rechts) war komplett ausverkauft. Weniger ausgebaut die Messe: Selbst am «Wirtesontag» gab es nicht das übliche Messegedrängel. Als Regionalmesse hätte die Gastronomia vielleicht mehr Erfolg, meinten mache Aussteller.



■ **Zusammen 103 Gault-Millau-Punkte.** Marcel Thürler, Didier de Courten, Georges Wenger, Philippe Chevrier, Etienne Krebs, Urs Messerli (v.l. n. r.) kochten zusammen täglich ein 13-gängiges Degustationsmenu. Fotos: Guidrun Schlenzcek/Jean-Bernard Sieber

KURZ UND BÜNDIG

Einigung erzielt

■ Die Aktionäre der Bergbahnen in Bad Ragaz und Wangs haben einen wichtigen Schritt in die gemeinsame Zukunft getan: Sie haben am Wochenende einer Vermögensübertragung an ihre gemeinsame Tochterfirma Pizolbahnen AG (Pizag) zugestimmt. Diese wird künftig alle Anlagen des Ski-gebiets betreiben. TL/lda

Anzeige

KLAFS

Die Wellnessspezialisten

Design, Qualität, Kompetenz und Service vom Marktleader.



Planung

Sauna / Sanarium



Dampfbad

Whirlpool



Thermen

Eisgrotten

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

Name _____

Vorname _____

Strasse _____

PLZ/Ort _____

Telefon _____

KLAFS

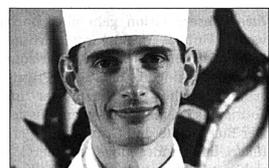
Klaf's Saunabau AG

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

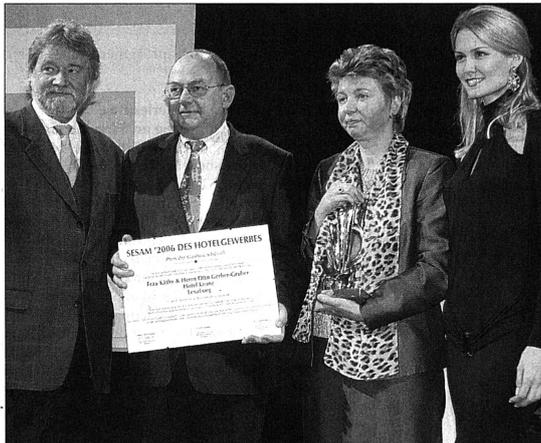
Weitere Geschäftsstellen in:
Bern, Brig VS, Chur GR, Oltenen VD, Dietikon ZH.



■ **Othmar Müller.** Direktor der Stiftung Nestlé pro Gastronomia ist für den Sésame de l'Accueil verantwortlich.



■ **Truffe d'Or 2006.** Sieger Martial Stoky, l'Hôtel de ville in Crissier, tritt am World Chocolate Masters 2008 an.



■ **Sésame de l'Accueil Kategorie Hotel.** Claudio E. Casanova (links), Vizepräsident hotellerieuisse, gratulierte mit Ex-Miss Schweiz Lauriane Gilliéron (rechts) dem Siegerpaar Otto und Käthi Gerber-Gruber, «Krone», Lenzburg.



■ **Sésame de l'Accueil.** Sieger der Kategorie Restaurant: Patrick und Ann Gazeau, Les Jardins de la Tour.



■ **Lehrlingswettbewerb.** Die drei strahlenden Tagessieger vom Montag aus der Kategorie Service.

Leinenweberei Schwob: Die Wäsche wird von den Hoteliers immer lieber geleast

■ **Aktuelles aus den Bereichen Tisch- und Bettwäsche** war beim Stand von Schwob in Halle 1 der Gastronomia zu entdecken. Besonders beliebt sei zurzeit Tischwäsche in Panamabindung aufgrund der dezent rustikalen Ausstrahlung, betont Vizedirektor Roland Bläsi (links, neben Direktor Franz Leibold). Dank dem Einsatz von Indanthrenfarbstoffen sind die Artikel koch- und chlorecht. Die Tischwäsche von Schwob ist zu 90 Prozent Eigenproduktion. Ebenfalls die Damastwäsche: Hier sei die Fadendichte entscheidend für die Haltbarkeit. Ein Drittel der Wäsche verkauft Schwob bereits im Leasing. Die Burgdorfer Leinenweberei erzielt heute 22 Prozent des Umsatzes im Export. GSG



■ **Der erste Gastronomia Design Award** ging ans 5-Sterne-Hotel Des Trois Couronne in Vevey von Jean-Marc Boutilly und Charlotte Renaud.

Christoph Juen / Jürg Schmid

Partnerschaft macht die Branche fit für

■ hotellerieuisse will künftig verstärkt dazu beitragen, die Qualität des touristischen Angebotes zu entwickeln. Der Verband hat seinen Beitrag an ST auf 500 000 Franken aufgestockt. Die Kooperationsinhalte werden am 29. November an der DV von hotellerieuisse präsentiert.

Marietta Dedual/Christine Künzler

► Was ändert sich künftig in der Zusammenarbeit von Schweiz Tourismus und hotellerieuisse?

Christoph Juen: Es geht nicht um eine Veränderung, sondern um eine Erweiterung und Vertiefung der Zusammenarbeit, die bereits seit Jahren sehr gut funktioniert. Wir haben jetzt die Möglichkeit, mehr Mittel einzusetzen und können somit auch qualitativ und quantitativ sehr viel mehr bewirken.

► Was hat Sie, Jürg Schmid, bewogen, näher an hotellerieuisse zu rücken?

Jürg Schmid: Es ist eine logische Partnerschaft, hotellerieuisse hat die Hotelkompetenz, ST die Vermarktungskompetenz. Das gehört zusammen.

«LEIDER MUSS ICH SAGEN, DASS DER ST-TOPF GAR NICHT SO GROSS IST.»

Christoph Juen

► Der Gewinn für die Branche, und vor allem für die Mitglieder von hotellerieuisse?

Juen: Wir helfen mit, die Qualität des Gesamtangebots zu entwickeln. In dieser Kooperation und in den strategischen Marketingaktionen von ST werden wir hotellerieuisse-Mitglieder bevorzugt behandeln. Wir bringen Verbandsmittel von hotellerieuisse in diese Kooperation ein, also profitieren primär unsere Mitglieder. Es ist aber ein offenes System, offen auch für Nichtmitglieder.

► Die Nichtmitglieder...

Juen: Wenn sich Nichtmitglieder im selben Segment vermarkten lassen wollen, müssen sie deutlich mehr bezahlen als unsere Mitglieder. Wir wollen jedoch von Fall zu Fall entscheiden – es gibt also keine allgemeingültige Formel.

► Der Betrag an ST wurde jetzt auf 500 000 Franken aufgestockt. Eine beachtliche Summe. Es gibt den Anspruch «Take the money and run»: Hat hotellerieuisse keine Angst, dass das Geld im grossen ST-Topf verschwindet und sich dem Einfluss von hotellerieuisse entzieht?



■ «Der Einsatz der Gelder soll dem Kunden nützen.»



■ Starke Partner. Jürg Schmid, CEO Schweiz Tourismus, und Christoph Juen, CEO hotellerieuisse.

Fotos: Miroslaw Halaba

Juen: Leider muss ich sagen, dass – verglichen mit dem Ausland – der Schweiz-Tourismus-Topf gar nicht so gross ist. Die vereinbarte Zusammenarbeit ist erst der Einstieg. Vorgesehen ist eine Aufbauarbeit über die nächsten Jahre. Angedacht ist, dass der ST-Betrag gesteigert wird.

«KLAR IST ABER, DASS EIN HOTELLERIEUISSE-MITGLIED EINEN TIEFEREN BETRAG BEZAHLT ALS EIN NICHTMITGLIED.»

Jürg Schmid

► Jürg Schmid, wie garantieren Sie Christoph Juen, dass die Mittel zum Vorteil der Mitglieder von hotellerieuisse eingesetzt werden?

Schmid: Wir haben einen klar formulierten Businessplan verabschiedet. Wir «nehmen schon das Geld und rennen» – aber zum Markt hin. Und das Besondere bei ST ist, dass wir noch eigene Mittel hinzufügen. Der Einsatz der Gelder soll dem Kunden nützen. Durch den Nutzen für den Gast ist der Ertrag für die Hotelbranche gewährleistet. Die Umsetzung dieser Idee – davon bin ich überzeugt – wird nachhaltig sein. Dass spezialisierte Hotels erfolgreich sind, ist keine Neuigkeit. Wir möchten zehn Gruppen von spezialisierten Hotels zum Markt führen und haben die Vision, mit den 1000 besten Hotels in der Schweiz langfristig zusammenzuarbeiten.

Juen: «Die 1000 besten Hotels» ist lediglich als eingängige Formel zu verstehen. Wir möchten, dass sämtliche Beherbergungsbetriebe top sind und dass sie sich an diesen Spezialisierungen beteiligen, um sich gut vermarkten zu lassen.

► Was ist mit den Hotels, die in keine Schublade passen?

Schmid: Jene, die sich spezialisieren möchten – sei es als «Kids»- oder als «Design»-Hotel usw. –, haben nun die Chance, von einer ganz starken Vermarktungskompetenz zu profitieren. Sie haben ein Gefäss, das sie in die Welt



■ «Nicht jedes Hotel in der Schweiz ist typically Swiss».

hinaus trägt. Und dieses Gefäss managen wir mit hotellerieuisse zusammen.

Juen: Ein Grossteil der Hotels ist heute bereits spezialisiert. Wir müssen nun die Herausforderung annehmen und die Spezialisierungen den neusten Bedürfnissen des Marktes und der Gäste anpassen. Betriebe, die nicht mitmachen, weil deren Verantwortliche glauben, mit einem anderen Weg die besseren Karten zu haben, werden wir – wie bis anhin schon – auf unserer Internetplattform aufführen. Diese Hotels bleiben also im Markt, sind aber vielleicht nicht so prominent präsentiert wie

jene, die sich auf Segmente spezialisiert haben.

► Da hotellerieuisse nun einen grossen Beitrag an ST zahlt, entfallen künftig für die Hotels die Mitgliedschaftsbeiträge an ST oder die Beiträge an die ST-Kampagnen?

Schmid: Sie müssen weiterhin bezahlen. Die Mittel von hotellerieuisse sollen verstärken und zusätzliche Vermarktungsmöglichkeiten eröffnen und nicht andere Einnahmeströme kompensieren. Klar ist aber, dass ein hotellerieuisse-Mitglied einen tieferen Betrag bezahlt als ein Nichtmitglied. Aber nach wie vor zahlen die Hotels direkt Marketingbeitrag, wenn sie bei «Wellness»-, «Kids»- oder «Golf»-Hotels mitmachen.

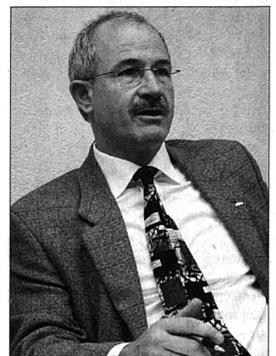
«GRUNDSÄTZLICH GILT WIE ÜBERALL IN DER WIRTSCHAFT: «THERE IS NO FREE LUNCH».»

Christoph Juen

Juen: Grundsätzlich gilt wie überall in der Wirtschaft: «there is no free lunch». Wir bündeln die Mittel gezielt für die ST-Kampagnen. In dem Sinne profitieren unsere Mitglieder gleich mehrfach. Einerseits deckt der Mitgliederbeitrag alle Dienstleistungen von hotellerieuisse ab: in der wirtschaftspolitischen Interessensvertretung, in der Sozialpartnerschaft, in der Aus- und Weiterbildung und auch in der Möglichkeit, sich bei der Hotela kostengünstig und effizient versichern zu können. Auf der anderen Seite öffnet hotellerieuisse den Mitgliedern den Weg zu einer modernen Marketingplattform und Vermarktungskompetenz, die entweder exklusiv ist oder – wie im Falle von ST – kostengünstiger als für Nichtmitglieder.

Schmid: Ich möchte noch eine andere Betrachtung einbringen; das Budget von ST beträgt 76 Mio. – 46 Mio. vom Bund, 24 Mio. aus der Branche, 6 Mio. Franken kommen aus der Wirtschaft. 24 versus 46! Wir sind weit davon entfernt, dass die Branche auch nur annähernd gleich viel beiträgt wie der Bund. Und die Vision des Bundes ist ganz klar 1:1. Dieses Ziel müssen wir erreichen, um langfristig die Finanzierung des Bundes sicherstellen zu können.

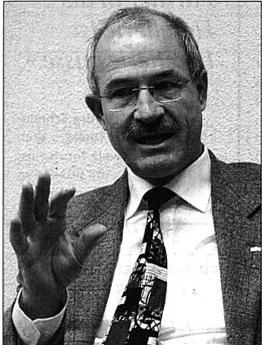
Juen: Unsere Vision geht aber noch weiter: Unter dem Stichwort «Private Public Partnership» möchten wir zum Ausdruck bringen, dass der Privatssektor, welcher ja Nutzniesser im Tourismus ist, mehr beitragen müsste. Der Bund sollte den Grundauftrag erfüllen, das Bundesbudget den Service public abdecken, den Schweiz Tourismus wahrnimmt. Der grössere Teil der finanziellen Mittel fliesst in die Bearbeitung der Märkte, also müssten auch mehr Mittel vom Markt her kommen.



■ «Wir möchten, dass sämtliche Beherbergungsbetriebe top sind.»

Christoph Juen / Jürg Schmid

die Herausforderungen der Zukunft



«Wichtig ist auch die Vernetzung zu unserer Ombudsstelle.»

► An wen denken Sie?

Juen: Wenn wir den Tourismus und die Freizeitwirtschaft im Auge haben, dann ist diese Wertschöpfungskette fast grenzenlos. Man könnte in alle Sektoren hineingehen.

► Thema Landeswerbung: Herr Juen, Sie haben in der htr den Vorschlag gemacht, eine privatrechtliche Gesellschaft zu gründen, bei der die Privatwirtschaft eine Mehrheitsbeteiligung hat. Wer übernimmt den Lead – Schweiz Tourismus und/oder hotelleriessuisse?

Juen: Der Bundesrat schlägt eine öffentlich-rechtliche Anstalt vor, in die die Institutionen ST, Präsenz Schweiz und Location Switzerland integrieren will. Er lässt die Möglichkeit offen, dass diese öffentlich-rechtliche Anstalt eine Gesellschaft des privaten Rechts gründen kann. Hier sehen wir einen Ansatzpunkt. Es ist sehr wichtig, dass die Mitgliedschaftsstruktur, die Schweiz Tourismus aufgebaut hat, in die neue Organisation eingebracht wird. Eine öffentlich-rechtliche Anstalt sieht keine Mitgliedschaftsstruktur vor. Deshalb plädieren wir für eine öffentlich-rechtliche Körperschaft, wie sie ST heute schon kennt. Eine privatrechtliche Gesellschaft wäre höchstens eine Ausweichvariante, falls die Politik an einer öffentlich-rechtlichen Anstalt festhält, die wir jedoch ablehnen.

«ALLEIN SCHON DAS WORT «ANSTALT» SCHRECKT MICH AB.»

Jürg Schmid

► Sehen Sie dies auch so, Herr Schmid?

Schmid: Ich möchte mich zu dieser angedachten Lösung noch nicht äussern. Ich sage aber kurz etwas zur Rechtsform: Allein schon das Wort «Anstalt» schreckt mich ab. Das klingt ja wie «Strafanstalt» und ist als Ausdruck einfach nicht mehr zeitgemäss. Und ein bisschen Strafe wäre diese Rechtsform in der Tat. Denn der einzige – für mich erkennbare – Unterschied zu heute wäre die Aufhebung der Mitgliederstruktur. Die Aufhebung der Mitgliederstruktur hat zwei grosse Nachteile: Der eine wäre das Geld. Wir würden riskieren, potenziell mehr zu verlieren als die vorgesehenen Einsparungen, die der Bundesrat anvisiert hat. Der andere Nachteil: Wir haben heute ein recht vorbildliches Modell einer Public-Private-Partnership. Die Branche ist bei ST integriert. Wir haben Versammlungen, die Mitglieder können ihre Leute in unseren Vorstand wählen. Und diese Integration wäre gefährdet und somit auch die Nähe zur Branche. Darum glauben wir, dass diese Form von «Anstalt» für den Tourismus ungeeignet ist.

► Zurzeit sind viele Dinge in Bewegung – zum Beispiel eben die Koordination der Landeswerbung. Ist es ein klug gewählter Moment, um diese enge Zusammenarbeit einzugehen?

Schmid: Absolut. Unsere Zusammenarbeit hat nichts mit Politik zu tun, sondern mit Arbeit in den Märkten. Alles, was zurzeit in Bewegung ist, bezieht sich vor allem auf Politik und Strukturen. Um so mehr ist es richtig und gut, sich auf Projekte zu fokussieren, die mehr Gäste bringen.

Juen: Wir wollen die Marktpotenz steigern und die Mittel bündeln. Mit Politik hat unsere Kooperation also nichts zu tun. Doch wir stellen fest, dass es seit Jahren politische Vorstösse gibt zu Institutionen, die besser koordiniert werden sollten, jedoch aber nicht Schweiz Tourismus betreffen. Manchmal habe ich den Eindruck, auf dem Buckel von Schweiz Tourismus werden Diskussionen um Ineffizienz ausgetragen, die andere Organisationen und Institutionen betreffen. Wir möchten keinesfalls, dass Schweiz Tourismus zum Spielball von politischen Aktionen wird, die ihre Marktcompetenz verwässern könnten.

«WENN JEMAND 5-STERNE-QUALITÄT ERWARTET UND 1-STERN-PREISE ZAHLEN WILL, GEHT DIE RECHNUNG NICHT AUF.»

Christoph Juen

► Christoph Juen, Sie sagten vorgängig, hotelleriessuisse und Schweiz Tourismus stünden erst am Anfang ihrer Kooperation. In welche Richtung wird sie sich entwickeln?

Juen: Unsere Vision ist, dass die Hotellerie – die Leitindustrie des Tourismus – via hotelleriessuisse der wichtigste Partner von Schweiz Tourismus wird – auch in finanzieller Hinsicht.

Schmid: Wir begrüssen diese Absicht von hotelleriessuisse, denn fachlich gesehen ist die Hotellerie der wichtigste Partner. Wir sind auf einem guten Weg mit unserer Zusammenarbeit.



«Es geht um eine reine Sachbeurteilung, es geht um Fakten.»

► Wer wird künftig den Hotelführer herausgeben, wo wird das Hotelbewertungssystem angesiedelt sein?

Juen: Wir gehen davon aus, dass wir abklären werden, wer wofür die besseren Kompetenzen hat. Wenn es um gliederernahe Aspekte geht, liegt der Lead eher bei uns. Wir können jedoch nicht agieren, ohne den Markt zu berücksichtigen. Das heisst, der andere Partner ist automatisch miteingebunden. Alles, was den Bereich Marktnähe betrifft, werden wir ganz klar Schweiz Tourismus überlassen.

Schmid: Ich glaube, ein Hotelbewertungssystem, das durch die Internet-

philosophie entstanden und gewachsen ist, reglementieren zu wollen, würde dem heutigen Internet-Trend nicht gerecht. Das Spezielle an einem Hotelbewertungssystem ist, dass es mit andern, zusätzlichen Absatzkanälen verknüpft ist. Das Hotelbewertungssystem, mit dem Schweiz Tourismus zusammenarbeitet, ist von einem der grössten deutschen Medienkonzerne aufgekauft worden, das heisst, auf vielen führenden Medienplattformen Deutschlands werden nun die Schweizer Hotels buchbar. Das Hotelbewertungssystem ist mehr als eine Informationsplattform – es ist ein Vermarktungsinstrument.

«UNSER STRATEGISCHER PARTNER IN DER HOTELLERIE IST HOTELLERIESSUISSE.»

Jürg Schmid

Juen: Für hotelleriessuisse ist die Vernetzung des Hotelbewertungssystems sehr wichtig. So ist es beispielsweise mit unserem elektronischen Hotelführer vernetzt, wo sich der Gast auch über Sternenklassifikation informieren kann. Denn gerade in diesem Bereich gibt es häufig Missverständnisse: Wenn jemand 5-Sterne-Qualität erwartet und 1-Stern-Preise zahlen will, geht die Rechnung natürlich nicht auf. So möchten wir dem Gast zeigen, was er in den einzelnen Kategorien erwarten darf, bevor er seine Bewertung abgibt. Wichtig ist uns – im Sinne einer Kundenpflege – auch die Vernetzung zu unserer Ombudsstelle. Seit sie installiert ist, haben wir deutlich mehr Kundenkontakte zur Ombudsstelle.

► Plant Schweiz Tourismus noch weitere enge Kooperationen mit anderen Partnern – zum Beispiel mit Gastrosuisse?

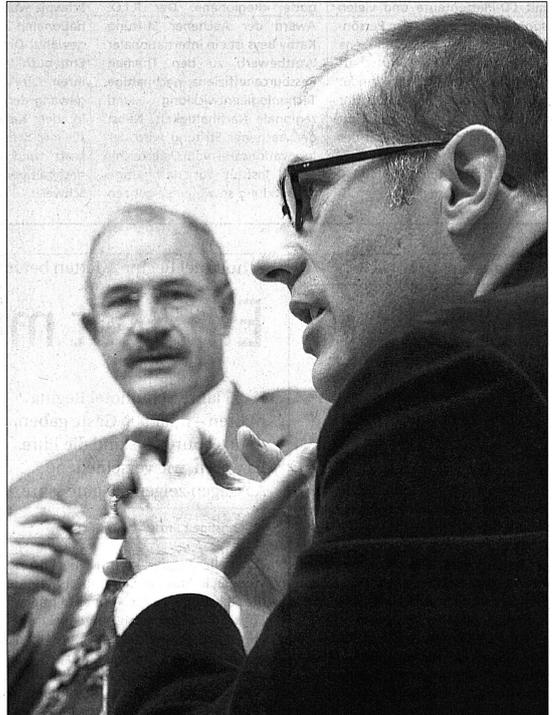
Schmid: Unser strategischer Partner in der Hotellerie ist hotelleriessuisse. So haben wir den Grossteil der Hotels abgedeckt, welche wir international vermarkten können. Das hat aber nichts zu tun mit einer Präferenz des einen oder anderen Verbands, in dieser Hinsicht sind wir neutral. Es geht um eine reine Sachbeurteilung, um Fakten. Geht es um Gastronomiethemata, schliesse ich eine Kooperation mit Gastrosuisse nicht aus. Im Moment sind jedoch keine weiteren Zusammenarbeiten geplant.

Juen: hotelleriessuisse versteht sich als Vermittler der Hotelkompetenz. Als Vermittler sind wir nicht beschränkt auf unsere Mitglieder, sondern sind wie gesagt offen. Bis jetzt haben wir bereits 130 Nichtmitglieder klassiert. Wir möchten möglichst viele Beherbergungsbetriebe auf der Klassifikations-ebene erfassen können.

«WIR HABEN EINE MARKTANALYSE DURCHFÜHRT, UM ABZUKLÄREN, WELCHE SPEZIALISIERUNGEN GEFRAGT SIND.» Jürg Schmid

► Werden die geplanten Spezialisierungs-Hotelkooperationen gemeinsam ausgearbeitet?

Schmid: Ja. Wir haben eine Marktanalyse durchgeführt, um abzuklären, welche Spezialisierungen gefragt sind. In dieser Umfrage hat sich deutlich gezeigt, dass zwei Gruppierungen besonders gefragt sind: das «typically Swiss», also das typische Schweizer Hotel, und im Städtebereich das «Design-Boutique»-Hotel. Und zwar nicht nur



■ Sie sind sich einig. «Unsere Zusammenarbeit hat nichts mit Politik zu tun, sondern mit Arbeit in den Märkten.»

im 5-Sterne-Bereich, sondern auch in einer tieferen Kategorie.

Juen: Es ist nicht so, dass jedes Hotel in der Schweiz «typically Swiss» ist. Doch der Vorteil der Schweizer Hotellerie ist eben, dass sie in der Schweiz stattfindet.

Schmid: Es gibt meiner Ansicht nach zwei Voraussetzungen, die notwendig sind, um sich als Hotel spezialisieren zu können. Entweder muss das Haus in eine starke Destination eingebunden sein oder eine Grösse haben, die ermöglicht, auch andere Kundensegmente anzusprechen.

«MEINE VISION IST, DASS DIE TOURISMUSBRANCHE EINEN KLAREN WACHSTUMSTREND EINLEITEN KANN.»

Christoph Juen

► Wo steht hotelleriessuisse in fünf Jahren – wo Schweiz Tourismus?

Juen: hotelleriessuisse wird sich mit den neuen Statuten und der Neuausrichtung hotelleriessuisse 2012 ein völlig

neues Kleid verpassen, welches uns als Verband in die Zukunft führen wird. Meine Vision ist, dass unsere Tourismusbranche aus der 30- bis 35-jährigen Stagnation ausbrechen und einen klaren Wachstumstrend einleiten kann. Dafür braucht es Partnerschaften, wie ST und hotelleriessuisse eine eingehen. Ich denke da nicht nur an Übernatchungen, sondern auch an die Wertschöpfung der Branche im umfassenden Sinne. Ich habe aber auch die Vision, dass wir im Jahr 2012 gleich lange Spiesse auf der Kostenseite haben wie unsere Hauptkonkurrenten in Europa. Dies bedeutet, die Landwirtschaft muss liberalisiert sein, wir müssen im Infrastrukturbereich mit der EU gleichziehen und Parallelimporte tätigen können.

Schmid: Bezüglich Kooperation mit hotelleriessuisse werden wir in fünf Jahren ungefähr fünf zusätzliche Gruppierungen spezialisierter Hotels entwickelt haben. Der nächste Schritt ist die Gründung der Kooperation «Design-Boutique-Städte-Hotels», die wir auch für die Euro-08-Vermarktung hervorragend nutzen können. In fünf Jahren werden wir in einer koordinierten Landeswerbung eng mit anderen Organisationen zusammenarbeiten und den Tourismus nach wie vor kompetent vermarkten.

► Ihre Rolle in der neuen Landeswerbung?

Schmid: Das wird der Bundesrat entscheiden.

Reklame

daum: best for your guest!

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

Fragen Sie nach daum im guten Fachhandel!

daum electronic
best for your guest

mehr Info: GTSM_Maglingen
☎ 044 461 11 30 gtsm@bluwin.ch



■ «Wir haben einen klar formulierten Businessplan verabschiedet.»

Gefeierte Bar

■ **Art Deco Hotel Montana.** Die «Louis Bar» des Luzerner Hotels feierte den 10-jährigen Geburtstag ihrer «Jam Session». Der Feier mit CD-Plattentaufer und vielen spontanen Gigs wohnten Persönlichkeiten aus der Musikszene sowie aus Politik und Wirtschaft bei. Die «Jam Session» findet jeden Donnerstag ab 21.30 Uhr in der Hotelbar statt, die längst ein Treffpunkt für Liebhaber des Old Time Jazz und Blues mit über 3000 Auftritten und über 40000 Besuchern geworden ist. *KJV*

Innovationspreis für Entlebuch

■ **R.I.O. Award 2006.** Das Biosphärenreservat Entlebuch gewinnt den R.I.O. Award 2006, Anerkennungspreis in der Kategorie «Regionen». Der R.I.O. Award der Aachener Stiftung Kathy Beys ist ein internationaler Wettbewerb zu den Themen Ressourceneffizienz, nachhaltige Technologieentwicklung und regionale Nachhaltigkeit. Nebst der Aachener Stiftung wird der Innovationspreis vom Österreichischen Institut für nachhaltige Entwicklung sowie einer ganzen

Reihe von Ministerien und Institutionen mitgetragen. Von den zahlreichen Nominierten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz wurden von einer internationalen Jury die besten ausgewählt. Die UNESCO Biosphäre Entlebuch UBE, vertreten durch ihren Direktor Theo Schneider, gewann den Anerkennungspreis in der Kategorie «Regionen» für ihre Kreativität, Innovationskraft und als Schrittmacher nachhaltiger Entwicklung in der Schweiz. *KJV*

Küchen-Erbgut

■ **Frankreich.** Gastronomen und Köche wollen das «französische kulinarische und gastronomische Erbe» von der UNESCO als Teil des Weltkulturerbes anerkennen lassen. Es solle «die grundlegende Idee» der französischen Küche verteidigt werden, die ein «lebenswichtiger Faktor der französischen kulturellen Identität» sei. Unter den rund 100 Unterstützern der Idee befinden sich viele namhafte Köche sowie der französische Ex-Kulturminister Jack Lang. *KJV*

Bester Zapfer

■ **Bier.** Florian Rothmel aus Alsbach-Hähnlein in Hessen ist Deutschlands bester Bierzapfer 2006. Der 23-jährige Bankkaufmann setzte sich gegen die Zapf-Konkurrenz aus 15 Bundesländern durch. Der erstmalig ausgetragene Wettbewerb fand in der Bremer Brauerei Beck & Co. statt. Eine Fachjury bewertete beim Finale die Zapf-Geschicklichkeit, das Aussehen des Bieres sowie das richtige Servieren. 16 Kandidaten zapften an der Heimzapfanlage PerfectDraft in drei Runden. *KJV*

ZITAT DER WOCHE

«Unser strategischer Partner in der Hotellerie ist hotelleriesuisse.»

Jürg Schmid
Direktor von
Schweiz Tourismus
im Interview
auf Seite 5

BUSINESS-PEOPLE

■ **Regina Amberger,** langjährige Chef de Réception und Assistentin der Direktion, übernimmt die Direktion des Hotels Chesa Guardalej in Champfèr-St. Moritz. «Unterstützt wird sie dabei von unserem bewährten Kader, sodass die Kontinuität gewahrt bleibt», heisst es in einer Mitteilung des Verwaltungsrats. Regina Amberger ist Nachfolgerin von **Andreas Haag**, der das Hotel Chesa Guardalej acht Jahre lang führte. *KJV*

■ **Roger Waber (39)** heisst der neue Media Representative im Team der Abteilung Corporate Communications & Media von Schweiz Tourismus (ST). Er ersetzt **Oliver Kerstholt**, der seit gut vier Jahren in dieser Funktion bei Schweiz Tourismus in Zürich tätig war. Waber ist ausgebildeter PR-Fachmann. Er war während acht Jahren für das Schweizer Fernsehen tätig. Kerstholt wird nach einer dreimonatigen Sabbatical-Zeit ab Anfang Februar 2007 in der Verlags- und Medienstadt Hamburg als District Manager für ST tätig sein. Vorgängerin **Heidi Freiburghaus** begibt sich nach über 20 Jahren bei Schweiz Tourismus per Ende Februar 2007 in den Ruhestand. *KJV*



■ **Goldmedaillengewinner** des Concours National des Jeunes Commis Rôtisseurs 2006 ist **Trevor Appignani**, Hotel Castello del Sole, Ascona (Foto: Mitte). Die Silbermedaille ging an **Thomas Schumann**, Lindner Grand Hotel Beau Rivage, Interlaken. Bronze holte sich **Raphaël Vermot**, Hotel Bristol, Genève. Der Sieger nimmt an der internationalen Ausscheidung 2007 in Frankfurt teil und tritt dort gegen die Vertreter 20 weiterer Länder an. **Peter Musa**, Bailli Délégué der Chaîne des Rôtisseurs Suisse (links) nahm die Siegerehrung vor. **Lorenz Imhof** (rechts) präsentiert die fünf «Goldvreneli» für den Sieger. *GSG*

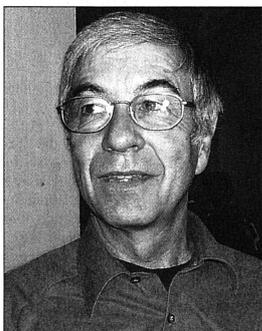
Schulhotel Regina, Matten bei Interlaken

Ein Fest mit begeisterten Gästen

■ **25 Jahre Schulhotel Regina Matten** – über 500 Gäste gaben dem Geburtstagskind die Ehre. Es waren, wie verschiedene Aussagen zeigen, 25 gute Jahre.

Christine Künzler

«Ein voller Erfolg», kommentiert Bruno Wenger, Rektor des Schulhotels Regina, die Geburtstagsfeier. «Wir sind mit viel Lob und Anerkennung eingedeckt worden.» Eins der schönsten Geburtstagsgeschenke überreichte Martin Iseli vom Bundesamt für Berufsbildung und Technologie (BBT): «Das Schulhotel ist eine sehr sinnvolle Institution. Hier werden Praxis und Theorie verknüpft.» «Es war eine sehr gute Zeit. Anfangs noch mit strengen Regeln, die dann nach und nach gelockert wurden», blickt **Els Hofer** zurück. Sie war 19 Jahre im Sekretariat des Schulhotels Regina tätig. Und auch **Emmi Beck**, die 20 Jahre lang den Lernenden Nothelferkurse erteilt, gerät ins Schwärmen: «Es waren sehr schöne Jahre. Nur ein einziges Mal musste ich durchgreifen.» «Ich fühle mich wohl hier und bin gerne da», sagt **Johanna Zeller**, die seit 23 Jahren



■ **Martin Iseli** vom BBT: «Das Schulhotel ist eine gute Institution.»



■ **Rektor Bruno Wenger** freut sich über die vielen Geburtstagsgäste.

im «Regina» Wissen vermittelt. Der Internatsbetrieb bringt ihrer Ansicht nach nur Vorteile: Hier werden viele Freundschaften geschlossen, aber auch Konflikte ausgetragen.»

«Wir haben hier eine fantastische Möglichkeit, junge Berufsleute auszubilden», doppelt Schulleiter **Thomas**

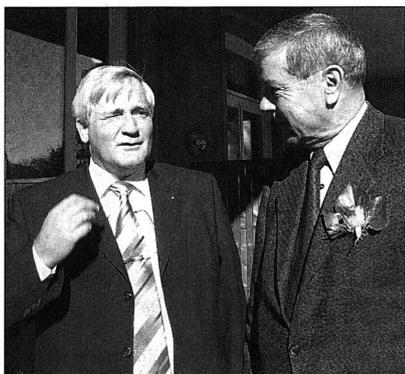
Rüedi nach, der das Mattener hotelleriesuisse-Schulhotel von der ersten Stunde an begleitet. Die Anforderungen an die jungen Leute seien in den letzten Jahren erheblich gestiegen. «Früher wollte man in der Hotellerie gute «Büezer», heute will man Berufsleute die mitdenken.»



■ **Ruth Lüdi**, die Internatsleiterin, sorgt für das Wohl der Jugendlichen.



■ **Die Lernenden.** Sie haben mit viel Engagement den Geburtstag gestaltet. Hier zeigen drei Lernende den Gästen, was es in der Lingerie zu tun gibt.



■ **Gäste.** **Werner Affentranger**, hotelleriesuisse (links) und **Andres Grossniklaus**, Gemeindepräsident Matten.



■ **Karin Zimmermann**, die Fachlehrerin, erteilt der Lernenden letzte Instruktionen. *Fotos: Christine Künzler*

BUSINESS-PEOPLE

■ **Jetzt ist klar**, an welchem Tag **Mario Lütolf**, der neue Direktor des Schweizer Tourismus-Verbands (STV), seinen Posten antritt: Er übernimmt die Verantwortung ab dem 5. Februar 2007. Seine Vorgängerin und derzeitige STV-Direktorin **Judith Rennerbach** wird die Stelle auf Ende Jahr verlassen. *TL*

■ **Jan Raich**, seit Februar 2006 Tourismusdirektor im Gommer Ferienort Bellwald, ist entlassen worden – er war der fünfte Tourismusdirektor innerhalb von zwei Jahren. Raich war als Quereinsteiger von der Elektronik- und Informatik-Branche her gekommen und mit der operativen Leitung von drei Gesellschaften betraut worden: dem Tourismusbüro, den Sportbahnen Bellwald Goms AG, und der Genossenschaft zur Förderung der touristischen Infrastruktur, unter dem Dachmantel der im Herbst 2005 gegründeten ISC Bellwald AG. *KJV*

■ **Alfonso Llopart (53)**, Produkt-Manager für die Zentralschweiz bei der Luzern Tourismus AG, ist am 31. Oktober mit sofortiger Wirkung freigestellt worden. «Die Zielsetzungen von Herrn Llopart und der Luzern Tourismus AG haben sich zu sehr in unterschiedliche Richtungen entwickelt, die leider eine Weiterführung der Zusammenarbeit verunmöglicht haben», heisst es in einer Mitteilung von Luzern Tourismus an Aktionäre und Partner. **Michelle Kranz**, PR- und Kommunikationsverantwortliche, wird Luzern Tourismus am Ende des Jahres verlassen – sie wechselt zu Schweiz Tourismus. *KJV*



■ **Der Wechsel** von Hotel-Direktor **Philippe Frutiger** vom Lenkerhof Alpine Resort in Lenk zum Relais&Château Giardino in Ascona, zusammen mit seinem Küchenchef **Urs Gschwend**, zieht weitere Rochaden nach sich. **Johan Breedijk** (Foto), bis anhin 16-Gault-Millau-Punkte-Küchenchef des Giardino, wird Küchenchef des Art Deco Hotel Montana in Luzern. Der 35-jährige Holländer tritt seine neue Funktion am 1. Februar 2007 an. Sein Vorgänger **Walter Mentner** erfüllt sich seinen Lebens Traum und bereist ab November längere Zeit Südamerika. Bis zum 1. Februar übernimmt Souschef **Stefan Beer** das Küchenzepter. Der 33-jährige **Jan Leimbach** wiederum ist ab 2007 Küchenchef im Lenkerhof. Der Deutsche ist Nachfolger von **Urs Gschwend**, der den Betrieb Ende Jahr verlässt. Leimbach arbeitete bei dem deutschen Starkoch **Dieter Müller** vom Schlosshotel Lerbach in Bergisch Gladbach und in 5-Sterne-Hotels wie dem Palace in Gstaad und dem Giardino in Ascona. Zurzeit ist er Executive Souschef im Hotel Widder in Zürich. *GSG*

Reklame

«Schweizer Qualitäts-
Wäsche für höchste
Ansprüche»

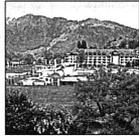
Leinenweberei Bern AG
Telefon: +41 (0)31 340 85 85 www.lwbern.ch
Fax: +41 (0)31 340 85 01 info@lwbern.ch



HOTELLERIE 10
Wellness-Hotellerie |
 Was der Markt noch an Potenzial bietet und was er braucht, um Rendite zu erzielen.



GASTRONOMIE 11
ABHOLGROSSMARKT |
 Der erste Growa-Markt in Stadtlage wurde eröffnet. Interview mit Geschäftsführer Silvio Hofmann.



TOURISMUS 12
Landal | Der holländische Marktführer für Ferienparks hat in der Schweiz, u. a. auch in Morschach, diverse Ausbaupläne.



KURZ UND BÜNDIG

Moskau: Boom in der Rekrutierung

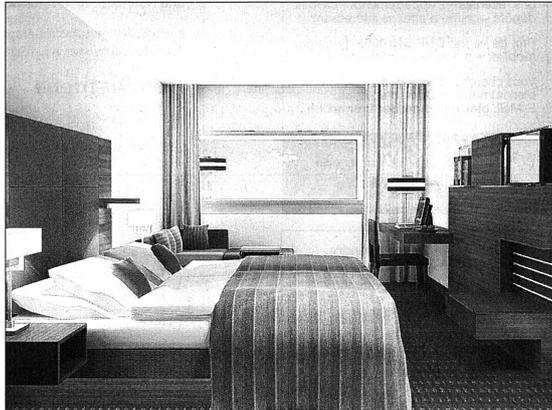
■ Bis 2010 muss die Personalzahl der Moskauer Tourismus-Branche auf 152.000 erhöht werden, erklärte der Leiter des Tourismus-Komitees, Grigori Antjufjew. «Dabei muss bedacht werden, dass derzeit mehr als 50% der Angestellten im Hotel-Business 40 bis 59 Jahre alt sind und in den nächsten fünf bis sieben Jahren das Rentenalter erreichen. Allein zur Aufrechterhaltung der Drei-Sterne-Hotels müssen fast 104.000 Menschen ausgebildet werden.» In Zusammenhang mit einem Generalplan zur Verteilung von Hotels bis zum Jahr 2010 sollen 248 Objekte mit 98.000 Betten neu gebaut oder restauriert werden, so die Agentur Novosti. *KJV*

Immobilie des Jahres: «daniel»

Das «hotel daniel» in Graz wurde an einer Gala in München von PKF Hotel-experts als «Hotel-Immobilie des Jahres» ausgezeichnet. Es nennt sich auch «Österreichs erstes Design-Budget-Hotel» und gehört zu den drei Grazer Häusern der Familie Weitzer. Für 3,2 Mio. Franken wurde das aus den fünfziger Jahren stammende Gebäude komplett renoviert und im Juni 2005 wieder eröffnet. Das Konzept des 101-Zimmer-Hauses zeugt, so Laudator Michael Widmann von PKF Hotel-experts Wien, einen neuen Trend: «Ein preiswertes, urbanes Hotelkonzept, das neben aller Hotel-Funktionalität auch einen attraktiven Design- und Lifestyle-Faktor aufweist.» *KJV*

ITB verleiht Gründer-Preis

Von den sechs Finalisten für das Gründerforum der Berliner ITB-Messe hat sich «Explore & Help» als innovativste Reiseidee durchgesetzt. Dieser Veranstalter will spannende Erlebnisreisen in Kombination mit Spenden für ein konkretes Hilfsprojekt im betreffenden Land verbinden. Auf den nächsten Rängen folgen «Dreifach Einfach» – ein elektronischer Begleiter für Städtereisen – und die literarische Spurensuche von «Salve Cultura». Der mit insgesamt 56.000 Franken dotierte Gründerpreis wird von der Fachzeitschrift «Travel One» gemeinsam mit der ITB, Berlin, der FH Worms sowie der Unternehmensberatung Simon, Kucher & Partners verliehen. *KJV*



■ Four Points by Sheraton Hotel in der Sihlcity. Virtuelle Visualisierung eines Zimmers und der modernen Lounge im Erdgeschoss. Helle und warme Farben zum Wohlfühlen dominieren. Das Hotel visiert vor allem eine Geschäftsreise-Klientel von global agierenden Firmen und Konzernen an. *Illustrationen: zvg*

Hotel Four Points by Sheraton, Zürich

Viel Urbanität, Design und Genuss

■ Im März 2007 eröffnet das Hotel Four Points by Sheraton in der Zürcher Sihlcity. Direktor Theophil Bucher will sowohl Geschäftsreisende als auch ein junges, urbanes Publikum in den neuen Stadtteil holen und strebt eine minimale Zimmerauslastung von 70 Prozent an.

Robert Wildi

Luxuriös sollen für Hotelgäste in der Zürcher Sihlcity nicht die Zimmertarife sein. Das stellt Theophil Bucher, designierter Direktor des Hotels Four Points by Sheraton, klar. «Wir wollen ein starkes Produkt zu fairen Bedingungen offerieren», lautet das Credo des Hoteliers. Ab dem 21. März 2007, dann wird die offizielle Eröffnung gefeiert, will er mit dem Vier-Sterne-Betrieb der gehobenen Klasse scharenweise Gäste in den neu ausgehobenen Stadtteil in Zürich Süd locken. Die städtische Hotelkonkurrenz soll nicht auf der Preisliste, sondern mit einem ausgefeilten Angebot übertroffen werden.

Bucher blickt auf eine lange Karriere in der Hotelbranche zurück. Zuletzt hatte er die Gesamtleitung der Bürgenstock-Hotels inne und zuvor 14 Jahre das Arabella Sheraton Atlantis in Zürich geleitet. Bei seinen letzten zwei Stationen hatte er mit veralteten und renovationsbedürftigen Betrieben zu tun. Seine neuen Wirkungsstätten, die Kleinstadt Sihlcity in der Grossstadt Zürich

seine Ziele sind ambitioniert. Zu 70 Prozent und mehr sollen die 132 Zimmer des «Four Points» ausgelastet sein. Hinzu kommen ein Konferenz- und Tagungsbereich für 120 Personen, ein Restaurant und eine Bar. Der Schweizer

Pulsierendes Leben rund um die Wohlfühloase

Seine Ziele sind ambitioniert. Zu 70 Prozent und mehr sollen die 132 Zimmer des «Four Points» ausgelastet sein. Hinzu kommen ein Konferenz- und Tagungsbereich für 120 Personen, ein Restaurant und eine Bar. Der Schweizer

Architekt Theo Hotz legt beim Bau grossen Wert auf eine zeitgemässe Ausstattung mit urbanem Design. Das Haus soll Geschichte und Moderne, Technologie und Lifestyle verbinden. Bucher setzt auch auf den Standort. Als einmalig preist er die Lage des Betriebs, inmitten der pulsierenden Sihlcity mit ihrem reichhaltigen Angebot – auf 100.000 m² sind unter anderem ein Einkaufszentrum mit 90 Geschäften, 13 Restaurants und Take-aways, drei Bars, neun Kinos, ein Theater, eine Bank und 1600 m² Tanzfläche.

Die Hotelgäste sollen sich auch erholen und körperlich betätigen können. Das Four Points Hotel hat einen Wellness- und Fitnessbereich «Asia Spa» auf 3000 m². Bucher: «Wir bieten unseren Gästen Wellbeing ohne Zeit-

verlust.» Schnelle Wege und Zentralität seien wichtige Trümpfe. Die Sihlcity verfügt über je einen eigenen Bus- sowie S-Bahnhof, direkte Zufahrten zum Nationalstrassennetz sowie Tramverbindungen vor der Tür.

Angesprochen sollen sich von solchen Infrastrukturen in erster Linie Geschäftsreisende fühlen. Bucher visiert eine Klientel von global agierenden Firmen und Konzernen an, die ihre Mitarbeitenden in offizieller Mission nach Zürich schicken. «Für Erleichterungen bei der Arbeit werden wir ihnen im Four Points ein gästeorientiertes Inhouse-Infotainment-Angebot der modernsten IT-Generation anbieten», kündigt der Direktor an. Hauptmärkte werden die USA, Deutschland, Grossbritannien und die Schweiz sein. Denn auch von künftigen Firmensitzen nationaler Unternehmen in der Sihlcity, zum Beispiel Credit Suisse, verspricht sich Bucher ein Potenzial.

Die Wochenenden sollen Städtereisende bringen. «Wir werden junge und urbane Menschen ansprechen, die sich für einen Kurztrip nach Zürich entscheiden und hier etwas erleben wollen», sagt Bucher. Auch kinderlose Paare, spezifische Berufsleute wie Architekten oder Designer kann er sich im «Four Points» bestens vorstellen. Das Gastrokonzept zielt auch auf Laufkundschaft aus dem Shoppingcenter und von den 2000 neuen Arbeitsplätzen der ganzen Sihlcity. Das Umfeld stimmt: In den ersten acht Monaten 2006 nahmen Zürichs Logiernächte gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 7,5% zu.

Die Besitzverhältnisse im neuen Four Points Hotel

■ Mit der kommenden Eröffnung in der Zürcher Sihlcity wird die amerikanische Hotelkette Starwood ihr erstes Haus der Marke Four Points by Sheraton auf Schweizer Boden in Betrieb nehmen. Starwood tritt als Eigentümerin, Betreiberin im Management-Vertrag oder Franchise-Geberin von Hotels und Resorts anderer bekannter Marken wie St. Regis, The Luxury Collection, Sheraton, Westin, Le Meridien, W Hotels und Aloft Hotels auf. Ferner hält Starwood eine Minderheitsbeteiligung an einem Joint Venture mit der deutschen Arabella Hotel Holding International GmbH

& Co. Das betreffende Joint Venture ist die Arabella Sheraton Hotelmanagement GmbH. Das Zürcher Hotel Four Points by Sheraton in der Sihlcity wird von der RIMC Schweiz AG, Hotel Resort Management and Consulting, die Theophil Bucher gehört, im Franchise betrieben. Bucher ist zugleich Hoteldirektor. Die RIMC Schweiz AG ist eine Tochtergesellschaft der deutschen RIMC International Hotel Resort and Consulting GmbH, die im österreichischen Dornbirn bereits ein Four Points Hotel als Franchise-Nehmerin führt. *ROW*

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

hoteljob
 Ihre Stellenvermittlung
 hoteljob
 Monbijoustrasse 130
 Postfach, 3001 Bern
 Telefon 031 370 43 33
 Fax 031 370 43 34
 www.hoteljob.ch
 hoteljob.be@hotelieresuisse.ch
 hotelleriesuisse

pistor
 Gastronomie für zu Hause
 über a glass / glass
 www.pistor.ch

BAD & WELLNESS • BETT • TISCH • KÜCHE
 Domost-Tischwäsche
 100% gekämmte Baumwolle
 Vollzwingqualität mercerisiert.
 Weitere Dessins, Farben und Grössen auf Anfrage.
 PFEIFFER TEXTILE
 PFEIFFER TEXTILE GmbH
 CH-8753 Mels • Nestléstrasse 11 • Tel. 055 618 41 41
 Fax 055 618 41 00 • switzerland@pfeiffertextile.com

happy YOU
 MEHR KOMFORT?
 Leasen anstatt kaufen mit happy lease&sleep.
 happy systems
 I wett i hett es happy-Bett.
 Tel. 071 387 44 44, www.happy.ch

HESSER
Unternehmensberatung
für Hotellerie & Restauration

Haben Sie einen Betrieb zu verkaufen – zu vermieten oder suchen Sie einen Betrieb?

Wir sind die Drehscheibe für interessante Hotels und Restaurants.

Wir sind auch die Spezialisten für:

- Analysen und Gutachten
- Managementvermittlung
- Marketing / Verkaufsförderung
- Reorganisationen
- Neu- und Umbauprojekte
- Diskrete Abklärungen

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

Zu verkaufen in Locarno an sehr ruhiger Lage, wenige Schritte zur Piazza Grande.

HOTEL-GARNI
in einem antiken Gebäude.

21 Zimmer mit Dusche/WC, Restaurant mit Kamin, Bar mit Kamin, Grosser Gewölbekeller, welcher auch als Piano- oder Dancing genutzt werden kann. Gärten, private Parkplätze.
CHF 2 500 000.-

fideconto
LUGANO, Piazza Mercanzia
Tel. 091 756 02 70
Fax 091 756 02 71
www.fideconto.com

173202/386350

RE/MAX A VENDRE

Aigle Au pied du Château A vendre

Café-restaurant avec terrasse, proche centre-ville, sur passage, beaucoup, de cachet, facile d'accès, soit: pinte (30 pl.) – terrasse (30 à 40 pl.) – salle à manger (32 pl.) – pl. de parc – cuisine: installations récentes – 2 appartements – cave et dépôts – chiffre d'affaires intéressant.

Prix de vente: CHF 810 000.- (y comp. mobilier + machines + installations).

Vous cherchez à vendre ou à acheter un bien immobilier? Contactez-nous:
E-Mail: pierre.leimgruber@remax.ch

RE/MAX – Chablais
Av. Chevron 1 – 1860 Aigle
024 466 69 63
Autres renseignements: www.remax.ch

Gsell & Partner
Kompetenz in Hotellerie und Restauration

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

Zur sorgfältigen Arrondierung unseres eigenen Portfolios suchen wir in der Schweiz

Hotelbetriebe
mit Profil und Potenzial in Miete oder Kauf.

Bezüglich Standort und Grösse, Zustand, Ertragswert und Entwicklungsmöglichkeiten sind wir unvoreingenommen.

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

Gsell & Partner GmbH | Brünigstrasse 20 | 6005 Luzern
Telefon +41 (0)41 220 2000 | Telefax +41 (0)41 220 2001
info@gsellundpartner.ch | www.gsellundpartner.ch

Zu vermieten, romantisches

Tagescafé
im TG.

Miete Fr. 3150.-, Inventar Fr. 45 000.-
Auskunft erteilt 079 218 17 10

173539/433324

Exclusive Diving Resort
Urgent discount sale!

Emerald Tulamben Beach Hotel

1.86 Ha land and all facilities
Address: Tulamben, Karangasem, Bali
Phone: +62-363-22925, Fax: +62-363-22928
http://www.tulambenbali.com/

Commands both a spectacular ocean view and a breath taking view of Mountain Agung, the highest mountain of Bali, rising into the deep blue sky. On a secluded ocean front, just minutes away from famous diving point (Shipwreck).

Our hotel provides warm hospitality and brings you close to mother nature, both on the land and below the sea.
Only for buyer, not mediator. Established and owned by Japanese company
Please contact Takao INOUE:
tainoue@ra3.so-net.ne.jp
For more information: Gustav Buriel on
+41 (0) 44 313 15 34 or
gustav.buriel@bluewin.ch

173504/433323

Près Verbier – 4 Vallés, à vendre HOTEL-RESTAURANT

30 chambres, unique opportunité, pour centre commercial, collectivité ou entreprise. Fr. 2 900 000.-

Ecrire sous chiffre S 036-369086, à Publicitas S.A., case postale 48, 1752 Villars-s/Glâne 1.

173410/382708

htr AUS- UND WEITERBILDUNG/ANZEIGEN

Italienisch in Florenz
Spezialangebot:

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

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

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

169959/990239

Zu verkaufen: elektronische **Stempeluhren**

ab Fr. 598.-

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

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

zu verkaufen
Apres-Ski oder See BAR

mobiles Holzchalet mit Inventar, Becher, Möbel...
braucht keine Baubewilligung!

www.BARty.ch
078 802 84 49

Sprachaufenthalte

Gute Sprachreisen beginnen bei Annemarie+Rolf Frischknecht
Tel 044 926 39 58
www.sprachausbildung.ch

ICH POCHTE AUF MEHR BEWEGUNG. IHR HERZ.

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

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

jobs.htr.ch

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

«Heimliche Helden» der Hotels

■ **Housekeeping.** Kürzlich fand im Hilton Hotel Düsseldorf zum ersten Mal in der Geschichte von Hilton ein Housekeeping-Meeting statt. 86 Housekeeping-Manager aus 34 Ländern Europas und Afrikas trafen sich zum Erfahrungsaustausch. Jeden Tag übernachten etwa eine halbe Million Gäste in einem Hilton Hotel in Europa. Erholbarer Schlaf beruht auf einem sauberen und komfortablen Zimmer, betonten die Veranstalter des Meetings. Sie berufen sich auf eine Gästebefragung, an der 32 000 Hilton-Gäste 2006 in Europa und Afrika teilgenommen haben. Daraus ergab sich, dass 91% der Gäste, die mit der Sauberkeit des Zimmers sehr zufrieden waren, auch wiederkommen. Die Konferenz bot auch eine Plattform für den Austausch über umweltschonende Massnahmen. Thema war Hiltons «We care!»-Programm, in welchem jeder Mitarbeiter angehalten wird, bei der täglichen Arbeit umweltbewusst zu handeln, zum Beispiel durch strikte Mülltrennung. *KJV*

■ **Deutschland.** Angesichts der Preis-Raten in Deutschland sei es «ein Luxus, dort Luxushotels zu bauen», sagte Dirk Schuldes von der Eurohypo AG auf der «Europäischen Branchenkonferenz für Hotel- und Immobilien-Professionals» in München. Nur durch eine Mischnutzung mit Einzelhandel, Büros und Wohnungen seien Hotels in bester deutscher Innenstadtlage heutzutage überhaupt noch realisierbar. «Das gilt in weniger zentralen Lagen auch für Budget-Hotels.» *KJV*

Mischnutzung

■ **Hotel-Ausbau.** Die Hotel und Thermalbad Vals AG will den anhaltenden Publikuserfolg der Valsener Therme nutzen und nun auch den Hotelkomplex mit seinen 280 Betten architektonisch und funktionell auf Vordermann bringen. Geplant ist dabei die Integration eines Turms mit 80 Zimmern in die bestehende Bausubstanz. Der Ausbau soll – genauso wie bei der Therme – von Architekt Peter Zumthor realisiert werden. Die Kosten des Projekts belaufen sich auf 30 Mio. Franken. Dies bestätigte Pius Truffer, Verwaltungsratspräsident der Hotel und Thermalbad Vals AG, gegenüber der «Südostschweiz». Die konkreten Pläne für den Hotelausbau sollen gemäss Truffer erst im Frühling bekannt gegeben werden. Verhandlungen mit möglichen Investoren seien bereits im Gang. Truffer rechnet damit, dass sich private Investoren und die Gemeinde Vals, die Hauptaktionärin der Hotel und Thermalbad Vals AG ist, die Finanzierung teilen. *TL*

Ein 30-Mio.-Projekt in Vals

■ **St. Moritz.** Der italienische Unternehmer Luigi Zunino aus Mailand ist bei der Badrutts Palace Hotel AG in St. Moritz eingestiegen, der Besitzerin des Luxushotels. Zuninos Gesellschaft Risanamento kaufte 33% des Aktienkapitals für 28 Mio. Franken. Der Verwaltungsrat der Badrutts Palace Hotel AG hat dem Geschäft zugestimmt. Die Mehrheit des Aktienkapitals bleibt in den Händen der Familie Badrutts, den Nachkommen von Hotelgründer Johannes Badrutts. *TL/sda*

Aktienkauf

■ **St. Moritz.** Der italienische Unternehmer Luigi Zunino aus Mailand ist bei der Badrutts Palace Hotel AG in St. Moritz eingestiegen, der Besitzerin des Luxushotels. Zuninos Gesellschaft Risanamento kaufte 33% des Aktienkapitals für 28 Mio. Franken. Der Verwaltungsrat der Badrutts Palace Hotel AG hat dem Geschäft zugestimmt. Die Mehrheit des Aktienkapitals bleibt in den Händen der Familie Badrutts, den Nachkommen von Hotelgründer Johannes Badrutts. *TL/sda*

Geschäftsreisen

Was wollen Business-Travellers heute?

■ Geschäftsreisende sind wichtige Klienten der Hotelwirtschaft, aber ebenso schnell wie die Geschäftsprozesse der Wirtschaft ändern sich die Bedürfnisse dieser Reisenden. US-amerikanische Marktforscher haben Business-Travellers darüber befragt.

Harald Weiss

Die von der Marktforschungsagentur T&E Research im Sommer dieses Jahres durchgeführte Untersuchung wurde bei viel reisenden Business-Travellers durchgeführt und ergab interessante Veränderungen bei den Wünschen. Gefragt wurde, wie das ideale Hotelzimmer und das ideale Hotel sein sollen.

Kommunikation hat für diese Gäste allerhöchste Priorität

Mit einem klaren Votum von 86% wird der schnelle, breitbandige Internetzugang auf Platz eins der Wünsche an das «ideale Hotelzimmer» gesetzt. Mit kostenlosen Ortsgesprächen auf Platz zwei (73%), gefolgt von zuschlagfreien 1-800-Gesprächen (67%) nehmen die günstigen Kommunikationsmöglichkeiten die obersten drei Spitzenplätze ein. «Geschäftsreisende müssen in ständiger Verbindung mit ihrer Firma und anderen Geschäftspartnern sein – das hat konsequenterweise die allerhöchste Priorität vor allen sonstigen Annehmlichkeiten», kommentiert Howard Winter, Consultant für die Tourismusbranche in New York.

Die Minibar liegt mit 19% weit abgeschlagen auf dem elften Platz, wo-



■ **Lobby-Meetings.** In vielen New-Yorker Hotels hat sich die Lobby zu einer Art von offenem Konferenz- und Treffpunkt entwickelt.

Foto: Tasia Keetman

gegen sich der Roomservice mit 56% einen guten sechsten Platz sichern konnte. «Das Angebot der Minibar ist zu dürftig; Geschäftsreisende arbeiten heute häufig bis tief in Nacht auf ihren Zimmern und bestellen sich dann am liebsten einen Hamburger oder etwas Ähnliches, was sie nicht lange von der Arbeit abhält», sagt Loren Edelstein, verantwortliche Analystin bei T&E Research. Das passt zur Einstufung der gerade bei den Luxusketten heiss diskutierten Kaffeemaschine auf dem Zimmer, die mit 53% nahezu gleichauf mit dem Roomservice liegt. «Den Kaffee können und wollen sich die Gäste schnell selbst machen, doch Pommies, ein Salat oder der Burger sollen frisch aus der Küche kommen», lautet Edelsteins Erklärung für dieses Ranking.

Ähnlich interessant sind die Abstufungen bei den gewünschten Hotelrichtungen. So führt hier mit 84% ein direkt am Hotel gelegener kostenloser Parkplatz, während das von vielen US-Hotels so hoch gelobte Valet-Parken (vom Servicepersonal abstellen lassen) mit 29% auf Platz neun abgeschlagen ist. Dahinter liegen nur noch Spa-Anlagen (27%) und der Golfplatz (13%). Unter den Freizeiteinrichtungen nehmen nur die Fitness-Möglichkeiten mit 60% einen nennenswerten Platz vier ein.

Nach dem Parkplatz haben die Restaurants und Snackbars mit 81% den zweiten Platz. «Dieser Wert steht in einem direkten Zusammenhang mit dem ebenfalls hoch geschätzten Roomservice. Geschäftsreisende wollen abends nicht mehr lange durch eine ihnen unbekannte Gegend fahren, nur um ein Bier zu trinken oder eine Kleinigkeit zu essen», bemerkt Loren Edelstein.

Die Restaurationsrichtungen dominieren sogar über dem WLAN-Zugang in der Lobby, der mit 70% nur auf Platz drei landete. «Das sollte den Hoteliers zu denken geben», sagt Charles Golvin von Forrester Research zu dem deutlichen Unterschied zwischen Breitband auf dem Zimmer und WLAN in den öffentlichen Bereichen. «In der Lobby macht der WLAN-Zugang nur

dann Sinn, wenn das Hotel damit auf Strassengäste zielt, denn Hotelgäste arbeiten viel lieber auf dem Zimmer als in einer meist lauten Lobby», meint auch Howard Winter. Er verweist auf den Trend vieler New-Yorker Hotels, bei denen sich die Lobby zu einer Art offener Konferenz- und Treffpunkt entwickelt, wo immer mehr Verkaufspräsentationen, Projektbesprechungen und

andere Businessmeetings stattfinden. Manche Häuser, wie das «Giraffe» an der Park Avenue, bieten sogar Gratis-Kaffee an. «Wir verdienen gut an den zugehörigen Speisen und Getränken, welche die Strassengäste während oder nach den Besprechungen verzehren; da können wir den Kaffee und das Internet umsonst anbieten», bestätigt «Giraffe»-General-Manager Nalini Sirjoo.

Wünsche amerikanischer Business-Traveller

Das ideale Hotelzimmer bietet:	
1. Highspeed-Internet	86%
2. Kostenlose Ortsgespräche	73%
3. Zuschlagfreie 1-800-Gespräche	67%
4. Bügeleisen und Bügelbrett	65%
5. Morgenzzeitung aufs Zimmer	63%
6. Roomservice	56%
7. Kaffeemaschine	53%
8. Check-out am TV	49%
9. Zimmersafe	37%
10. Telefax im Zimmer	26%
11. Minibar	19%
12. Pay-per-view-Filme	18%

Das ideale Hotel bietet:	
1. Selbst-Parkplatz am Hotel	84%
2. Restaurationseinrichtungen	81%
3. WLAN in öffentl. Bereichen	70%
4. Fitness-Möglichkeiten	60%
5. Business-Center	58%
6. Bar oder Lounge	51%
7. Indoor-Schwimmbad	45%
8. Übernacht-Wäscheservice	34%
9. Valet-Parken	29%
10. Spa-Einrichtungen	27%
11. Golf	13%

Quelle: T&E Research

Anzeige

Ganz schön nah.

Produkte und Dienstleistungen im Paket, nach Schweizer Standard, für Schweizer Bedürfnisse: von ZETAG die Wäsche, von FIX/FREI den pünktlichen Wäschservice. Ganz in der Nähe.

Naheliegende Kombi-Angebote gibt's unter Telefon

0800 00 22 55

www.waeschelasing.ch



ZETAG
gastrotextilien



FIX
TEXTIL-SERVICE



FREI
TEXTIL-SERVICE

9213 Hauptwil
9496 Balzers
8304 Wallisellen

2,4 Mio. werden nachbezahlt

■ **Trinkgeld-Urteil.** Das Casino Luzern zahlt 200 seiner Angestellten Trinkgelder von insgesamt 2,4 Mio. Franken nach. Es hat ein Urteil des Luzerner Obergerichts akzeptiert und verzichtet auf den Gang ans Bundesgericht. In den Genuss dieser Trinkgeld-Nachzahlung kommen alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die 2002 und 2003 angestellt waren. Die Grand Casino Luzern AG will damit – gemäss Medienmitteilung – einen Schlussstrich unter eine Altlast ziehen, die das neue

Management nicht zu verantworten habe. Die Zahlungen sollen bis Ende Jahr erfolgen. Entsprechende Rückstellungen seien vorhanden, der aktuelle Geschäftsgang des Casinos werde dadurch nicht beeinträchtigt. Das Casino Luzern hatte in seinen ersten Betriebsjahren Trinkgelder nicht ausbezahlt und mit diesen anderweitige Aufwendungen finanziert. Zwei Angestellte hatten sich vor Gericht gegen die frühere Regelung gewehrt und nun Recht bekommen. **TL/lda**

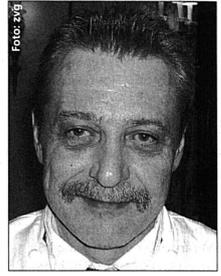
Ein Mrd.-Deal

■ **Four Seasons Hotels.** Micro-soft-Gründer Bill Gates und der saudi-arabische Investor Prinz Alwaleed wollen den kanadischen Hotelkonzern Four Seasons übernehmen. Sie bieten 3,7 Mrd. Dollar. Isadore Sharp, der Gründer und CEO von Four Seasons, will sich an dem Geschäft beteiligen. Das Unternehmen soll anschliessend von der Börse genommen werden. Four Seasons umfasst derzeit 70 Luxushotels in 31 Ländern und hat 25 Projekte in der Entwicklung. **TL/lda**

Der Thöringer «Löwen» ist wieder geöffnet

■ **Nik Gygax kocht wieder.** Letzten Montag feierte der 18-Gault-Millau-Punkte-Koch aus Thörigen Geburtstag. Als besonderer Freudentag dürfte ihm aber der Samstag vorher in Erinnerung bleiben. Da durfte er nämlich sein Restaurant wieder öffnen. Laut einer Pressemitteilung seines Anwalts Gerhard Roth hat man die nötige finanzielle Sicherstellung beim Konkursamt hinterlegt. Es sei ein Sanierungskonzept verabschiedet worden, welches es Nik Gygax ermögliche, im «Löwen» in

Thörigen langfristig kochkunst auf höchstem Niveau zu zelebrieren. Die Umsetzung des Konzeptes werde noch einige Monate in Anspruch nehmen, der Betrieb des Restaurants werde aber dadurch nicht beeinträchtigt, wie Roth schreibt. Noch am 1. November hat der Appellationshof des Kantons Bern Gygax' Einsprache abgewiesen und den Ende September eröffneten Konkurs bestätigt. Das Restaurant musste am Donnerstag und Freitag geschlossen bleiben. **RD**



Finanzkommission

SGH-Kredit für 2007 halbiert

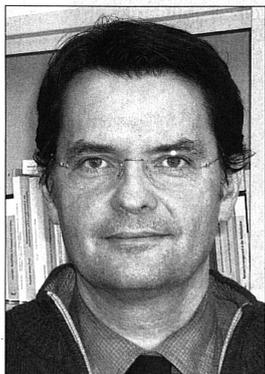
■ 10 statt 20 Mio. Franken: Die Finanzkommission des Nationalrats hat die Kredittranche für die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) reduziert.

Theres Lagler

Geht es nach der Finanzkommission des Nationalrats, erhält die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) im nächsten Jahr vom Bund nur 10 Mio. Franken statt der ursprünglich vorgesehenen 20 Mio. Franken. Andreas Deuber, Geschäftsführer der SGH, bedauert dies. «Das sind wichtige Mittel für die SGH. In der jetzigen Situation können wir aber nicht viel gegen eine Kreditkürzung machen, weil wir kurzfristig keinen Bedarf nachweisen können», erläutert er. Die SGH könne die Kreditnachfrage für die nächsten zwei bis drei Jahre dank ihrer guten Liquidität abdecken. Im Moment seien keine negativen Auswirkungen zu befürchten. Mittelfristig jedoch werde der Handlungsspielraum der SGH eingeschränkt.

Im nächsten Jahr steht eine Evaluation der SGH an

Peter Vollmer, Direktor von Seilbahnen Schweiz und selber Mitglied der Finanzkommission, glaubt nicht, dass die gestrichenen 10 Mio. Franken für die SGH verloren sind. Es werde lediglich nicht der ganze Rahmenkredit auf einmal freigegeben, da die Liquidität derzeit gewährleistet sei, so Vollmer. Der Entscheid sei im Einvernehmen mit dem Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) erfolgt. Die Finanzkommission des Ständerats berät nächste Woche darüber. Turbulente Zeiten stehen der SGH aber so oder so bevor: Das Seco muss im nächsten Jahr eine Evaluation der SGH vornehmen und dem Bundesrat Vorschläge für das weitere Vorgehen unterbreiten. «Wir sind gespannt auf diesen Analyse-Prozess und werden uns aktiv einbringen», hält dazu SGH-Chef Andreas Deuber fest.



■ **Andreas Deuber,** Geschäftsführer der SGH, bedauert die voraussichtliche Kürzung der Mittel. Foto: Theres Lagler

Wellnessmarkt

Wachstum möglich, aber schwierig

■ Der Wellnessmarkt bietet den Hoteliers ein noch unausgeschöpftes Potenzial. Damit der Betrieb rentabel arbeitet, braucht es allerdings einiges an Investitionen, Ideen und vor allem eine klare Positionierung. Fazit eines Fachseminars zum Thema Wellness und Rendite.

Christine Künzler

«In der Schweiz positionieren sich von den 5800 Hotels nur gerade rund 150 als Wellness- oder Kurhotels», hält Jürg Stettler, Leiter des Instituts für Tourismuswirtschaft an der HSW in Luzern fest. Dort fand am Dienstag ein Seminar zum Thema «Rentabilität und Kundenzufriedenheit in Wellnesshotels» statt. Ein Wellnessbetrieb erzielt einen Betriebsertrag von durchschnittlich rund 4 Mio. Fr. Doch der Anteil des Wellnessertrags am gesamten Betriebsertrag ist mit rund 5% gering.

Die Auslastung in Wellnesshotels ist mit gut 40% wenig höher als der Durchschnitt aller Hotels (38,7%). Indes ist das jährliche Wachstum höher (2,7%) als jenes aller Hotelbetriebe (1%). «Der wachsende Präventionsmarkt und die demographische Entwicklung sprechen dafür, dass das Wachstum in den nächsten Jahren eher zunehmen wird», so Stettler. Seine Prognose: 8% mehr Logiernächte bis 2010. Doch für den einzelnen wird das Kuchenstück kleiner: «Wir denken, dass es immer mehr Wellnessbetriebe geben wird.»

Prävention: ein vielversprechendes Potenzial

Stettler macht drei Segmente im Wellness-Angebot aus: Wellness light (mit Wellnessanlage) – das grösste Segment –, Wellness plus (zusätzlich professionelle Betreuung) und Medical Wellness (zusätzlich ärztliche und psychologische Betreuung). Der allgemeine Ent-



■ **Luzern.** Die drei Fachleute (v.l.) Jürg Stettler, Eveline Lanz-Kaufmann und Andreas Deuber gaben den Teilnehmenden neue, wichtige Erkenntnisse zu der Entwicklung des Wellnessmarkts mit auf den Weg. Foto: Christine Künzler

wicklungstrend gehe in Richtung Medical Wellness, so Stettler. Dieser Bereich wird am meisten wachsen, wenn auch auf tiefem Niveau. Rückläufig ist das Segment Wellness light, wie Schätzungen für die nächsten neun Jahre zeigen.

Die bisher relativ klare Trennung zwischen Prävention und Rehabilitation weiche sich auf. Der Markt für Präventionsangebote bietet ein vielversprechendes Potenzial, das sich gezielt nutzen lässt. «Die Angebote werden sich in den nächsten Jahren weiter differenzieren, so entstehen unterschiedliche Marktsegmente.» Sowohl Stettler als auch die Wellnessfachfrau Eveline Lanz-Kaufmann raten Hoteliers, den Betrieb klar zu positionieren und sich auf ausgewählte Gäste-segmente auszurichten (vergl. Box). «Investitionen und

Kooperationen werden in der Wellness-hotellerie an Bedeutung gewinnen».

Nicht alle Wellnesshotels sind rentabel zu führen

Sind Wellness-Hotels aber auch rentabel? Der Wellness-Bereich – von Hotels isoliert betrachtet – nicht, sagt Andreas Deuber, Geschäftsleiter der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit (SGH). Wellnesshotels mit einer optimalen Positionierung und Führung indes sind rentabel. Ferienhotels mit einer Wellnessanlage empfiehlt die SGH denn auch nur eine Investition in verhältnismässiger Höhe. Auf Wellness spezialisierte Hotels können gezielt investiert werden, vorausgesetzt: Lage des Hauses, Kompetenz des Personals stimmen

und Zimmerauslastung, Gastronomieumsatz und Zimmerpreis können gesteigert werden.

Die SGH zeigte Chancen und Risiken der einzelnen Wellnesskategorien auf. Thermenhotels, wie die Grand Hotels Bad Ragaz, haben den Vorteil, Tages- und Aufenthaltsgäste beherbergen zu können und einen Leistungsauftrag des Kantons zu erhalten, müssen aber viel investieren, um konkurrenzfähig zu bleiben. Auch Wellness-plus-Hotels haben einen hohen Investitionsbedarf und brauchen spezialisiertes Personal. Dafür können sie externe und Seminar-gäste generieren. Wellnesshotels, wie das «Rössli» in Weggis, haben einen mittleren bis hohen Investitionsbedarf und stehen unter einem zunehmenden Konkurrenzdruck. Sie können zwar von externen Eintritten profitieren und ihr Schwergewicht auf Anwendungen setzen, doch die Kosten für den Wellnessbereich lassen sich nicht auf die Logement-Preise abwälzen und es lässt sich keine Wertsteigerung in der Höhe der Investitionen erzielen. Ähnlich die Voraussetzungen für ein 4- und 5-Sterne Ferienhotel mit Wellnessanlage. Zudem ist es für ein solches Haus schwierig, «sich über die Anlage zu differenzieren».

Deubers Fazit: «Wachstum ist möglich, doch es braucht ein sehr professionelles Angebot.» Das zeigt sich auch im Benchmarking, das die SGH mit 21 Schweizer Wellnesshotels durchführt: Alle erwirtschaften in der Spartenrechnung Wellness positive Zwischenergebnisse, für mehr als die Hälfte sind die kalkulatorischen Fremdkapitalkosten und Ersatzinvestitionen gedeckt und ein Drittel kann einen wesentlichen Anteil an den Eigenkapitalkosten erwirtschaften.

Wellnesshotel: Der Internet-Auftritt wird zum Erfolgsfaktor für die Buchungen

■ Die Wellnessfachfrau Eveline Lanz-Kaufmann hat Gäste von 12 Schweizer Wellfeeling-Hotels befragt und ist so zu interessanten Ergebnissen gelangt.

Eine klare Aussage: Der Internetauftritt wird zunehmend wichtiger. 31% der Gäste wählen ihr Hotel aufgrund des Internetauftritts. Vor fünf Jahren taten das lediglich 15% der Gäste. An zweiter Stelle steht die Mund-zu-Mund-Propaganda.

Wellness am Wochenende wird zunehmend beliebter: 46% der Befragten bleiben ein bis drei Tage (2001: 39%). Jedoch buchen 6% mehr als vor fünf Jahren zwischen vier und sieben Tagen. Das Durchschnittsalter bleibt mit 48 Jahren stabil. Der Anteil an Gästen mit Hochschulabschluss hat sich massiv gesteigert: von 20% im 2001 auf 33% im 2006. Mit Abstand die meisten Gäste kommen in Be-

gleitung ihres Partners, ihrer Partnerin (53%). Der Anteil Alleinreisender hat abgenommen. Für immer weniger Gäste ist Wellness das Hauptmotiv, um im Wellnesshotel Ferien zu machen. Auch der Anteil an Kur- und Gesundheitsgästen ist rückläufig. Für 43% der Befragten steht die Erholung im Vordergrund. 92% der Wellnessgäste wollen in erster Linie geniessen, dann Sport treiben. Die meisten benutzen täglich einmal die Wellnessanlage – 33% mindestens drei Stunden. Die Befragten möchten in modernen komfortablen Zimmern, in einer ruhigen, erholsamen Atmosphäre logieren, legen Wert auf eine gute Lage des Hotels und möchten kostenlose Zusatzleistungen, ein Schwimmbad, eine Wellnessanlage mit langen Öffnungszeiten und grossen Ruheräumen vorfinden. Gefragt sind

Nichtraucherzonen und -zimmer. Wellnessgäste sind zufriedene Gäste, wie die Umfrage zeigt. Am wenigstens zufriedenen sind sie mit dem kulturellen Angebot – was aber den meisten Befragten nicht besonders wichtig ist. Zudem hätten sie gerne mehr Gesundheitstipps für zuhause.

Unausgeschöpftes Potenzial liegt bei den männlichen Gästen – bis jetzt ist Wellness ein Frauenthema, bei den Gästen aus Deutschland, bei den Über-60-Jährigen und bei Familien (zu wenig kindergerechte Angebote). Neue Ideen sind gefragt, um die Wochenmitte auszulasten. Die Hoteliers können dem hohen Bildungsniveau der Gäste besser gerecht werden und generell dafür sorgen, dass die Gäste ihren Wunsch nach Genuss und Erholung erfüllt bekommen. **CK**

Silvio Hofmann

«Take-away ist interessant»

Die Transgourmet Schweiz AG hat ihren ersten Growa-Markt in Stadtlage eröffnet. Geschäftsführer Silvio Hofmann sieht im Take-away- und Gewerbe-segment grosses Potenzial. Er schätzt, dass ein Drittel der Gastro-Kunden aus dem Take-away stammen werden.

Gudrun Schlenzcek

Sie sprechen bei dem neuen Growa-Markt hier in der Stadt Bern von einem Pilotprojekt. Was ist der Pilotcharakter an dem Abholgrossmarkt? Das ist mit 3700 m² unser bislang grösster Growa-Markt. Die anderen vier Growa-Märkte bieten zwischen 1500 m² bis 2200 m². Die Grösse entspricht eigentlich einem Prodega-Markt. Der Gastrokunde erhält das Prodega-Vollsortiment. Pilotcharakter hat zweitens die Stadtnähe. Wir sind so näher beim Kunden. Vor allem die vielen Take-away-Anbieter sind hier ein interessantes Kundensegment.

Warum hat man sich nicht gleich für einen Prodega-Markt entschieden? Wir haben in einem Umkreis von 40 Kilometern bereits drei Prodega-Märkte. Diese sind exklusiv für das Gastgewerbe und den Detailhandel. Deshalb sehen wir für uns ein grosses Potenzial bei den Gewerbekunden, die bei Growa ebenfalls einkaufen können.



Im neuen Growa-Markt Bern. Geschäftsführer Silvio Hofmann rechnet mit vielen Kunden aus dem Take-away-Segment. Foto: Gudrun Schlenzcek

«EIN GROSSES POTENZIAL BEIM GEWERBEKUNDEN SIND DIE KLEINEN VERPFLEGUNGSECKEN.»

Wo sehen Sie das Potenzial beim Gewerbe vor allem? Ein grosses Potenzial beim Gewerbe-kunden sind die kleinen Verpflegungsecken in den Gewerbebetrieben, die so genannten Betriebskioske. Zudem macht das Gewerbe viele Apéros, Vernissagen und Ähnliches, die heute zum Networking gehören und einen entsprechenden Verpflegungsbedarf haben.

Was erwarten Sie hier punkto Kundenstruktur? Wie hoch wird der Anteil des Gewerbes sein? Der Anteil der Gewerbekunden wird voraussichtlich 40 Prozent ausmachen, und 60 Prozent Gastgewerbe und Lebensmittelhandel.

Ist der Anteil des Gewerbekunden in Bern grösser? In den anderen vier Growa-Märkten ist zirka jeder zweite Kunde ein Gewerbetreibender. Der höhere Anteil Gastrokunden liegt daran, dass wir hier in der Stadt Bern mit vielen Kunden aus dem Take-away-Segment rechnen. Für diese haben wir spezielle Produkte im Sortiment, zum Beispiel Einweggeschirr. Take-away ist für uns ein riesiges Marktsegment.

Zur Person

Silvio Hofmann ist Geschäftsführer des neuen Growa-Marktes in Bern und gelernter Koch. Nach dem Besuch der Hotelfachschule Luzern hat der heute 36-jährige Vater von zwei Kindern bei verschiedenen Systemgastronomen – Gastrag, Mövenpick, McDonald's – gearbeitet. Die letzten fünf Jahre war er Mitarbeiter von Cash & Carry Prodega, zuletzt als Geschäftsführer des CC Prodega in Biel. CC Prodega gehört wie CC Growa zur Transgourmet Schweiz AG. GSG

Welche Bedeutung werden Take-away-Kunden im Growa Bern haben? Ein Drittel der Gastkunden wird sicher aus dem Take-away-Segment stammen. Take-away-Betriebe sind oft Kleinstbetriebe mit wenig Lagerfläche. Da sind wir sozusagen das Lager, was wir ja auch für die Gastronomie sein wollen.

Wie viel spart ein Gastronom, wenn er – statt die Waren im Lager zu hüten – regelmässig im CC einkauft? Das hängt natürlich sehr vom Betrieb und vom Standort ab. Aber gemäss meinen Erfahrungen liegen Einsparungen von 1000 Franken pro Monat schnell mal drin, auch aufgrund tieferer Einkaufspreise im Vergleich zum Belieferungshandel.

Sollen dem Pilot noch weitere Growa-Märkte in Stadtnähe folgen? Weitere Projekte werden geprüft.

Setzt Sie das Zusammengehen von Migros mit CC Angehörn unter Expansionsdruck? Es ist ein guter Schachzug, dass unser Konkurrent jetzt mit Migros zusammengeht. Doch der Kuchen ist bereits mehr oder weniger verteilt. Die neue Partnerschaft gibt uns eigentlich nicht mehr Druck. Wir sind klar Marktleader und werden in den nächsten Jahren noch den einen oder anderen Markt eröffnen.

Sie sagen der Kuchen ist verteilt. Wo gibts dann noch Wachstum? Der klassische Gastgewerbekuchen ist für den Abholgrosshandel ausgeschöpft. Dank unserer zwei Cash & Carry-Linien haben wir jetzt aber Wachstum beim Gewerbe. Unsere Mitbewerber haben das nicht. Beim Gastgewerbe wiederum muss man dem Wandel zum Take-away gerecht werden. Wenn man das nicht macht, fehlen einem ein Drittel der Verkaufszahlen.

Welche Produkts forcieren Sie? Das Wein- und Mineralwassersegment haben wir stark ausgebaut und bieten

heute 350 bis 400 Weine. Wir bieten direkt Importiertes und Eigenabfüllungen im Bereich Wein an, die entsprechend preiswert sind. Für viele Wirte ist es schwierig, teure Weine zu verkaufen. Dazu kann man bei uns aus rund 60 Whisky- und 40 Grappasorten auswählen.

Kaufen bei Ihnen nur preisbewusste Gastronomen? Ich glaube, wir dürfen sagen, dass bei uns auch die meisten Spitzgastonomen reinschauen. Wer sich die Belieferung leisten kann, lässt sich die Ware ins Haus bringen. Aber der Einkauf bei uns kann auch eine Qualitätsfrage sein: Im Cash & Carry kann ich die Ware aussuchen, vor allem im Frischebereich ist das sehr wichtig. Unsere Märkte werden zweimal am Tag mit Gemüse beliefert.

Wie steht es mit Bio-Produkten? Gastronomen, die auf Bio-Produkte setzen, kaufen direkt lokal ein. Wir haben jedoch hier im Growa-Markt Bern pilotmässig ein Bio- und Wellness-Sortiment eingeführt, vor allem im Trockenbereich, wie etwa Bio-Teigwaren. Als Wellness-Produkte offerieren wir beispielsweise diverse aromatisierte und angereicherte Mineralwasser. Eine wichtige Zielgruppe im Wellness-Segment sind die Fitness-Studios.

Der neue Growa-Markt

Nach einjähriger Bauphase eröffnete die Transgourmet Schweiz AG am Dienstag ihren fünften und bis anhin grössten Growa-Markt in Bern-Bethlehem. Die Gesamtinvestition beläuft sich auf 16 Mio. Franken. Auf einer Verkaufsfläche von 3700 Quadratmeter bietet der Abholgrossmarkt rund 15 000 Artikel. Allein auf den begehrten Kühlschränke «Cool Way» entfallen 500 Quadratmeter. Der SCB wurde als Partner-Club für Kundenevents gewonnen. GSG

KURZ UND BÜNDIG

Dritte Nacht der Bars ein Erfolg

Auch die dritte Lange Nacht der Hotelbars in Zürich am letzten Samstag war ein grosser Erfolg. Gut 1200 Nachtschwärmer haben in den Hotelbars von zehn Zürcher Vier- und Fünf-Sterne-Hotels bis in die frühen Morgenstunden gefeiert. Die nächste Lange Nacht der Hotelbars findet am Samstag, 3. November 2007 statt. Infos: www.langenachterhotelbars.ch. GSG

Das waren fast 50 Prozent mehr als im letzten Jahr. Möglicher Grund: Die Messe hat man vom Frühsommer auf den Herbst verlegt. 250 kleinere und mittlere Produzenten aus allen Teilen der Schweiz präsentierten auf einer Fläche von 8000 m² einheimische Produkte. Nächste Goûts & Terroirs: 31. Oktober bis 4. November 2007. GSG

Nestlé und Cola zu Konkurrenten

Nestlé und The Coca-Cola Company lösen ihr Joint-Venture zur Entwicklung von trinkfertigem Kaffee und Getränken wieder auf. Beide Unternehmen wollen das grosse Potential dieser Segmente mit eigenen Innovationen nutzen. Gemeinsam weiter bearbeiten will man nur noch den Bereich der trinkfertigen Schwarztee-Getränke. GSG

Goûts & Terroirs: Besucherrekord

Über 35 000 Besucher aus der ganzen Schweiz kamen an die siebte Goûts & Terroirs vom 1. und 5. November 2006.

Anzeige



Ein Bisschen Provence

...ideal für die kalte und warme Küche.

Bel Suisse SA
Hinterbergstr. 15
CH-6330 Cham
Tel: 041 748 73 10
Fax: 041 748 73 11

belieblich bei Ihren Grossisten und Cash&Carry Märkten

belFoodservice

Landal Green Parks

Potenzieller Riese betritt die Schweiz

■ Landal ist der holländische Marktführer für Ferienparks. Seit einigen Jahren wird die Expansion in Europa vorangetrieben – mit total sechs Projekten auch in der Schweiz. Als Erstes wird sich Landal ab Sommer 2007 um die Reservationen und Vermarktung in Morschach kümmern.

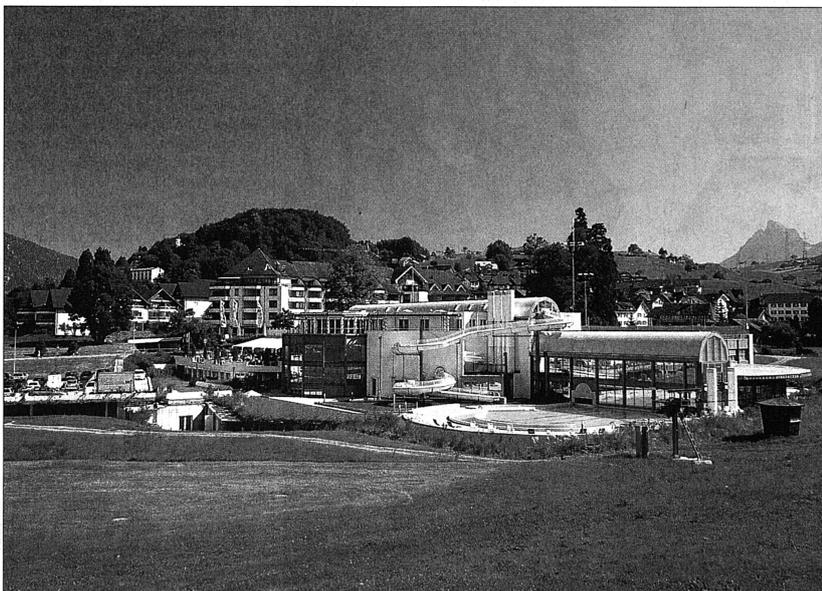
Alex Gertschen

Der Wettbewerb der Marktwirtschaft, er nimmt und er gibt. Seine Anforderungen und seine Hektik rauben den Menschen die Zeit und Ruhe, um soziale Beziehungen und insbesondere die Familie zu pflegen. Doch ebenso bringt er Unternehmen hervor, die aus diesem Verlust ein Geschäft machen. «Unsere Parks sind der Ort, wo die Menschen ihr Bedürfnis nach Rückzug und Zusammensein – zumindest während der Ferien – befriedigen können», sagt Alex Lolkemar, Regionen-Manager von Landal Green Parks in Österreich, Ostdeutschland und der Schweiz.

Landal ist der holländische Marktführer in der Entwicklung, Verwaltung und Vermarktung von Ferienparks. Seitdem das Unternehmen vor rund sechs Jahren im Heimmarkt an Wachstumsgrenzen gestossen ist, expandiert es im nahen Ausland. «Unsere wichtigsten Märkte sind Holland und Deutschland. Alle Destinationen, die von dort aus innerhalb einer Tagesreise bequem erreichbar sind, kommen für uns in Frage», erklärt Rob Feirabend, Landals Direktor für Projektentwicklungen.

Ab 2007 auch in der Schweiz präsent

2001 und 2002 gingen die ersten Ferienparks in Tschechien respektive Österreich in Betrieb. Ab dem kommenden Sommer wird sich Landal um die Reservationen und die Vermarktung des neuen, zweiten Feriendorfes im Swiss Holiday Park in Morschach kümmern. Betrieben wird es, wie bereits das bestehende Dorf, vom Swiss Holiday Park selber. Genau gleich wird sich die Aufgabenteilung im grösseren, 2008 fertig gestellten «Landal Resort Walensee» gestalten: Landal wird Reservation und Vermarktung, der Projektentwickler (ein deutsch-holländisches Konsortium) die Verwaltung übernehmen (vgl. Kasten zu Schweizer Projekten). Im Gegensatz dazu soll der geplante Ferienpark in Klosters von Landal ver-



■ Erstmals in der Zentralschweiz. Ab kommendem Sommer wird sich Landal um die Reservationen und die Vermarktung des neuen, zweiten Feriendorfes im Swiss Holiday Park in Morschach kümmern.

Foto: zvg

waltet und vermarktet werden. Hinter diesem Projekt steht allerdings noch ein grosses Fragezeichen: «Wir wissen, dass es wirtschaftlich, nicht aber, ob es auch politisch machbar ist», sagt Feirabend. Wenn die Baugenehmigung wie erhofft spätestens bis Ende 2007 vorliegt, könnte die Anlage womöglich noch im Dezember 2008 eröffnet werden. Weitere Projekte werden im Berner Oberland, in der Zentralschweiz und in Graubünden verfolgt. Aufgrund laufender Verhandlungen will Feirabend aber noch keine detaillierte Auskunft geben.

Verschiedene Geschäftsmodelle und Partner

Die Schweizer Projekte machen deutlich, dass Landal über verschiedene Geschäftsmodelle verfügt. Im dritten Modell, neben der ausschliesslichen Vermarktung sowie der Vermarktung und Verwaltung aus einer Hand, tritt Landal auch als Eigentümer auf. «Unsere Stärke ist aber eindeutig die Vermarktung», stellt Feirabend klar.

So verschieden wie die Geschäftsmodelle sind auch die Hintergründe,

welche jeweils zu den konkreten Projekten führen. Regionen-Manager Alex Lolkemar nennt zwei Beispiele aus Österreich, bei denen mit einer Generalunternehmung respektive mit einer Baufirma sowie dem Steuerberater eines reichen Privatinvestors zusammengearbeitet worden sei. Die Partner hätten Land gekauft, einen Ferienpark gebaut und die einzelnen Wohnungen an Dritte weiterverkauft. Landal sei während allen Phasen involviert gewesen und habe schliesslich den Betrieb übernommen. In Ostdeutschland dagegen sei ein bereits bestehender Park übernommen worden. «In der Regel investieren wir aber nicht in Immobilien, sondern in deren Betrieb und Vermarktung.»

Lolkemar stellt fest, durch die Projekte in Morschach und am Walensee seien «auch die Leute in der Schweiz» auf Landal aufmerksam geworden. Und Rob Feirabend fügt an, gerade auch Behörden gehörten zu den potenziellen Projektentwicklern. Er schliesst nicht aus, über die laufenden sechs Projekte hinaus in der Schweiz weitere Engagements einzugehen.

Für den hiesigen Tourismus ist Landal deshalb interessant, weil in den Parks ausserhalb von Holland rund 95 Prozent der Gäste von eben dort kommen. Bislang sind alle Ferienparks denn auch auf das holländische – und deutsche – Publikum ausgerichtet worden. Zu den weiteren Zielgruppen gehören zurzeit noch weniger die

Schweizer (entsprechende Marktforschungen sind in Gang) als vielmehr die Briten und Skandinavier.

Kooperationspotenzial noch nicht ausgeschöpft

Diesbezüglich kommt Landal zugute, eine Tochtergesellschaft der riesigen Tourismus-Unternehmung Wyndham Worldwide zu sein (vgl. Box). «Mit unseren Schwestergesellschaften Novasol aus Dänemark und English Country Cottages arbeiten wir sehr eng zusammen», sagt Feirabend. Novasol besitzt ein dichtes Netz von Reisebüros, in welchen Landals Produkte prominent angeboten werden, und Ferienparks werden zum Teil gemeinsam gebaut.

Aus Alex Lolkemars «ganz persönlicher Sicht» ist das Kooperationspotenzial innerhalb der Wyndham-Gruppe noch längst nicht ausgeschöpft. Novasol sei zum Beispiel in der Schweiz noch nicht vertreten. Bei einem möglichen Einstieg wäre der bis dahin aufgebaute Kundenstamm Landals von grösstem Nutzen.

Der Vorteil der Grossen – und der ganz Kleinen

Es ist also ein potenzieller Riese, der mit Landal die Schweiz betritt. Haben die kleinen Anbieter da überhaupt noch eine Chance? «Grundsätzlich wird es immer schwieriger», glaubt Lolkemar. «Die Gäste fordern ein immer vielfältigeres Angebot, und nur grosse Unternehmen können die damit verbundenen Kosten brei streuen.» Jene Kleinen allerdings, die genau das böten, was die Grossen nie könnten, «das familiäre Ambiente oder Hausmutter Küche, zum Beispiel», die würden auch in Zukunft eine Nische besetzen.

Landals Projekte in der Schweiz

– Feriendorf im Swiss Holiday Park, Morschach¹

Zeitplan: Eröffnung am 27. Juli 2007
Bauvolumen: 14 Mio. Franken
Investor: Swiss Holiday Park
Anzahl Wohnungen/Betten: 42/256
Ziel Anzahl Logiernächte: 60000
Betrieb: Swiss Holiday Park
Vermarktung/Reservation: Landal Green Parks

– Ferienpark «Resort Landal Walensee» in Unterterzen am Walensee²

Zeitplan: Eröffnung frühestens im Sommer, spätestens im Winter 2008
Bauvolumen: 80 Mio. Franken
Investoren: Dormio (NL) und eps GmbH (D)

Anzahl Wohnungen/Betten: 162/850 (inkl. Hotel)
Ziel Anzahl Logiernächte: 180000
Betrieb: Resort Walensee AG (ohne Beteiligung von Landal Green Parks)
Vermarktung/Reservation: Landal Green Parks

– Ferienpark «Landal Klosters»³

Zeitplan: Bis Ende 2007 definitive Baugenehmigung, Eröffnung frühestens Ende 2008
Bauvolumen: keine Angaben
Investor: niederländische Privatinvestoren und Banken

Anzahl Einheiten (Chalets und Wohnungen): 90
Ziel Anzahl Logiernächte: keine Angaben
Betrieb: Landal Green Parks
Vermarktung/Reservation: Landal Green Parks
Zudem wird je ein Projekt im Berner Oberland, in der Zentralschweiz und in Graubünden verfolgt. AG

¹ Eröffnung ursprünglich für Pfingsten 2007, also 28. Mai 2007 geplant, aber wegen Stahlmangel und Furcht vor langem Winter und deshalb verkürzter Bauzeit verschoben (Lolkemar).
² 61 der 162 Wohnungen sollen verkauft – aber ebenfalls vermietet werden.
³ Zurzeit noch Machbarkeitsstudie (klar: wirtschaftlich machbar, aber: politisch auch?)

Tochtergesellschaft eines Firmenimperiums

■ Landal Green Parks ist in der Entwicklung, Verwaltung und Vermarktung von Ferienparks tätig. Zurzeit verfügt Landal über insgesamt 59 Parks: 44 in den Niederlanden, 7 in Deutschland, 4 in Österreich, 3 in Belgien und 1 in Tschechien. In der Schweiz wird der erste Park im kommenden Sommer eröffnet, fünf weitere Projekte sind in Planung (vgl. obestehende Box). 2005 erwirtschaftete das Unternehmen mit Hauptsitz in Leidschendam (NL) mit 2500 Beschäftigten einen Umsatz von 191 Mio. Euro. 1,7 Mio. Gäste verbrachten insgesamt 8,6 Mio. Logiernächte in den Parks. Für das laufende Jahr wird für alle drei Kennzahlen ein Wachstum von rund 10 Prozent erwartet. Landal ist Teil eines veritablen Firmenimperiums.

Das Unternehmen ist eine von 25 Tochtergesellschaften der RCI Global Vacation Network Group. In diesem Netzwerk sind Eigentümer, Entwickler, Vermarkter und Betreiber von weltweit über 55000 Ferieneinrichtungen zusammengeschlossen. RCI gehört zur amerikanischen Wyndham Worldwide, die als weitere Geschäftsbereiche die Wyndham Hotel Group (u.a. Ramada) und Wyndham Vacation Ownership (Ferieneigenheime) führt. Die Wyndham-Gruppe wurde erst dieses Jahr von Candant (neu: Avis Budget Group) abgespalten und erzielte im ersten Halbjahr 2006 einen Umsatz von 1,8 Mrd. Dollar und einen Gewinn (vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen) von 348 Mio. Dollar. AG

Anzeige

Das einzige SelfCooking Center® der Welt



Weltneuheit

Beispiel Braten:
Egal ob Rind oder Schwein, Lamm oder Wild, gross oder klein, geschmort oder gebraten, Voll- oder Teilbeschickung:
Einfach nur  wählen
Wunschergebnis bestimmen
Fertig!
Zeit für das Wesentliche

Testen Sie selbst! Jetzt anmelden zum kostenlosen TeamGaren Live Seminar und Club RATIONAL unter www.rational-schweiz.ch

RATIONAL Schweiz
Tel. +41 62 7973444, Fax +41 62 7973445
E-mail: info@rational-schweiz.ch



FOKUS 16
Schweizer Käse | 22 Käsesorten wurden an der Swiss Cheese Awards prämiert. Darunter auch der «Müthli-stein» von Willi Schmid.



FOKUS 17
Abfallentsorgung | Damit Abfallsäcke und Container das Ortsbild nicht stören, setzen gewisse Tourismusorte auf Unterflurbehälter.



PLATTFORM 18
Ratgeber | Wer einen fetten Bonus erwartet, darf nicht vergessen, dass auch fette Einkommenssteuern anfallen werden.



Weinausbildung

«Wir wollten nie ein exklusiver Club sein»

■ Das Masters of Wine Institut in London bietet einen der höchsten Titel an, den man im Bereich Weinwissen erlangen kann. Seit kurzem ist Joanna Locke Präsidentin des Institutes. Sie möchte, dass es mehr Masters of Wine gibt, speziell in der Gastronomie.

Renate Dubach

► Seit ein paar Wochen leiten Sie das Institut der Masters of Wine (MW). Wo setzen Sie Prioritäten?
 Wir haben viele Veränderungen erlebt in letzter Zeit. Ich werde im kommenden Jahr versuchen, unsere Tätigkeiten insgesamt zu verbessern. Zum Beispiel überprüfen wir unsere Ausbildung, den Lehrplan und die Prüfungen. Wir müssen die Studierenden noch besser unterstützen und unsere Professionalität erhöhen. Die Masters of Wine, die bei uns im Institut mitarbeiten, tun dies unentgeltlich, in ihrer Freizeit, sie haben meist einen Vollzeitjob.

► Was sind Sie denn hauptberuflich?
 Ich bin Weineinkäuferin bei der «Wine Society», einem Weinhandelshaus.

► Sind Briten nicht eher Biertrinker?
 Es hat sich viel verändert bei uns in den letzten paar Jahren. Die Qualität der Weine in Pubs und einfachen Restaurants hat sich enorm verbessert. Heute wollen viel mehr Leute als früher ein Glas Wein zum Essen trinken, die Pub- und Restaurantbesitzer haben sich der Situation angepasst. Die Technik dahinter hat ebenfalls Fortschritte gemacht, man bekommt kaum noch ein Glas Wein im Offenausschank, das oxidiert ist.

► Wie kamen Sie zum Wein?
 Durch die französische Sprache. Ich studierte Französisch an der Uni, und da war ein Auslandsjahr in Frankreich obligatorisch. Mich verschlug es ins Loire-Tal, und da entdeckte ich, dass Wein etwas sehr Wichtiges war für die Menschen dort. Das faszinierte mich – und brachte mich auf die Idee, mich professionell mit Wein zu beschäftigen.

«HEUTE WOLLEN VIEL MEHR LEUTE ALS FRÜHER EIN GLAS WEIN ZUM ESSEN TRINKEN.»

► Dann haben Sie beschlossen, die schwierigste Ausbildung auf dem Gebiet anzupacken und MW zu werden?
 Es gibt enorm viele sehr schwierige Ausbildungen zum Thema Wein, aber in Grossbritannien, wo ich ja lebe, ist es bestimmt die schwierigste, das stimmt. Die Ausbildung zum Master-of-Wine-Diplom unterscheidet sich von anderen Ausbildungen, die eher technisch ausgerichtet sind – Ausbildungen zur Önologin oder Winzerin etwa. Unsere Ausbildung ist breiter, sie deckt alle Aspekte des Weines ab von der Produktion bis zur Vermarktung. Sie ist schwieriger, weil es je nach Berufserfahrung fast immer ein Gebiet gibt, von dem man keine Ahnung hat. Ich begann mit Kursen des Wine & Spirit Education Trust, eines Institutes das in London beheimatet ist, aber weltweit Ausbildungen anbietet. Ich hörte vom MW-Diplom, und es war bald klar, dass ich es wollte. 1990 schaffte ich es dann.

► Ist es nicht ein bisschen paradox, dass ausgerechnet ein britisches Weindiplom in Europa diesen hohen Ruf

geniesst? Grossbritannien ist ja nicht unbedingt ein Weinland.
 Ich denke das kam deshalb, weil der Weinhandel in Grossbritannien schon immer ein gutes Geschäft war. Beziehungen zu Weinländern wie Frankreich und Portugal bestehen seit Jahrhunderten. Sherry und Madeira zum Beispiel wurden im Fass nach England transportiert und dort abgefüllt. Wir haben vielleicht das grösste Weinangebot in ganz Europa, die Weinproduktion hingegen ist winzig. Die Ausbildung gründet auf der langen Tradition, die wir im Umgang mit Wein haben, und auf der Begeisterung, die wir dafür haben.

► Jetzt möchten Sie, dass es noch mehr MWs in noch mehr Ländern gibt?
 Ja, genau. Das MW-Institut verfolgt seit einigen Jahren das Ziel, sich von London aus weltweit auszudehnen. Eigentlich geschieht dies auch, seit 1988, seit wir mit dem Australier Michael Hill-Smith einen ersten nicht-britischen MW haben. Heute gibt es 257 Masters of Wine, ein Drittel davon ist nicht britisch. Die heutigen Studierenden kommen bereits zu rund 70 Prozent von ausserhalb Grossbritanniens.

► Warum brauchen wir mehr MWs?
 Wir sehen die MWs als Botschafter der Weinindustrie. Je mehr es von uns auf dem Erdball verteilt gibt, desto besser können wir diese Aufgabe erfüllen. Eines unserer Hauptziele ist das Coaching von allen, die sich näher mit Wein befassen. Man könnte sagen, wir bilden die «wine leaders» der Zukunft aus.

► Glauben Sie, dass Ihr Institut die Qualität der Weine positiv beeinflusst?
 Davon bin ich überzeugt. Entweder durch einzelne MWs, die selber in der



■ Joanna Locke. Die Präsidentin des renommierten Londoner Masters-of-Wine-Institutes möchte weltweit mehr Masters of Wine. Foto: Renate Dubach

Fortsetzung auf Seite 15

Anzeige

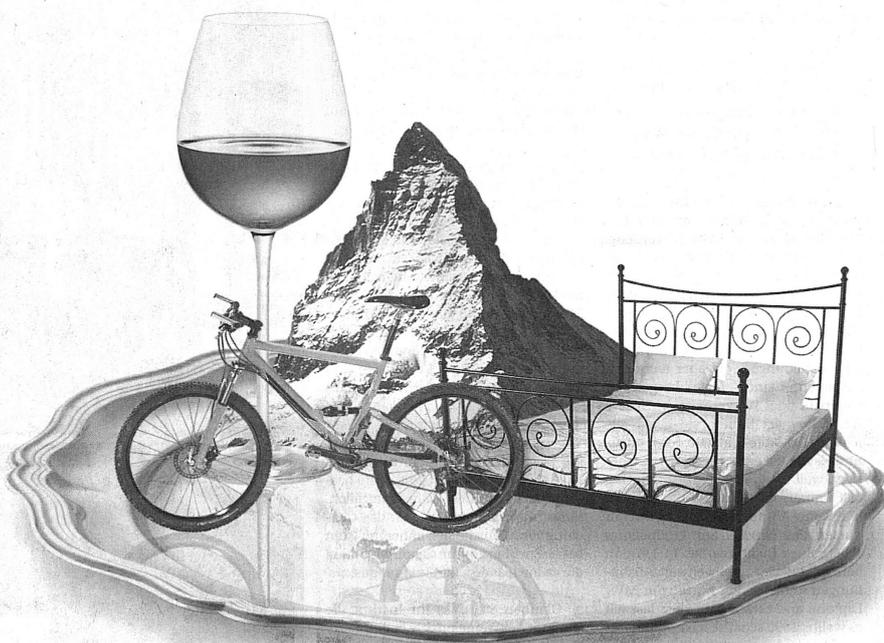
In Aktion bei Ihrem Getränkeshändler vom 6. – 24. November 2006
 En action chez votre grossiste en boissons du 6 au 24 novembre 2006

 <p>Nestea Lemon, Lemon Light, Peach, Red Fruits 1.5l PET</p> <p>CHF 0.23 Discount/ pro Flasche par bouteille</p>	 <p>VALSER Classic, VALSER Naturelle 0.33l, 0.5l, 0.75l, 1.0l Glasflaschen/ bouteille de verre, PET</p> <p>CHF 0.10 Discount/ pro Flasche par bouteille</p>	 <p>VALSER Classic, VALSER Naturelle 1.5l PET</p> <p>CHF 0.15 Discount/ pro Flasche par bouteille</p>
 <p>VALSER Viva Birne & Melisse, Limette & Zitronengras, Zitrone & Kräuter 1.0l PET</p> <p>CHF 0.20 Discount/ pro Flasche par bouteille</p>	 <p>VALSER Viva Birne & Melisse, Limette & Zitronengras, Zitrone & Kräuter 0.5l PET</p> <p>CHF 0.10 Discount/ pro Flasche par bouteille</p>	<p>customer line: 0848-coca cola 0848-2622 26 www.cokeonline.ch</p>

Bestellungen direkt bei Ihrem Getränkeshändler oder bei Coca-Cola Beverages AG
 Commandez directement chez votre grossiste en boissons ou chez Coca-Cola Beverages SA

Profis lesen die htr.

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



Ja, ich bestelle die hotel+tourismus revue:

- Schnupperabo, Fr. 25.- (10 Ausgaben)
- Jahresabo, Fr. 145.-
- 2-Jahresabo, Fr. 255.-

(Preise Inland, inkl. MwSt)

Name: _____ Vorname: _____

Firma: _____ Tel. tagsüber: _____

Strasse/Nr. _____

PLZ/Ort: _____ E-Mail: _____

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

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



htr

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

«Wir wollten nie ein exklusiver Club sein.»

Fortsetzung von Seite 13

Weinherstellung involviert sind, oder durch solche, die als Berater bei der Weinproduktion oder der -vermarktung arbeiten. Sie beeinflussen die Qualität und die Richtung der Weinproduktion direkt. Es gibt auch viele einflussreiche Weinjournalisten und Ausbilder.

► Sind MWs für die Gastronomie nützlich?

Sehr sogar. Es gibt eine ganze Anzahl von MWs, die Master Sommeliers sind. Und zurzeit gibt es einige Sommeliers, die sich zum MW ausbilden lassen. In Grossbritannien gibt es ein paar MWs, die Restaurants und Hotels bei der Zusammenstellung ihrer Weinkeller beraten und das Personal ausbilden.

► Man muss aber auch sagen, dass es viele nicht schaffen, die Ausbildung mit dem Diplom abzuschliessen.

Es gibt gar nicht so viele, die aus dem Studiengang fallen. Die Anforderungen sind hoch geblieben, das ist richtig. Wir haben die Erfolgsquote ein bisschen erhöht. Und wir haben uns vor

allem bemüht, die Studierenden besser zu unterstützen. Es ist nicht so, dass wir die Latte so hoch legen, damit niemand die Prüfung besteht.

► Sie wollen nicht um jeden Preis einen exklusiven Club der MWs?

Nein, gar nicht. Wir würden manchmal so wahrgenommen, aber eigentlich wollten wir das nie sein. Dieses Jahr hatten wir bei den schriftlichen Prüfungen Erfolgsquoten von 33 Prozent. Das ist ziemlich gut für uns. Man darf nicht vergessen, dass unser Prüfungsformat ein britisches ist, an das sich viele Studierende gewöhnen müssen. Sie müssen zum Beispiel lernen, Essays zu schreiben – in Englisch natürlich.

► Und es gibt keinen eigentlichen Unterricht, wo einem der Prüfungstoff präsentiert wird.

Nein, es ist ein Selbststudium. Die Studierenden bekommen ein Programm mit allen Themen, die sie lernen müssen, und Leselisten. Wir empfehlen auch Reisen in die Anbaugelände.

► Bieten Sie auch Seminare an?

Wir bieten eine Art Seminar in verschiedenen Orten an: in Melbourne, im Nappa Valley, in Rust und im Bordeaux. Wir erwarten von den Studierenden aber auch, dass sie sich selber organisieren, dass sie etwa Blind-Degustationen durchführen. Jedem Studierenden

wird zudem ein Mentor zugeteilt, ein MW, der ihn unterstützt.

► Muss man nach London reisen, um die Prüfung abzulegen?

Nein, heute kann man sie auch in den USA und Australien ablegen. Dieses Jahr haben sich zum Beispiel 209 Studierende neu eingeschrieben. Frühestens nach zwei Jahren können sie sich zum Examen anmelden. Es besteht aus drei Teilen: Zwei schriftliche Arbeiten zu Praxis und Theorie und eine Dissertation. Falls man durchfällt, muss man nur noch jene Teile wiederholen, die man nicht bestanden hat. Man kann fünf Mal innert sechs Jahren repetieren.

Wäre es aussergewöhnlich, wenn jemand gleich beim ersten Versuch die ganze Prüfung bestehen würde?

Das wäre sehr aussergewöhnlich, ja.

► Es gibt immer mehr Frauen, die MW werden wollen.

Das ist richtig. Frauen wurden in den 70er-Jahren erstmals eingeladen, die Ausbildung zum MW zu machen. Seither hat sich die Situation stark verändert. Frauen sind heute als Winzerinnen, Weinjournalistinnen und -Einkäuferinnen weltweit tätig. Ich bin die vierte Frau, die Präsidentin des Institutes ist. Vielleicht motiviert eine Frau an der Spitze der MWs die Frauen zusätzlich, das Diplom anzustreben.



■ Zürcher Weinland. Die Traubenernte in den Zürcher Weinbaugeländen ist eingefahren. Mit dem Jahrgang 2006 sind die Winzer zufrieden. Mengenmässig tieferen Erträgen steht eine sehr gute Qualität des Traubenguts gegenüber. Foto: Swiss-Image

Traubenernte 2006

Zucker und Säure in Balance

■ Die Trauben sind geerntet. Insgesamt sind die Winzer zufrieden mit dem Jahrgang 2006, der meist von guter bis sehr guter Qualität ist. Die Erntemenge liegt vielerorts leicht unter dem Durchschnitt. Drei Beispiele aus Zürich, der Champagne und Österreich.

Renate Dubach

Bei der Landolt Weine AG in Zürich freut man sich: «Die diesjährige Traubenernte in der Stadt Zürich ist sehr gut ausgefallen. Wir haben aus allen drei Rebbergen durchwegs gesundes Traubengut eingebracht. Im Vergleich zum Vorjahr waren die Erträge mengenmässig rund 10 Prozent tiefer, dafür ist das Traubengut insgesamt von sehr guter Qualität», schreibt Betriebsleiter Hansjörg Schwarz in seinem Erntebereich. Der Pinot Noir von der Reblage Sonnenberg in Zürich-Hottingen habe mit 91 Öchslegraden einen sehr guten Wert gebracht.

Auch in der Champagne ist man mit den Zucker- und Säurewerten zufrieden, wie das «Comité interprofession-

nel du Vin de Champagne» bekannt gibt. Man rechnet mit einem Zuckergehalt von durchschnittlich 10 Volumenprozent und einem Säuregehalt von 7 Gramm pro Liter. Die extremen Wetterbedingungen von Hitze im Juli und dann feuchter Kühle im August hätten der Entwicklung und der Reifung der Trauben nicht geschadet, wenn man von einigen Botrytis-Nestern absehe, die durch eine rigorose Sortierung beim Lesen ausgesondert werden konnten.

In Österreich gibt es dieses Jahr weniger Grünen Veltliner

In Österreich ist man sehr zufrieden mit der Traubenernte, in einzelnen Weinbaugeländen sogar leicht euphorisch. Die Zuckergradationen seien hoch, aber im Gegensatz zu den Jahrgängen 2000 oder 2003 würden sie durch ebenso hohe Säurewerte besser ausbalanciert. Daraus kann man schliessen, dass sich der Jahrgang 2006 eher langelig und mit einem guten Entwicklungspotenzial zeigen wird. Die Erntemenge liegt mit 2,2 bis 2,3 Mio. Liter etwas unter dem Durchschnitt.

«Der Jahrgang ist ähnlich wie 2003, aber mit dem Tiefgang von 2004», for-

muliert es Josef Umathum im burgenländischen Frauenkirchen. Seine leichteren Rotweine hätten alle 12,5 bis 13 Volumenprozent Alkohol, die Unterschiede zwischen den «Normalroten» und den «Spitzenroten» sei nicht mehr so gross wie in früheren Jahren, bilanziert der Spitzenwinzer.

Besonders von der österreichischen Paradesorte Grüner Veltliner wird es dieses Jahr deutlich weniger geben, weil die Trauben regional «verrieselt» wurden. Das heisst, dass sich aufgrund unregelmässiger Befruchtung – infolge niedriger Temperaturen oder Regen während der Blütezeit – nicht alle Beeren gleichzeitig ausbilden konnten. Besonders gross war die Verrieselung in der Wachau, gering in der Südstaiermark.

Der auf Ende Jahr scheidende Geschäftsführer des Österreichischen Weinmarketings, Michael Turner – sein Nachfolger Wilhelm Klingler arbeitet sich seit 1. November bereits ein – freut sich über die gute Ernte: «Die Topqualität des Jahrganges 2006 wird uns dabei helfen, das Image und damit die Positionierung Österreichs international als eines der besten Weinländer der Welt weiter zu festigen. Es gibt nur wenige Länder, die dies bei Weiss-, Rot- und Süssweinen schaffen.»

LESEBAR

Neues von Hugh Johnson

■ Zusammen mit anderen Weinexperten hat Hugh Johnson soeben die 30. Ausgabe seines Erfolgsbuches «Der kleine Johnson» herausgebracht. Und noch ein anderes Buch: «Hugh Johnsons Weinwelt». Es ist das persönlichste Buch des Weinexperten, eine mit vielen Anekdoten und Privatfotos angereicherte Reise rund um den Globus – immer auf den Spuren des Weins. Dabei erfährt man Wissenswertes über Rebsorten und Weinanbau und über den richtigen Umgang mit Wein. RD

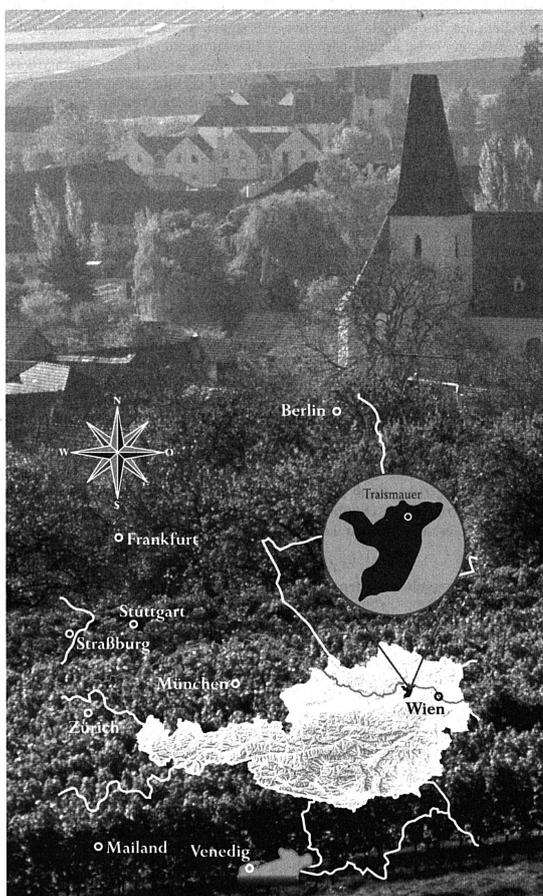
Hugh Johnson: «Hugh Johnsons Weinwelt, Ein Leben für den Wein», 384 Seiten, Fr. 69.40, ISBN: 3-8338-0341-X und «Der kleine Johnson 2007», 416 Seiten, Fr. 34.90, ISBN: 3-8338-0342-8. Beide im Hallwag Verlag, München.

Neues von René Gabriel

■ Der ehemalige Mövenpick-Chefweineinkäufer hat im Laufe seiner 20-jährigen Berufstätigkeit über 30000 verschiedene Bordeaux-Weine degustiert, bewertet und darüber geschrieben. Jetzt legt René Gabriel erstmals eine Taschenausgabe seines Klassikers «Bordeaux Total» vor. Im handlichen Buch sind Informationen von über 400 Châteaux vereinigt, mit einer persönlichen Einstufung in ein aktuelles Klassement und Angaben zum Preisniveau. Genaue Angaben zur Genussreife helfen bei der Bewirtschaftung des eigenen Weinkellers. RD

René Gabriel: «Bordeaux Total – Pocket Guide», 288 Seiten, 38 Franken, ISBN: 3-280-05194-8. Orell Füssli Verlag, Zürich.

Anzeige



TRAISENTAL

Das jüngste Weinbaugelände Niederösterreichs kann auf uralte Weintradition verweisen. Durch Weinkernfunde aus der früheren Bronzezeit weiss man, dass in diesem geschichtsträchtigen Raum der Wein schon vor den Römern heimisch war. Als kleinstes Weinbaugelände Österreichs hat das Traisental dennoch zutiefst eigenständigen Charakter: Geprägt von der Heurigenkultur, verfügen die Weine – in erster Linie Grüne Veltliner, Weissburgunder, Welschrieslinge und fallweise auch Rotweine – über ausgeprägte Bodenständigkeit. Die zum Teil winzigen Terrassenweingärten, die vor langer Zeit in den Löss gegraben wurden, ergeben Weine mit knackiger Frucht und herzerfrischender Finesse. Neben einigen führenden Betrieben gibt es hier noch jede Menge Geheimtipps, für Wein-Überraschungen ist in den kleinen Orten inmitten der Weinberge gesorgt.

www.weinautoesterreich.at

Rolf Beeler

Mehr Leidenschaft für den Schweizer Käse

■ Rolf Beeler ist Maître Fromager im aargauischen Nesselnbach und Jurymitglied beim Swiss Cheese Award. Er findet, man sollte in der Gastronomie mehr auf Schweizer Käse setzen – zum Beispiel Sbrinz statt Parmesan anbieten – und ihn besser in Szene setzen.

Guido Böhler

► Rolf Beeler, bei der Käse-Qualität liegt die Schweiz zwar an der Weltspitze, aber wie beurteilen Sie die Innovationen?

Auch sehr gut, wir können uns mit Frankreich, Italien und dem aufstrebenden Spanien durchaus messen. Es gibt bei uns heute viele innovative Kleinkäse. Ein Beispiel ist der Toggenburger Willi Schmid mit der Kreation «Mühlstein», die am SCA die Innovations-trophäe holte. Schweizer sind nicht nur bei Affinage und Dekor erfinderrisch, sondern auch beim Grundrezept.

► Wo sehen Sie noch Schwachstellen in unserer Käsebranche?

Bei der Dominanz und den Zielen von Emmi, welche zu stark am Massengeschäft interessiert ist. Statt den Käseexport zu fördern, der grosse Milchmengen absorbiert, setzt der Milchries auf Produkte wie Caffe Latte. Und er importiert Parmesan, statt Sbrinz zu unterstützen.

► Was meinen Sie zur Käse-Inszenierung in der Gastronomie?

Oft eine leidige Geschichte. Viele Schweizer Gastronomen haben zu wenig Stolz, um Sbrinz zu verwenden statt Parmesan. Und sie servieren zu viel französischen Käse, statt das hiesige Potenzial auszuschöpfen. Dabei mangelt es auch oft an Leidenschaft.

► Welche Tipps geben Sie den Gastronomen konkret?

Sie sollten die Weiterbildung beim Thema Schweizer Käse fördern. Käse hat dieselbe Vielfalt wie Wein und verdient daher denselben Stellenwert bei der Inszenierung.

► Dies auch bei Gästen aus den USA und dem Fernen Osten?

Ja aber auf unterschiedliche Art: Dank eigenen guten Erfahrungen mit dem Export in die USA weiss ich, dass die Schmelzkäse-geübten Amerikaner am Schweizer Naturkäse interessiert sind. Es gibt auch in den USA Rohmilchkäse-Freaks, und man kann dort Alpkäse dank seinen Omega-3-Fettsäuren als Functional-Food anpreisen. Anders ist es bei asiatischen Gästen, die bei Käse oft Verdauungsprobleme haben. Für diese sollte man mit mildem Käse beginnen und Degustationen mit Wein zusammen veranstalten.



■ Rolf Beeler. Der Maître Fromager setzt sich stark für Schweizer Käse ein. Foto: Guido Böhler

Käse-Auszeichnungen

Halbharter Biokäse gewinnt Titel

■ Der offiziell beste Schweizer Käse ist der Bio-Halbhartkäse «Mont Vully» aus der Käserei Cressier FR. Er wurde Ende Oktober an den Swiss Cheese Awards 2006 gekürt. Zusammen mit 22 andern «besten» Sorten. Die Schweizer Käsevielfalt und -professionalität nimmt zu.

Guido Böhler

Die Swiss Cheese Awards (SCA), organisiert vom Käsespezialisten-Verband Fromarte, sind nicht nur eine Qualitätsprämierung wie die Swiss Bakery Trophy oder die Metzgereiprodukte-Prämierung, sondern auch ein Wettbewerb nach dem Olympiadeprinzip: Es gibt nur einen Sieger pro Kategorie. Erstmals wurde der Beste der Besten aller Kategorien erkoren.

Die Wahl fiel auf den Halbhartkäse «Mont Vully Bio» der Käserei Schafer im Freiburgischen Cressier – Ewald Schafer erhielt den Titel «Swiss Champion». Gemäss Juryleiter Alfred Hofer war das Zusatzkriterium «Bauchgefühl» ausschlaggebend, da die Kategoriensieger bei Aussehen, Geschmack und Konsistenz kaum Fehler hatten. Und bei einem Vergleich über die Kategoriegrenzen hinweg spielen auch persönliche Vorlieben der Juroren eine Rolle.

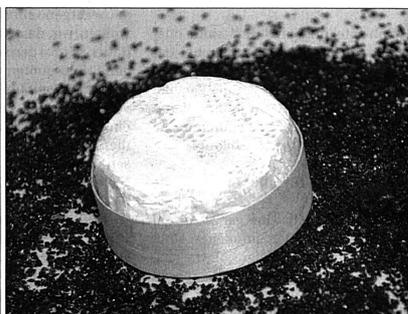
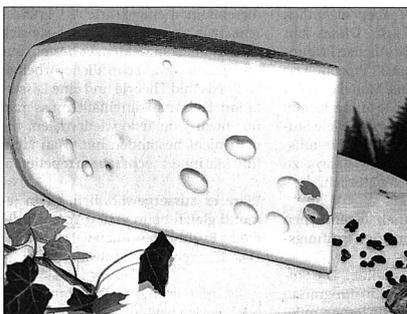
Bei den Einzelkategorien überraschten neue Teilnehmer, welche schon im ersten Anlauf als Sieger hervorgingen. Hofer fiel auf, dass «mehrere Sieger schon früher an den SCA teilnahmen und mehrere Sorten einreichten oder die Kategorie wechselten. Dies bestätigt ihre sorgfältige Produktionsweise». Und er folgerte, dass sich Beharrungsvermögen auszahlt: «Nicht Sprinter sondern Dauerläufer sind gefragt». Auch exaktes Arbeiten sei ein wichtiger Erfolgsfaktor. Im Vergleich zur gastronomischen Produktionsweise, wo der Koch am Ende der Produktion oft nachoptimieren kann, wirkt sich bei der Hartkäseherstellung Unsorgfalt vielleicht erst im Laufe der mehrjährigen Reifung aus.

Käse aus Schaf- und Ziegenmilch boomen

Bei den Anmeldungen zeigte sich ein Trend zu Schaf- und Ziegenkäse, «welche heute in guter Qualität eingereicht werden», so Alfred Hofer. Auch im Handel boomen Schaf- und Ziegenmilchprodukte, sind aber nicht bei allen Gästen beliebt. Welche Geschmacksrichtung bei diesen Sorten am besten ankommt, testete die eidg. Forschungsanstalt Agroscope Liebefeld-Posieux ALP mit Publikums-Degustationen am SCA-Event: Bevorzugen Konsumenten einen dezenten Schafkäse oder ein böckeliges Aroma mit Stallnote? Und spielen dabei Geschlecht und Alter eine Rolle? Die ALP wertet nun die Fragebogen aus. Beim Sbrinz jedenfalls wurde

Eine Käsestrasse für das Emmentaler

■ Während drei Tagen stellten am Hutwilner Käsemarkt Ende Oktober Käseschaffende in vierzig Chalets ihre Spezialitäten vor. Parallel dazu wurde die erste Käsestrasse der Schweiz eröffnet. Diese Erlebnisstrasse führt zu den Wurzeln des Emmentalers und liegt zwischen Kiesen und Hutwil. Um das Optimum an regionaler Wertschöpfung und direkter Kundennähe zu erreichen, arbeiten Käser, Landwirte, Gewerbetreibende, Touristiker und Gastronomen eng zusammen. Ziel der Käsestrasse ist, neue und bewährte Angebote zu bündeln, die es zum Emmentaler und seiner touristischen Region gibt. (www.kaesestrasse.ch). GB



■ Die Vielfalt der Schweizer Käse. An der Swiss Cheese Awards wurden diesmal 436 Käse aus 23 Kategorien von einer internationalen Jury bewertet. Fotos: zvg

der prämierte aus der Käserei Hegglin in Greppen LU von der Jury als «tierisch und grasig» beschrieben, aber auch als «fruchtig mit Caramelnote». Die Komplexität eines reifen Käses steht jener eines gepflegten Weines in nichts nach.

Hofer stellte ferner fest, dass die Ideenvielfalt und die Professionalität der Affinage zunimmt: «Hier hat die Schweiz verglichen mit Frankreich stark aufgeholt». Zudem besteht ein Trend zu Käsesorten, die keiner Sortenorganisation angehören. So weiteten über hundert «übrige Halbhartkäse», was gemäss Fromarte-Direktor Anton Schmutz darauf schliessen lässt, «dass sich die Hersteller dieser Sorten besonders um Qualität, Absatz- und Werbemöglichkeiten bemühen müssen».

Zahlreiche Käse der Kategorie «übrige» und «aromatisierte»

Von den 436 Wettbewerbsprodukten standen die meisten in der Kategorie «übrige Halbhartkäse» zur Prüfung, gefolgt von «aromatisierten Halbhartkäse» und den «Käseinnovationen». Bei dieser dritten Kategorie geht es nicht nur um Fantasie, sondern auch um Marktchancen.

Die Innovationsmedaille 2006 ging an den Toggenburger Willi Schmid von der Lichtensteiger Städtliche für seine Kreation «Mühlstein», ein halbharter Naturschimmelkäse italienischen Stils aus der fettreichen Milch von Toggenburger Jerseykühen. Form und Farbe erinnern an die Mahlsteine antiker Mühlen und machen diesen Käse zu einem Hingucker am Buffet. «Den Namen stiftete Maître Fromager Rolf Beeler», verriert Schmid, «und die Idee, ein grosses Loch in der Mitte auszustanzen hatte meine Frau. Doch das Rezept war meine eigene Entwicklung».

(Halb)harte und saisonale Käse sind am beliebtesten

Von den prämierten Spezialitäten werden teilweise nur kleine Mengen hergestellt, aber gerade dann sind sie interessant für die Spitzen-Gastronomie. Wer eine Rarität wie den «Mühlstein» ergattert, sollte am Käsebuffet auf die Siegetrophäe hinweisen: Auch die Gäste werden fasziniert sein. Aber wie steht es um die Käsevielfalt der mittleren Gastronomie? Bei CCA Angehörn, wo ein

repräsentativer Durchschnitt der Gastronomen einkauft, sind gemäss Markus Bader, Verkaufsleiter Frischprodukte, vor allem (Halb-)Hart-Käse gefragt, wie Emmentaler und Appenzeller. Ausserdem saisonale Sorten wie Kürbis-Brie

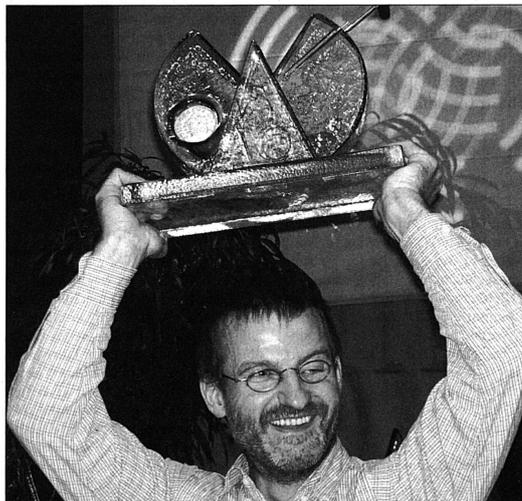
im Herbst, getrüffeltes im Winter, Bärlauchkäse im Frühling und Mozzarella im Sommer. «Für die warme Küche wird oft Parmesan verwendet dank seines guten Namens», so Bader, «und bei Mozzarella geht der Trend zu Bufala».

Die besten Käsesorten der Swiss Cheese Awards 2006

■ 436 Wettbewerbskäse aus 23 verschiedenen Kategorien wurden von einer internationalen Jury aus hundert Käse-Experten, Gastronomen und Konsumenten bewertet. Einige Beispiele von Siegern:

- **Beste Emmentaler AOC**
Meinrad Abt, Käsegenossenschaft Winon, 6215 Beromünster
- **Beste Le Gruyère AOC**
Daniel Conod, D. + J. Conod SA, 1446 Baulmes
- **Beste Sbrinz AOC**
Franz Hegglin, Käserei Hegglin GmbH, 6404 Greppen
- **Beste Appenzeller**
Marcel Ledergerber, Käserei Mutwil, 9246 Niederbüren

- **Beste Rohmilch-Tilsiter**
Albert Thoma, Käserei Zwiesel, 9614 Libingen
- **Beste Walliser Raclette**
Heribert Brügger, Schaukäserei Turtmann, 3946 Turtmann
- **Beste Schafkäse**
Thomas Stadelmann, Käserei Stofel AG, 9657 Unterwasser
- **Beste Ziegenkäse**
Josef Spielhofer, Fromages Spielhofer SA, 2610 St-Imier
- **Beste Halbhartkäse und Swiss Champion**
Ewald Schafer, Käserei, 1785 Cressier FR
- **Käse-Innovation: «Mühlstein»**
Willi Schmid, Städtliche Lichtensteiger GmbH, 9620 Lichtensteig GB



■ Ewald Schafer ist «Swiss Champion». Der Halbhartkäse «Mont Vully Bio» des Käasers aus Cressier wurde zum Besten der Besten gewählt. Foto: Guido Böhler

Petra Staps-Dinkel

«Ressourcenschonung ist das Thema»

■ Weniger die Entsorgung als die Beschaffung von Gütern ist das zentrale Problem, sagt Petra Staps-Dinkel. Wer die Logistik optimiert und intelligent beschafft, spart Bares, so die Leiterin Impulsprojekte Abfallvermeidung und Ressourcenschonung beim Kanton Baselland.

Pieter Poldervaart

► Seit Jahren beraten Sie Betriebe im nachhaltigen Umgang mit Abfall. Wo steht die Gastronomie heute?

Die Abfallbewirtschaftung ist heute weitgehend optimiert. Besonders bei den ungeliebten Rüst- und Essensresten entspannt sich die Lage zusehends, weil immer mehr Vergärungsanlagen entstehen und andere Kanäle wie Kompostierung und Verfüllung an Schweine hohe Qualitätsstandards erfüllen.

► Lange Zeit war Verpackung Stein des Anstosses – ist dies passé?

Hier muss man erkennen, dass der Entscheid, was für Abfall anfällt, vor allem von der Art der Küche abhängt. Wer auf frische Küche setzt, wird grössere Mengen an organischen Abfällen erhalten. Wer dabei seine Rohstoffe vom lokalen Bauern und vom Bäcker bezieht, kann Mehrweggebilde verlangen und vermeidet so Entsorgungskosten. Setzt man mehr auf Convenience und Tiefkühlware, ist der Ausstoss an Karton und Kunststoff grösser.

► Ist Entsorgung also kein Thema mehr?

Das Thema Abfall wird zunehmend vom Begriff der Ressourcenschonung abgelöst. Wird weniger Material und Energie benötigt, fällt automatisch auch weniger Abfall an. Wir haben verschiedene Projekte in Heimen und Spitälern durchgeführt. Oft fehlt es nur an einem klärenden Gespräch zwischen Küche und Abteilung. Wenn etwa eine Station unnötig viel Brot, Obst und Getränke hortet, gibt das nicht nur viel Abfall, sondern wirkt sich auch aufs Budget aus.

► Wo orten Sie andere Optimierungsmöglichkeiten?

Wer verschiedene grosse Portionen anbietet, spart nicht nur beim Abfall, sondern – viel wichtiger – beim Einkauf und bei der Zubereitung. Auch die Reinigung gehört ins Kapitel Ressourcenschonung. Wenn dank Mikrofaser-tüchern 40 Prozent weniger Putzmittel benötigt werden, sinkt auch der Einkaufsaufwand.

► Also muss die Organisation, nicht die Hardware verbessert werden?

Ja, Veränderungen in diesem Bereich bringen die wesentlichen Einsparungen. Aber auch Maschinen und Geräte bergen ein beträchtliches Potenzial an Ressourcenschonung. Wichtig ist, nicht nur die Anschaffungskosten zu betrachten, sondern den Verbrauch an Energie und Wasser über die ganze Betriebszeit hinweg zu bedenken und in die Berechnungen einzubeziehen.



■ Petra Staps-Dinkel, Abfall-Expertin beim Kanton Baselland. Foto: zvg

Abfallbewirtschaftung

Entsorgung geht neue Wege

■ Abfallsäcke und Container versachendeln auch in vielen Tourismusgebieten das Strassenbild. Arosa und Grindelwald haben Abhilfe geschaffen: Diese alpinen Tourismusorte setzen auf Unterflurbehälter und haben damit gute Erfahrungen gemacht.

Linda Alter

Einem Finnen ist es zu verdanken, dass wir in Sachen Abfallentsorgung einen Schritt weiter sind: Die so genannten Unterflurabfallcontainer sehen von aussen kleiner aus als ihre Vorgänger, fassen aber mehr als das Sechsfache an Volumen. Dies weil der Müll in einem Tragsack unter der Erde gelagert wird. Ausserdem werden die einzelnen Abfallsäcke durch ihr Eigengewicht zusammengesprengt, was zusätzlich Platz schafft. Die Leerung ist kostengünstig, da die Tonne erst geleert wird, wenn sie bis oben voll ist, und der Kran am Abfallfahrzeug wird von nur einer Person bedient. Ein weiterer Vorteil: Die kühlen Temperaturen unter dem Boden hemmen Gärungsprozesse, somit entsteht weniger Geruch. Und ebenfalls Pluspunkte sind der sichere Verschluss vor Tieren und dass diese Container auch bei Tiefschnee einfach zu entleeren sind.

Die Hälfte der Container ausgewechselt

Was in Finnland funktioniert, erobert zunehmend auch die Schweiz. Vor allem in den Berggemeinden ist man froh, mit dem neuen Abfallsystem endlich Abhilfe gegen die Behinderung durch Schnee geschaffen zu haben. «Früher mussten wir vor neue Chalets wegen der grossen Schneemassen überdachte Containerplätze bauen, die äusserst teuer waren und ausserdem unattraktiv aussahen», sagt Adrian Landmesser, stellvertretender Bauverwalter in Grindelwald. Deshalb entschied sich die Tourismusgemeinde im Jahr 2002 für die Installation von Unterflurbehältern der Firma Molok AG in Prilly/VD.

In Arosa hat man die neuen Container ebenfalls vor vier Jahren eingeführt, nachdem sie sich in Chur bewährt hatten. «Die Erfahrungen sind ausschliesslich positiv und wir haben bereits die Hälfte aller Container für den Siedlungsabfall ausgewechselt», erklärt Ernst Schild, stellvertretender Leiter des Gemeindebauamts. Die neue Entsorgungsmethode ist also im Kommen. «Bis in den nächsten zwei Jahren planen wir, alle alten Container vollständig ersetzt zu haben», sagt er weiter. Die Hotelbetriebe müssen für die Kosten eines Unterflurbehälters allerdings selbst aufkommen, wobei es keine Umstellungspflicht gibt. «Bis jetzt nutzen ein Fünftel der Hotels in Arosa das neue Containersystem – die restlichen entsorgen konventionell», weiss Schild. Tiefere Abholgebühren, kaum Gerüche und Ästhetik vor dem Hoteleingang sind Trümpfe, die für einen Wechsel sprechen.

Arosener Hoteller: «Schöner und günstiger»

«Es kann mehr Abfall gesammelt werden als vorher, und die Leerung der Container ist bei Schnee wesentlich einfacher», berichtet Ernst Schild weiter. Auch liege weniger Müll auf der Strasse herum, was sich positiv auf das Erscheinungsbild der Gemeinde auswirke. Dies ist für eine vom Tourismus lebende Region natürlich sehr wichtig. «Man sieht sie weniger, sie sind diskreter», lobt man das neue Abfallsystem auch beim Tourismusbüro Arosa. Das Golf & Sporthotel Hof Maran beispiels-

weise nutzt diese neue Art von Abfallentsorgung seit ungefähr drei Jahren und ist damit zufrieden: «Es sieht schöner aus und ist erst noch günstiger», bestätigt Peter Flüeler.

«Mittlerweile nutzen wir die Systeme der Firma Trashfox AG in Schaffhausen, da diese erheblich günstiger sind als jene der Firma Molok AG», erklärt Ernst Schild von der Bauverwaltung. Neben dem Kostenvergleich ist auch die Wahl des richtigen Standorts für einen Container wichtig. Ein Behälter ist in Arosa für ein Umfeld von zirka 100 Meter bestimmt. Ist der einmal installiert, wird es schwierig, ihn wieder umzuemplazieren. Dank des festen Standplatzes der neuen Kehrmaschinen sei es aber Nachtschwärmern nicht mehr möglich, die Container wegzurollen, wie es vorher auch schon vorgekommen sei.

Kosten entscheiden über die Umstellung

An der Information der Branche zur neuen Abfalltechnik scheint es in Arosa allerdings noch zu hapern. Lilo Nau beispielsweise, Besitzerin des Hotels Erzhorn, hat von dem neuen Abfallsystem noch nichts gehört. Doch eine Umstellung könnte sie sich durchaus vorstellen, wenn die Rahmenbedingungen stimmen: «Erst müssten wir ausrechnen, ob sich eine solche Investition überhaupt lohnt.» Auch der Standort müsse geklärt werden: «Zu unserem Hotel gehört kein Land, das Grundstück ist nur gemietet.» Doch angesichts der grossen Füllmenge von 5000 Litern und der im Verhältnis zu den herkömmlichen Containern günstigeren Abholgebühr ist sie dem neuen System nicht abgeneigt.

Gerade in Gastronomiebetrieben macht dieses System Sinn. Neben dem schöneren Umgebungsbild werden die Gäste beim Mittagessen im Freien nicht durch unangenehme Abfalldüfte gestört. Durch die Anbringung eines Schlosses am Container oder eines Chips, durch den sich der Deckel öffnen lässt, kann allfälligen Abfallsündern entgegengewirkt werden. Aber auch wenn keine der beiden Möglichkeiten genutzt wird: «Wir haben nicht mehr illegalen Abfall als früher. Dieses Problem kommt nur vereinzelt vor», sagt Armin Huser vom Entsorgungssamt St. Gallen, wo ebenfalls Unterflurcontainer genutzt werden.

Die Entscheidung für ein solch neues Containersystem fällt die Stadt, die Gemeinde oder der Hotelbetrieb, wobei über Standort und Design gemein-



■ Auch für Parks. Nicht nur für Hotels, sondern auch in öffentlichen Anlagen machen Unterflurcontainer durchaus Sinn. Foto: Olivia Stählin

sam entschieden wird. Die Erstellung eines 5000 Liter-Containers kostet einmalig 10 000 bis 15 000 Franken. Sobald die Tonne voll ist, wird eine kostenpflichtige Plombe daran angebracht, mit der die Leerung berappt wird. In Arosa wird der Abfall üblicherweise einmal pro Woche abgeholt. Dies kostet für den grössten Container mit 5000 Liter

Füllvermögen 220 Franken, für einen 3000-Liter-Container 130 Franken. Das sind im Vergleich zu den 40 Franken für einen herkömmlichen 800 Liter-Container zwar nur unwesentlich weniger pro Kubikmeter Abfall. Doch weil sich der Abfall im Unterflur-Container durch das Eigengewicht verdichtet, dürfte die Differenz beträchtlich sein.

Trends für Wertstoffe: pressen und vergären

■ Die engen Platzverhältnisse zwingen die Gastronomie, Abfall wenn immer möglich zu verdichten. Ein Beispiel sind kleine, handliche Aludosenpressen, die schon für 500 Franken zu haben sind. «Diese werden von Hand betrieben und reduzieren das Volumen um 60 bis 70 Prozent» erklärt Paul Villiger, Geschäftsführer der Firma Villiger Entsorgungssysteme AG. Selbstverständlich sei das Gerät TÜV-geprüft. Beim organischen Abfall aus der Küche etabliert sich zunehmend die Vergärung als Entsorgungslösung. So arbei-

tet etwa in Pratteln die Biopower Nordwestschweiz AG seit Frühling 2006. «Gastrobetriebe können bei uns entweder direkt anliefern oder über einen Logistiker entsorgen lassen», so Geschäftsführer Mike Keller. Bei Anlieferung kostet das Kilo organischer Abfalls 10 Rappen. Entsorgungsfirmen sind teurer, dafür organisieren sie auch die Gebinde und deren Reinigung. Eine zweite Anlage wird derzeit in Ormalingen/BL erstellt. ALT

www.bio-power.ch

Anzeige

NEUERÖFFNUNG AM 2. DEZEMBER 2006

LODGE
ALL IN ONE HOTEL

HOTELÜBERNACHTUNG + FRÜHSTÜCK
AB CHF 22.-

Kaum zu glauben, aber wahr. Das ALL IN ONE HOTEL INN LODGE in Celerina machts möglich. Dort, wo sich Gruppen, Schulen, Familien, Business- und Individualgäste auf über 4000 m² Hotel erlebnis treffen. Einfach einzigartig: smart, trendy, aktiv.

Mehr Ferien für weniger Geld.
ALL IN ONE HOTEL INN LODGE.

CELERINA Via Navona 3 CH-7505 Celerina T +41 (0)81 834 47 95 F +41 (0)81 834 47 96 info@innlodge.ch www.innlodge.ch ENGADIN

Ratgeber

Arbeitszeugnis in Spanisch ausstellen?

► **Frage:** Eine meiner Mitarbeiterinnen aus Spanien hat per Ende November 2006 gekündigt. Sie verlangt nun ein Zeugnis in ihrer Muttersprache. Bin ich verpflichtet, ein Zeugnis in dieser Sprache auszustellen?
N. J. aus S.

■ Annette Rupp
Rechtsberatung
hotellerieuisse



► **Antwort:** Nein, dazu sind Sie nicht verpflichtet. Das Arbeitszeugnis wird üblicherweise in einer der hiesigen Landessprachen verfasst, die Mitarbeiterin hat somit keinen Anspruch auf ein in ihrer Muttersprache abgefasstes Dokument. Die Mitarbeiterin hat die Möglichkeit, das Zeugnis von einem Übersetzungsbüro übersetzen zu lassen und je nach dem notariell beglaubigen zu lassen. Die Kosten für die Übersetzung gehen zu Lasten der Mitarbeiterin.

htr INTERNET-AGENDA

Möchten Sie wissen, was in Hotellerie, Gastronomie und Tourismus los ist? Wann findet die nächste Internationale Tourismusbörse in Berlin (ITB) statt? An welchem Ort wird die «Ornaris», die Fachmesse für Trends, veranstaltet? Oder suchen Sie Details über die Internationale Fachmesse für Käse und Molkereiprodukte? In unserer Internet-Agenda finden Sie die wichtigsten Angaben über die bedeutendsten Messen, über Tagungen und Workshops in der Hotellerie, Gastronomie und im Tourismus. Loggen Sie sich einfach ein unter www.htr.ch und klicken Sie auf «Agenda».

Ratgeber

Bonus: Steuern trüben die Freude

► **Frage:** Aufgrund der hervorragenden Ergebnisse steht mir als Hoteldirektor für das Jahr 2006 eine hohe Gewinnbeteiligung bevor und ich freue mich natürlich darauf. Die Einkommenssteuern trüben aber meine Freude! Können Sie mir einen Rat geben, damit nicht vor allem die Steuerverwaltung von meiner Gewinnbeteiligung profitiert?
H. B. aus G.

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



► **Antwort:** Zuerst klären wir einmal die Frage, in welchem Steuerjahr Ihre Gewinnbeteiligung – ich spreche lieber von Bonus – wirksam wird, und dann kümmern wir uns um die Optimierung. Wirksam und somit auf Ihren Lohnausweis kommt der Bonus in jenem Jahr, in welchem Sie den Rechtsanspruch erhalten und über diesen Bonus verfügen können. Wird der Bonus beispielsweise an der Verwaltungsratsitzung im Frühjahr 2007 aufgrund des dann zu behandelnden Geschäftsabschlusses 2006 zugesprochen, wird dieses zusätzliche Gehalt folglich im Lohnausweis des Jahres 2007 deklariert. Weniger üblich ist der Zuspruch im selben Jahr.

Gehälter und Zusatzgehälter wie Bonus sind als Einkommen steuerbar – an dieser Tatsache können wir nichts ändern. Sie können aber zusätzliche Steuerabzüge «generieren». Dazu einige Beispiele, die Sie auch kumuliert anwenden können:

- Veranlassen Sie, dass Sie Unterhaltsarbeiten und/oder umweltschonende bauliche Massnahmen vom zusätzlichen Einkommen in Abzug bringen können.
- Wenn noch nicht vorhanden, eröffnen Sie ein Bankkonto unter Säule 3a und zahlen Sie den jährlichen Maximalbeitrag von 6192 Franken ein. Ziehen Sie diese Einzahlung in Ihrer Steuererklärung ab.



– Falls Ihre Frau erwerbstätig ist können Sie ein zweites Konto eröffnen und denselben Abzug ein zweites Mal vornehmen.

– Prüfen Sie, ob Ihr Arbeitgeber anstelle der Bonuszahlung eine Direkteinlage in eine (Kader-)Vorsorgeeinrichtung leisten könnte.

– Leisten Sie Arbeitnehmereinlagen zur Deckung von Beitragslücken an Ihre Pensionskasse und ziehen Sie diese vom steuerbaren Einkommen ab.

Für Kadermitarbeitende wird oft eine Vorsorgelösung geschaffen, welche die BVG-Grundleistungen übersteigt. Dies erfolgt entweder durch Erhöhung der

oberen Salärgrenzbeträge oder mit einem zusätzlichen Kadervorsorgevertrag. Kaderlösungen bieten attraktive Steuerplanungsmöglichkeiten für die Mitarbeitenden.

Sowohl bei einer Vorsorgeeinrichtung nach BVG wie auch bei einer Kadervorsorge können Sie sich bei der Verwaltung nach der Höhe Ihrer Beitragslücken erkundigen.

Normalerweise bestehen kleinere oder grössere Lücken und somit ist jeweils auch ein gewisses Einkaufspotenzial vorhanden. Besteht kein Einkaufspotenzial, so ist mit Ihrem Arbeitgeber zu prüfen, ob durch eine Anpassung des Vorsorge-

vertrages Spielraum geschaffen werden könnte.

Die Steuerplanung mit Vorsorgeinstrumenten lohnt sich, weil Sie Steuern auf dem Teil Ihres Einkommens sparen, welcher mit Ihrem obersten Progressionssatz belastet würde, und die spätere Kapitalauszahlung mit einem reduzierten Satz besteuert wird.

Haben auch Sie Fragen? In der Rubrik «Ratgeber» beantworten Fachspezialisten Leserfragen, welche Hotellerie, Gastronomie und Tourismus betreffen und für die Branche von Interesse sind. Adresse: redaktion@htr.ch, Stichwort Ratgeber, oder hotel+tourismus.revue, Redaktion, Stichwort Ratgeber, Postfach, 3001 Bern.

IMPRESSUM

hotel-tourismus revue

Die Fachzeitung für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

Gegründet 1892

Herausgeber:
hotellerieuisse
Monbijoustrasse 130
Postfach
3001 Bern

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

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

Verlag:
Verlagsleitung: Iris Strebel.
Stelleninsetrate: Marc Moser.
Geschäftsanzeigen: Michael Müller, Beda-Urs Schönenberger

Druck:
Büchler Grafino AG, Druckzentrum Bern.
Auflage:
WEMF-beglaubigt 2005/06
Verkaufte Auflage: 11 829
Gratisauflage: 1289
Druckauflage: 18 000
Verkaufspreise: (inkl. MwSt)
Einzelnummer Fr. 4.30,
Jahresabonnement Fr. 145.–
ISSN: 1424-0440

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

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

Tellerwäscher,

mit allen Wassern gewaschen, sucht Stelle als Küchenhilfe.

jobs.htr.ch

htr

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



TOURISME

Montreux | Montreux-Vevey Tourisme entend davantage cibler ses actions de marketing l'année prochaine.



RESTAURATION

Gastronomia | Ann et Patrick Gazeau, de Rossinière, ont remporté le Sésame de l'accueil dans la catégorie «Restaurants».



BON À BOIRE

Vins suisses | Les résultats de l'édition 2006 du Concours national ont été dévoilés à Gastronomia.

htr

EUHOFA

La formation dans un environnement multiculturel

Plus d'une centaine de directeurs d'écoles hôtelières de 45 pays se retrouveront la semaine prochaine à Lausanne pour le congrès de l'EUHOFA.

Miroslaw Halaba

La formation hôtelière dans un environnement multiculturel. Tel est le thème qui sera débattu lors du 45e congrès annuel de l'EUHOFA International, organisation qui groupe les représentants des écoles hôtelières de quelque quarante-cinq pays (htr du 18 mai). Cent quarante membres et invités se retrouveront à cette occasion du 14 au 18 novembre sur le campus de l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) et dans la région lémanique pour diverses manifestations professionnelles, culturelles et conviviales*.

Les exigences d'un monde globalisé

Le thème du congrès a été dicté par les exigences d'un monde globalisé, explique Samuel Salvisberg, adjoint au directeur général de l'EHL et président du congrès. Plusieurs écoles hôtelières – finlandaises, par exemple – ont des étudiants provenant d'un nombre toujours plus grand de pays, emboitant le pas à l'EHL qui en recense 85. Cette multiculturalité a incontestablement une influence sur l'approche pédagogique. «Les étudiants asiatiques, par exemple, sont plus réservés et ils s'expriment moins facilement en classe que leurs homologues occidentaux», indique Samuel Salvisberg.

Un effectif de membres stable

Créé en 1955, notamment par Carlo de Mercurio, président d'honneur de la Société suisse des hôteliers, l'EUHOFA compte quelque deux cents membres, dont sept sont des représentants d'écoles hôtelières helvétiques. «Les échanges que génère cette association sont très fructueux», souligne Samuel Salvisberg. L'effectif de l'EUHOFA est stable. «Il est assez difficile de devenir membre. Pour être candidate, une école doit avoir au moins quatre ans d'existence et elle doit être parrainée par deux membres», déclare encore Samuel Salvisberg. Le prochain congrès de l'EUHOFA se tiendra en 2007 en Sicile.

*www.ehl.ch, puis cliquer sur la rubrique EUHOFA.

Coopération hotellerieuisse et Suisse Tourisme

Dans l'intérêt du tourisme suisse

Christoph Juen, CEO d'hotellerieuisse, et Jürg Schmid, directeur de Suisse Tourisme, ont, lors d'une interview* organisée la semaine dernière, expliqué la portée de la collaboration que leurs deux institutions avaient annoncée ce printemps. Condensé.

Miroslaw Halaba

La coopération stratégique convenue entre hotellerieuisse et Suisse Tourisme et annoncée début mai, lors de la Journée suisse des vacances à Saint-Gall (htr du 11 mai), est en train de se mettre en place. Le bon moment pour les deux responsables opérationnels – Christoph Juen, CEO d'hotellerieuisse, et Jürg Schmid, directeur de Suisse Tourisme – d'expliquer la portée de cette décision. Ce qu'ils ont fait lors d'une interview accordée la semaine dernière à notre hebdomadaire et dont on trouvera ici un condensé.

«C'est un partenariat logique. hotellerieuisse est compétente en matière d'hôtellerie, Suisse Tourisme l'est en matière de commercialisation», a indiqué Jürg Schmid. Un partenariat qui se veut dans l'intérêt de la branche touristique suisse. «Par ce biais, nous souhaitons contribuer au développement de la qualité de l'offre globale», a souligné Christoph Juen.

Adapter les spécialisations aux besoins du marché

Ce partenariat de marketing, qui renforce une collaboration que les deux entités soignent depuis de nombreuses années, prévoit en particulier la création et la commercialisation d'ici 2012 de dix groupements de marketing comprenant un millier d'hôtels. Et qui dit groupement de marketing dit spécialisation.

Pour Jürg Schmid, les établissements qui souhaitent se spécialiser pourront ainsi bénéficier d'une plateforme de commercialisation performante. Christoph Juen est d'avis qu'une grande partie des hôtels se sont déjà spécialisés. «Il s'agit cependant, dit-il, de moderniser ces spécialisations et de les adapter aux besoins du marché et des hôtes.»

Il estime aussi que chaque hôtel a le loisir de décider s'il entend participer à ce projet ou non. «C'est la liberté du marché.» Sur ce point, le directeur de Suisse Tourisme précise que la création des groupements sera discutée entre



■ Interview. Lors d'une interview organisée la semaine dernière, Christoph Juen (à g.) et Jürg Schmid ont détaillé le renforcement de la collaboration entre hotellerieuisse et Suisse Tourisme. Photo: Miroslaw Halaba

les deux parties. «Une étude nous a montré, dit-il, que deux types de groupements sont spécialement demandés, soit un groupement d'hôtels «Typically Swiss» et, pour les villes, un groupement d'hôtels «Design-Boutique».

La promotion de la Suisse est, on le sait, en phase de coordination. Le moment est-il dès lors bien choisi pour intensifier la coopération entre les deux institutions? Jürg Schmid répond clairement par l'affirmative. «Notre collaboration n'a rien à voir avec la politique, mais avec le travail sur les marchés.» Pour lui, il est d'autant plus judicieux de se concentrer sur de tels projets que ceux-ci génèrent davantage d'hôtes.

Une collaboration appelée encore à s'intensifier

Christoph Juen abonde dans ce sens: «Nous voulons accroître les capacités du marché et grouper les moyens.» Force est cependant de constater, ajoute-t-il, que depuis plusieurs années on assiste à des interventions politiques portant sur des institutions qui devraient être mieux coordonnées, mais qui ne concernent pas Suisse Tourisme. Christoph Juen a ainsi le sentiment que des discussions sur l'inefficacité de ces orga-

nisations se déroulent sur le dos de notre plate-forme de marketing touristique. «Or, nous ne voulons en aucun cas que Suisse Tourisme devienne l'enjeu d'actions politiques qui auraient pour effet de diluer ses compétences en matière de marchés.»

L'intensification de la collaboration entre les deux institutions n'est qu'à ses débuts. «Notre souhait est que l'hôtel-

lerie, principal secteur du tourisme, devienne le plus important partenaire de Suisse Tourisme, ceci également sur le plan financier», a indiqué Christoph Juen. Partageant cette vision, Jürg Schmid a ainsi pu souligner: «Notre collaboration est sur un bon chemin.»

* L'interview évoquée ici se trouve aux pages 4 et 5 du cahier allemand.

hotellerieuisse et Suisse Tourisme dans cinq ans

Dans quelle situation se trouveront dans cinq ans hotellerieuisse et Suisse Tourisme? Telle est l'une des questions à laquelle ont répondu Christoph Juen, CEO de la première institution, et Jürg Schmid, directeur de la seconde, lors de l'interview organisée par notre hebdomadaire. «Les nouveaux statuts et la nouvelle orientation hotellerieuisse 2012 donneront à hotellerieuisse un nouvel habit», a déclaré Christoph Juen. Ce dernier voit un tourisme suisse emprunter résolument le chemin de la croissance après quelque trente à trente-cinq ans de stagnation. Pour y arriver, il doit cependant bénéficier de coopérations à l'image de celle conclue entre

son association et Suisse Tourisme. S'agissant des coûts, le CEO d'hotellerieuisse espère également que le tourisme pourra bénéficier des mêmes conditions que ses concurrents européens. Ce qui suppose une libéralisation dans le domaine agricole. «Concernant la collaboration avec hotellerieuisse, nous aurons développé dans cinq ans cinq nouveaux groupements hôteliers», a indiqué de son côté Jürg Schmid. Le prochain pas sera la création du groupement «Design-Boutique» pour les hôtels urbains. Jürg Schmid voit aussi Suisse Tourisme collaborer étroitement avec les autres institutions chargées de la promotion de la Suisse. MH

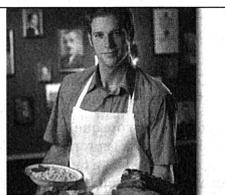
Adresse: Monbijoustrasse 130, Case postale, 3001 Berne | Rédaction: Téléphone: 031 370 42 16, Fax: 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch | Edition: Téléphone: 031 370 42 22, Fax: 031 370 42 23, E-Mail: verlag@htr.ch

hoteljob

Le spécialiste du placement

hoteljob
Rue des Terreaux 10
Case postale 7507
Téléphone 021 320 28 76
Fax 021 320 02 64
hoteljob.vd@hotellerieuisse.ch
www.hoteljob.ch

hotellerie
suisse



TOUT, POUR CHAQUE TYPE DE GASTRONOMIE.

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

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

Wellness commence avec Fidelio.

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

CHECK IN DATA

www.checkindata.com

Des métiers «passionnants»

■ **Genève.** Le tourisme sera présent à la deuxième édition, après celle de 2001, de la «Cité des métiers», qui sera organisée à Palexpo à Genève du 13 au 19 novembre. Genève Tourisme et Bureau des congrès tiendra, en effet, un stand d'information, dans le secteur «commerce», qui sera ouvert tous les jours de 9 h à 18 h. Les visiteurs, a indiqué Genève Tourisme, pourront recevoir à cette occasion des fiches-métiers et la documentation nécessaire pour la formation professionnelle dans

la branche en tant que guide de tourisme, guide de voyage, guide-interprète du patrimoine, hôte et hôtesse d'accueil, expert(e) diplômé(e) en tourisme, gestionnaire en tourisme ES et assistant(e) en tourisme.

Ces métiers permettent à Genève Tourisme de remplir ses trois missions principales, à savoir: développer le tourisme, faciliter et agrémenter le séjour des hôtes, ainsi qu'organiser et soutenir des manifestations destinées à animer Genève. **MH**

Huitième fois

■ **Genève.** Pour la huitième année consécutive, Genève Tourisme et Bureau des congrès mettra sur pied la Patinoire de Noël. Installée à la place du Rhône, cette patinoire sera ouverte du 18 novembre au 28 janvier. Et ceci tous les jours, de 10 heures à 22 heures. Son accès est gratuit. Un service de location de patins a été prévu. Cette patinoire a été imaginée pour animer le centre ville durant les mois d'hiver et particulièrement durant les fêtes de fin d'année. **MH**

SlowUp: une édition valaisanne en 2007

■ **SlowUp.** Les journées découvertes SlowUp, consacrées à la locomotion douce, connaissent toujours plus de succès. Ainsi, l'an prochain, ce sont quatorze journées qui seront organisées, soit deux de plus que cette année. Une des éditions aura lieu pour la première fois en Valais. Celle-ci se déroulera le 27 mai entre Sion et Sierre. Une autre nouvelle édition se tiendra le 16 septembre à Bâle. Cette année, ce sont quelque 390 000 personnes qui ont participé à ces journées. **MH**



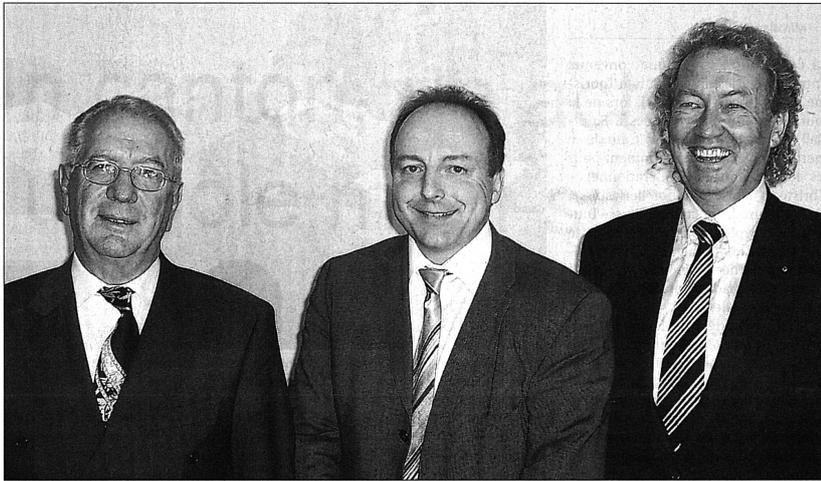
Forum Fribourg et Espace Gruyère

Un pôle sous une même direction

■ Les deux centres d'expositions et de congrès fribourgeois développent désormais des synergies sous une unique direction générale.

José Seydoux

Coup de théâtre, annoncé vendredi, dans le landerneau économique-touristique fribourgeois, avec la désignation de Béat Kunz à la tête de Forum Fribourg et d'Espace Gruyère qui, huit ans après leur ouverture, ont décidé d'unir leurs forces, leurs moyens humains et financiers... ainsi que leur destin. «Vu la conjoncture favorable, le départ du directeur de Forum Fribourg, Adi Mader – le troisième en huit ans – de même que les possibilités d'économie espérées et le potentiel de développement font que le temps de la collaboration est venu», expliquent Claude Eicher et Yves Menoud, présidents respectivement d'Expos-Centre SA, à Fribourg, et d'Espace Gruyère, à Bulle.



■ **Nouvelle structure.** La nouvelle structure se présente ainsi (de g. à dr.): Claude Eicher, président d'Expo-Centre SA, Béat Kunz, directeur général de Forum Fribourg et d'Espace Gruyère, et Yves Menoud, président d'Espace Gruyère SA. Photo: José Seydoux

Une même politique logistico-promotionnelle

La désignation d'un grand professionnel de ce secteur, qui a mené de main de maître le centre polyvalent grüérien depuis son ouverture, à la barre de la nouvelle entité, apparaît comme l'aspect

le plus visible de l'opération; elle reflète également les buts visés par la complémentarité des deux infrastructures. Sur un marché (expositions, comptoirs, salons spécialisés, etc.) qui

se caractérise par une concurrence im-pitoiable, le pôle fribourgeois, tout en augmentant son taux d'occupation, ses ressources et ses critères de rentabilité, entend bien valoriser son rôle face aux

autres villes romandes et alémaniques. L'offre s'en trouve optimisée grâce à deux sites complémentaires: Fribourg est plus axé sur les grandes expositions, le congrès et les événements d'enver-

gure nationale; Bulle s'est forgé une image plus particulièrement liée à l'élevage, aux produits du terroir et au développement durable (eau, énergies renouvelables). Un choix est ainsi donné à tout organisateur de manifestation. La nouvelle entité représente 25 000 m² de surface d'exploitation, 320 manifestations par an, une trentaine de collaborateurs employés à plein temps et un chiffre d'affaires de 6,1 millions de francs.

Les deux entités gardent leur identité

Mieux qu'une fusion qui n'est pas à l'ordre du jour, les deux conseils d'administration (qui restent en place sous la présidence tournante des deux personnalités précitées) ont opté pour un tel rapprochement des deux sociétés d'exploitation, qui gardent leur identité, et pour une direction opérationnelle commune. Un nouveau conseil de direction bipartite a été créé et deux postes-clés sont mis au concours: celui d'un directeur des finances, RH et exploitation et celui d'un directeur marketing et vente. A noter que la nouvelle structure, opérationnelle depuis le lundi 6 novembre, inclut également le Café des Abbayes (Forum Fribourg) et une brasserie, la patinoire de Bulle ainsi que le chalet-restaurant des Colombettes (tous trois gérés par Espace Gruyère).

Montreux-Vevy Tourisme

Une redéfinition des collaborations

■ Séduire le client chez lui et ensuite l'accueillir sur place, tels sont deux des principaux maîtres-mots de la stratégie marketing de Montreux-Vevy Tourisme. Ils seront à nouveau mis en exergue lors des campagnes de promotion de l'année prochaine.

Jean-Jacques Ethenoz

Harry John, directeur de Montreux-Vevy Tourisme, et Isaline Corlet, responsable du marketing et des ventes, avaient la mine réjouie, la semaine dernière, en présentant aux partenaires de la région le plan marketing de l'office du tourisme pour 2007. C'est que les chiffres enregistrés pour les exercices 2005 (un peu plus de 600 000 nuitées) et 2006 (+8% attendus) confortent largement leur politique.

Après quelques sombres années, le ciel touristique de la Riviera semble ainsi avoir retrouvé une certaine sérénité grâce à une redéfinition des collaborations entre les partenaires princi-

aux, Montreux-Vevy Tourisme d'une part et le Montreux Music & Convention Center (ex-Centre des congrès). Cela avec un effet fort bénéfique sur le chiffre d'affaires de la centrale de réservation Tomas et, par là, sur le commissionnement. Et pour résultat qu'un million de francs sont inscrits au budget marketing et ventes de l'an prochain.

Rencontrer des groupes très ciblés de spécialistes

Si foires, salons et raouts internationaux demeurent, bien sûr, des passages incontournables d'une présence sur les marchés, le «one-to-one» – en l'occurrence plutôt un «small-to-small» (une petite délégation rencontre un groupe très ciblé de spécialistes) – a démontré son efficacité. Aussi bien en Allemagne, à la fin de l'année 2004, qu'à Zurich, au printemps dernier, et à Paris, en septembre. La démarche sera donc poursuivie. Mieux, pour 2007, outre ceux, habituels, noués avec Suisse Tourisme et l'Office du tourisme du canton de Vaud (OTV), les partenariats avec Lausanne Tourisme, le Music &

Convention Center (MM&CC) et le Palais de Beaulieu au sein du Swiss Riviera Events seront développés pour des manifestations prévues à Paris, Londres et Zurich.

Autre démarche marketing payante: les actions réceptives dont Isaline Corlet souligne l'incontestable impact en termes de retour sur investissement. Elles seront reconduites l'an prochain, essentiellement sur le thème de Lavaux, puisque, rappelons-le, c'est à la fin du printemps que le site saura s'il est reconnu digne de figurer au Patrimoine mondial de l'Unesco.

Deux nouveaux outils destinés à la promotion

On relèvera encore que deux nouveaux outils destinés à la promotion de Montreux et de la Riviera ont été présentés: un manuel des ventes et un DVD s'articulant en deux versions: un film de huit minutes destiné au tourisme d'affaires et un de trois minutes pour le tourisme individuel et de loisirs.

Enfin, Harry John a précisé que d'autres chantiers étaient en cours «pour modifier certaines choses». Une

société genevoise a ainsi été mandatée pour une étude sur le logo de Montreux-Vevy Tourisme et l'approche marketing. De même, signalons encore qu'une analyse approfondie a

mis en lumière une incontestable faiblesse de la Riviera pour l'offre hôtelière dans les catégories une et deux étoiles. «Une situation que nous devons corriger», a conclu Harry John.



■ **Montreux.** La collaboration entre Montreux-Vevy Tourisme et le Montreux Music & Convention Center a été redéfinie. Photo: Swiss-Image

«Nous sommes sur une plate-forme de luxe»

■ **Beau-Rivage Hotel.** «Nous sommes désormais sur une plate-forme de luxe». C'est en ces termes que le directeur du Beau-Rivage Hotel à Neuchâtel, Thomas Maechler, mesure la principale retombée de l'adhésion, il y a dix jours, de son établissement dans le groupement de marketing Swiss Deluxe Hotels. Cinq-étoiles du littoral neuchâtelois, le Beau-Rivage Hotel aimerait se faire davantage connaître par la clientèle, étrangère notamment, qui fréquente les palaces du pays

sis dans les grandes destinations. En étant membre de Swiss Deluxe Hotels, il donne un gage de qualité à cette clientèle, si d'aventure celle-ci décidait de découvrir son produit. A noter que l'hôtel continuera à être affilié au groupement Swiss International Hotels. Le Beau-Rivage Hotel travaille principalement dans le segment du tourisme d'affaires. Ses hôtes sont surtout générés par le groupe Philip Morris, par les entreprises de biotechnologie qui se sont ins-

tallées dans le canton de Neuchâtel et par les sociétés horlogères. Comme la plupart des hôtels du pays, le Beau-Rivage connaît une période faste. «Le bilan de l'année s'annonce très bon. Notre objectif d'un taux d'occupation de 56% sera atteint, voire dépassé», dit son directeur. Il souligne aussi que le «business-spa», ouvert en février, a été bien accueilli, ainsi que l'offre «day-spa». Parmi les futurs projets figurent l'installation d'un débarcadère et la rénovation des chambres. **MH**

Rochat: des cuisines professionnelles à louer

■ **Rochat Cuisine.** Basé à Cernier, dans le canton de Neuchâtel, Rochat Cuisine vient de lancer un nouveau service à l'attention des professionnels de l'hôtellerie et de la restauration, à savoir un service de location de matériel de cuisine sur le site www.rochatcuisine.ch. «Nous avons constaté depuis quelques années une forte demande pour du matériel d'occasion ou en location», précise le directeur général Jacques Rochat. Etant donné son large volume

d'affaires, la société est souvent amenée à reprendre des appareils professionnels qui, après avoir été contrôlés et remis en état, peuvent être proposés à la vente ou à la location. Pour cette deuxième possibilité, il suffit de choisir l'appareil souhaité, d'en contrôler la disponibilité au secrétariat et de confirmer par fax ou téléphone. Le matériel loué peut être pris directement à Cernier. Les locations peuvent porter sur un jour, une semaine ou pour une durée indéterminée. La So-

ciété anonyme Rochat Cuisine a également annoncé la semaine passée qu'elle avait engagé un nouveau directeur en la personne de Philippe Grosjean. Ce dernier, «au bénéfice d'une longue expérience dans la restauration en tant que gérant de restaurants et de consultant pour McDonald's Suisse», travaillera en collaboration avec le directeur général Jacques Rochat et reprendra désormais l'ensemble des ventes de la gamme des produits Rochat Cuisine. **JJ/ELM**

Remise des Sésames de l'accueil à Gastronomica

«L'accueil? C'est la clé du succès!»

■ Un excellent accueil est un gage de succès. Mais quelles recettes appliquer pour faire en sorte que les hôtes se sentent particulièrement bienvenus? Le point avec les lauréats des Sésames de l'accueil qui ont été décernés lundi à Lausanne dans le cadre du Salon Gastronomica.

Laurent Missbauer

«Un accueil d'une rare gentillesse, le charme des anciens chalets et une cuisine goûteuse: trois bonnes raisons d'intégrer les Jardins de la Tour dans notre guide.» Cet avis, publié dans l'édition 2007 du Gault Millau, ne doit pas être très éloigné de celui du jury des «Sésames». Celui-ci en effet décerné le premier prix, dans la catégorie «restaurants», à Ann et Patrick Gazeau, des Jardins de la Tour à Rossinière (VD).

«Aucun client ne part sans que je ne le salue»

Et comment s'y prend-on pour produire un accueil «d'une rare gentillesse»? «Notre service est très attentionné. Aucun client ne sort sans que je ne le salue personnellement», répond Patrick Gazeau qui travaille aux fournaux alors que son épouse est au service. Le fait que la cuisine soit proche de l'entrée facilite certes la tâche du patron dans sa volonté de prendre congé de tous ses clients, mais il y a surtout une réelle volonté de leur donner envie de revenir. Cette volonté est aussi très marquée chez Otto Gerber, de l'Hôtel



■ Tous les vainqueurs. Ils ont été distingués par Claudio Casanova (hôtellerie suisse) et Frédéric Haenni (GastroSuisse), tous deux à l'arrière-plan, ainsi que par Lauriane Gilliéron (2e à dr.), l'ambassadrice de charme de l'OTV. Photo: Gastronomica/Jean-Bernard Sieber

Krone à Lenzburg (AG), lauréat du Sésame de l'accueil dans la catégorie «hôtels». A un service très attentionné, il ajoute la mise à disposition de ses hôtes d'intéressantes informations touristiques sur la région. «Je leur recommande par exemple d'aller visiter le

château de Lenzburg qui vaut largement le détour», explique Otto Gerber.

Même tactique chez Anne-Marie Sèvegrand, de l'Hôtel Masson à Montreux-Vevy, nommé parmi les quatre hôtels distingués pour la qualité de leur accueil: «Si la journée est plu-

vieuse, je conseille à mes hôtes d'aller au château de Chillon. S'il fait beau, je leur recommande de monter aux Rochers-de-Naye. Cela me permet aussi, au fil de la conversation, de savoir indirectement s'ils sont satisfaits de leur chambre, ce qui me permettra de

mieux les accueillir lors de leur prochain séjour.»

Enfin, la conclusion appartient à Othmar Mueller, le directeur de la Fondation Nestlé Pro Gastronomica qui organise les «Sésames» avec le comité du Salon Gastronomica sous les auspices d'hôtellerie suisse et de GastroSuisse: «L'accueil? C'est la clé du succès! S'il est bon, il donne envie de revenir et l'on devrait toujours se souvenir du dictionnaire anglais qui prétend que vous n'aurez jamais une deuxième chance de faire une première bonne impression.»

Huits lauréats sur un total de 40 établissements

■ Huit inspecteurs anonymes ont visité durant les neuf premiers mois de l'année vingt hôtels des catégories deux et trois étoiles, ainsi que vingt restaurants «équivalents» dans toute la Suisse. Sur ces quarante établissements, huit, à savoir quatre hôtels et quatre restaurants, ont été retenus pour la qualité de leur accueil. Les vainqueurs des catégories «hôtels» et «restaurants» - l'Hôtel Krone à Lenzburg (AG) et le Restaurant Les Jardins de la Tour à Rossinière (VD) - ont été distingués par un Sésame de l'accueil. Les six autres nominés pour la qualité de leur accueil ont été le Swiss Historic Hôtel Masson à Montreux-Vevy, le Landhotel Hirschen à Oberlinsbach bei Aarau (AG), le See & Park Hotel Feldbach à Steckborn (TG), le Restaurant Balm à Meggen (LU), le Gasthof Schlüssel à Reinach (BL) et le Restaurant Pony à Siggen (LU). **LM**

L'aménagement et la décoration à Gastronomica

Le souhait de l'hôtelier et l'envie du client

■ Le succès d'un hôtel ou d'un restaurant peut parfois dépendre de sa décoration. Encore faut-il savoir maîtriser ce sujet qui est un subtil mélange de données objectives et de critères subjectifs. Rencontre avec Nicolas Minvielle, conseiller en décoration.

Jean-Jacques Ethenoz

«Non, on ne joue pas seulement sur l'apparence! Il est bien clair que la qualité du produit proposé, dans un hôtel comme dans un restaurant, reste primordiale pour attirer le client. Mais la décoration peut faire la différence et, à qualité égale, fera le succès». Accueilli par le journaliste de la Radio Suisse romande Daniel Fazan sur le plateau de

Gastronomia.TV (un concept intéressant sur lequel nous reviendrons), Nicolas Minvielle, fondateur de l'agence parisienne Conseil-Design, a été on ne peut plus clair: pour le commanditaire d'une étude, c'est certainement cette possibilité de différenciation qui joue un rôle primordial.

La satisfaction du client crée la réussite de l'hôtelier

Nicolas Minvielle ne se pose pas pour autant en arbitre des élégances. «Il faut qu'il y ait deux personnes qui soient contentes: le futur client et l'hôtelier, la satisfaction du premier créant la réussite du second.» C'est donc l'hôtelier qui doit impérativement poser la problématique, qui doit définir quel type de clientèle il veut toucher en fonction de son environnement, de la clientèle existante en cas de réaménage-

ment, de la concurrence aussi. C'est bien dire que la possibilité de «dévier» reste forte.

Le risque, quel que soit l'hôtel, serait de trop l'ancrer dans des codes qui passent très vite de mode. Avec cette difficulté supplémentaire que, pour la plupart, les commanditaires peinent à définir ce qu'ils veulent. D'où l'utilité d'une entreprise de conseil. Pour la société parisienne Conseil-Design, la marche à suivre passe tout d'abord par l'étude détaillée des besoins qui durera de deux à trois mois. Viendra ensuite la recherche de partenaires pour laquelle elle travaille sur réseau de connaissances ou de recommandations. De là, naît une nouvelle difficulté, déclare Nicolas Minvielle: «Si l'on peut certes travailler sur des critères objectifs comme la renommée du décorateur, il reste néanmoins une foule de détails subjectifs à prendre en compte,

ne serait-ce que le contact entre le décorateur et le mandant qui peut ne pas aller de soi.»

Des projets présentés avec des images virtuelles

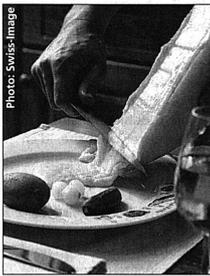
Fort heureusement, grâce à des présentations virtuelles, les images numériques permettent aujourd'hui d'éviter de trop grands «couacs». Ce qui ne veut pas dire que ces derniers n'existent pas. «Chaque projet engendre une nouvelle approche, une nouvelle culture de projet, conclut Nicolas Minvielle, et si l'expérience peut résoudre bien des problèmes, elle ne sert plus lorsqu'il s'agit de trouver l'adéquation entre l'envie du client et le souhait de l'hôtelier.» Pour des sommes qui, quoiqu'il paraisse, ne représentent que quelques petits pour cent de l'aménagement global.



■ Nicolas Minvielle, conseiller en décoration. Photo: Jean-Jacques Ethenoz

Campagne Vin & Gastronomie

■ **Suisse Tourisme.** En 2007, dans la nouvelle édition de la campagne Vin & Gastronomie, Suisse Tourisme réunira les « aspects culinaires et émotionnels » de la Suisse afin d'offrir au visiteur un produit touristique complet. « Il s'agit là d'une chance supplémentaire pour les organisations de promotion de produits agricoles d'aboutir à une véritable rencontre et d'agir ensemble. Nos portes sont grandes ouvertes », a indiqué Jürg Schmid, le directeur de Suisse Tourisme. **LM**



Nouveautés

■ **Crans-Montana.** Le tourisme et le terroir font de plus en plus l'objet de nouveaux programmes de découverte. Cela est notamment le cas à Crans-Montana. Pendant la saison d'hiver, Crans-Montana Tourisme propose en effet à ses hôtes de visiter tous les jadis plusieurs établis à Randogne et à Montana-Village. Le programme concocté par l'office du tourisme comprend des dégustations de sirops, de vins et de liqueurs de fabrication locale, ainsi qu'un repas valaisan. **LM**

Le nouveau thème a d'ores et déjà été choisi

■ **Hotela Travel Summit.** La 3e édition de l'Hotela Travel Summit vient à peine de se terminer (htr du 2 novembre) que Jean-Claude Genoud, le directeur d'Hotela, dévoile déjà le thème de la prochaine édition. Après «Renouveau? Renouveau!» en 2004, «Oser aujourd'hui ce qui sera demain» en 2005 et «Défi ou risque» cette année, c'est le thème «Les changements culturels» qui a été retenu pour 2007. Plusieurs conférenciers de renom devraient à nouveau être de la

partie. «J'ai déjà quelques noms d'orateurs en tête, mais rien n'a encore été décidé», a expliqué Jean-Claude Genoud. «Il en va de même pour un éventuel changement du nom du Sommet. Celui-ci pourrait s'appeler Hotela Tourism Summit afin de se rapprocher davantage du secteur du tourisme réceptif. Le nom des futurs conférenciers et l'éventuelle nouvelle appellation du Sommet seront ainsi prochainement débattus par le comité d'experts. Celui-ci, présidé par Urs

Bauer, est composé de Christoph Juen, directeur d'hotelleriesuisse, de Hansruedi Müller, directeur de l'Institut de recherche sur les loisirs et le tourisme de l'Université de Berne, de Marco Wyss, directeur de Heidiland Tourisme, de Walter Kunz, directeur de la Fédération suisse des agences de voyages, de Hanna Rychener, la directrice de l'Ecole internationale de tourisme de Zurich, de Kurt Wiprachtinger, président du TTV, et, bien entendu, de Jean-Paul Genoud. **LM**

FORUM

S'inspirer de l'«effet Toscane»

Jürg Schmid*

■ «Partons explorer les montagnes, où la vigne court à flanc de coteaux, où le bonheur vous accompagne, et où le plaisir coule à flots...» Ainsi s'exclame Gottfried Keller en ouverture de son «Chant d'automne». J'aimerais poursuivre et ajouter «... et faisons ensemble la promotion de cette merveille.» Mais ce souhait d'une promotion commerciale commune des produits du tourisme et de l'agriculture, semble rester sans écho. Une fois de plus, ce sont les touristes qui voient le mieux les choses. Ils conçoivent notre pays et ses produits comme un tout. Cependant, cette interdépendance évidente aux yeux de nos invités, semble - indépendamment de synergies manifestes - impossible à concevoir pour nous-mêmes. On sait bien que les amateurs de vin et de fromages potentiellement les plus fidèles



son les touristes ayant connu et appris à aimer ces denrées nobles dans le pays où ils sont produits, à tel point qu'ils veulent y revenir (c'est l'«effet Toscane»). Au niveau national, force est de constater que les voies allant dans le sens d'une coopération entre les organisations œuvrant pour la promotion commerciale des produits agricoles et les organisations de marketing touristique comme Suisse Tourisme sont parsemées d'embûches. Certes, pour certains projets, la collaboration est déjà au rendez-vous, mais dans l'ensemble, nous sommes aussi éloignés d'une coopération complète et intégrée que l'Emmental l'est du fromage de soja. Dans ce contexte, il n'est donc pas surprenant que les promoteurs de produits agricoles se refusent à participer à une promotion nationale coordonnée. En tant que professionnels du tourisme, nous sommes reconnaissants aux agriculteurs suisses de la manière exemplaire dont ils prennent soin de la nature et apprécient l'effet sur nos hôtes de la vision des plus belles vaches et des plus beaux villages. Peut-être ne l'exprimons-nous pas toujours avec suffisamment de clarté. Nous sommes pourtant d'avis que le vin et le fromage font aussi partie intégrante de l'expérience touristique et, à ce titre, sont des ambassadeurs à part entière de notre pays, tout comme notre pays est un ambassadeur pour ces produits. Quoi de plus naturel alors que la promotion conjointe du pays et des produits de son terroir?

* Directeur de Suisse Tourisme

Crans-Montana

Arrêter la spirale des lits «froids»

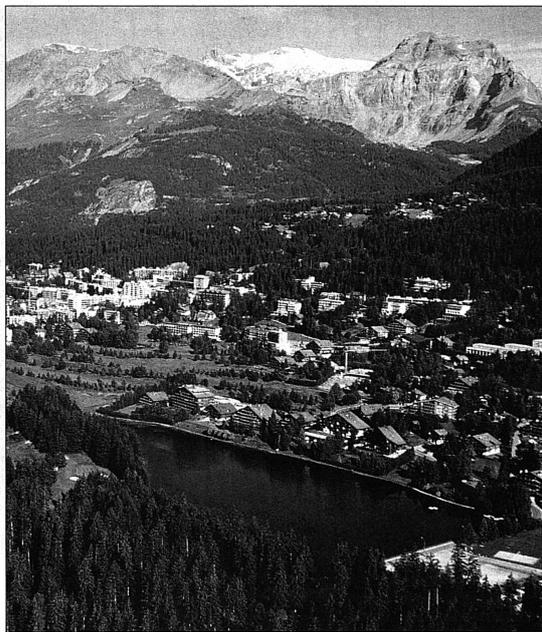
■ Le 70% des nouvelles constructions devra être occupé toute l'année, mais le constructeur pourra acheter le droit d'attribuer jusqu'à 65% de la surface du bâtiment à des résidences secondaires. Tel est le projet sur lequel votera Crans-Montana en janvier.

Danielle Emery Mayor

Il se construit en moyenne chaque année à Crans-Montana 14 000 m² d'appartements et chalets pour des résidences secondaires. La région a déjà épuisé les deux-tiers de ses zones à bâtir. On compte aujourd'hui à peine 2500 lits hôteliers, contre 33 000 lits de résidences secondaires dont 7000 sans doute jamais occupés! «L'attrait touristique de Crans-Montana est en danger», lancent les autorités qui ont décidé d'agir et de réglementer les constructions. La station veut privilégier les lits marchands et permettre aux habitants de se loger à des prix abordables en station, sans toutefois porter un coup fatal à la construction de résidences secondaires.

Des quotas pour l'occupation à l'année

Si les citoyens des communes de Crans-Montana l'acceptent, le 70% des nouveaux immeubles devra être habité toute l'année ou utilisé par des commerces, des bureaux, des surfaces artisanales ou hôtelières, ou encore être systématiquement mis en location. Cette règle concerne également les agrandissements et lorsqu'un hôtel est transformé en immeuble résidentiel. Toutefois, le constructeur pourra acheter, moyennant une taxe de remplacement, le droit d'attribuer jusqu'à 65%



■ **Crans-Montana.** Les communes du Haut-Plateau ont édicté toute une série de mesures afin de stopper la spirale des lits «froids». Photo: Crans-Montana Tourisme

de la surface du bâtiment (44% dans les centres) à des résidences secondaires. Les maisons individuelles seront également taxées si elles ne sont pas habitées toute l'année ou mises en location.

En plus de ces quotas, les communes disposeront d'un contingentement annuel de mètres carrés pour les résidences secondaires qu'elles attribueront au fur et à mesure des de-

mandes. Ce règlement n'instaure pas de zones réservées aux hôtels: chaque commune peut agir sur son territoire. Lens, par exemple, va proposer en décembre à ses citoyens une modification de l'affectation de la zone au départ de la télécabine de Crans-Cry d'Err en lui attribuant une double mission de zone d'intérêt public et de zone hôtel. Randogne pourrait en faire

de même dans le secteur d'arrivée du funiculaire Sierra-Crans-Montana.

L'hôtellerie, un secteur d'intérêt public

Les autorités ont déjà inscrit le soutien à l'hôtellerie dans leur planification, plus précisément dans le Plan directeur intercommunal. Elles ont présenté hier leur projet de doter la région de bases légales pour relancer le tourisme: «Avec l'Association des communes de Crans-Montana et ce nouveau règlement qui permet de trouver des fonds grâce à la taxe de remplacement, notre région aura tous les atouts en main pour mettre en place des conditions cadres en faveur de l'hôtellerie», souhaite le président Fernand Nanchen. Les communes investissent dans le tourisme de Crans-Montana près de deux millions de francs par année. Grâce à l'argent rapporté par ceux qui voudront acheter le droit de construire des résidences secondaires au-delà des 30% autorisés, la collectivité financera des infrastructures touristiques, soutiendra des événements rendant la station dynamique et permettra ainsi à ses habitants de vivre du tourisme.

Ce fonds servira aussi à remettre en état des appartements existants pour les destiner à la location ou construire en partenariat un parking pour répondre aux besoins d'un hôtel pour ne citer que deux exemples. La décision est maintenant dans les mains des citoyens qui voteront en janvier. Pour mettre en place ce nouveau règlement, les communes ont décidé de prolonger d'un an les zones réservées en «gelant» le traitement de tout dossier de construction de résidences secondaires. Mais ce «moratoire» sera levé dès l'homologation par le Conseil d'Etat, voire dès la votation de janvier.

D'autres infos sur www.sixieme-dimension.ch

Révision de la loi valaisanne sur le tourisme

L'impôt cantonal ne fait pas l'unanimité

■ Le canton a pris connaissance des résultats de la procédure de consultation sur l'avant-projet de la loi sur le tourisme. Le Grand Conseil devrait se prononcer au printemps sur un projet de loi qui tient compte des remarques formulées lors de la consultation.

Laurent Missbauer

La consultation effectuée sur l'avant-projet de loi sur le tourisme, rédigé par la commission extraparlamentaire, a fait l'objet d'un «débat vif et franc sur

l'avenir du tourisme valaisan», pour reprendre les termes utilisés dans le communiqué de presse diffusé la semaine passée par le Conseil d'Etat.

Celui-ci «s'est réjoui de l'intérêt démontré» et, de façon résumée, il a relevé que de nombreux éléments avaient été «très majoritairement acceptés», même s'ils avaient parfois fait l'objet de demandes de précisions ou de légères propositions d'amélioration. Ainsi les notions de concentration des forces et des moyens, essentiellement liées à la restructuration des instances touristiques par la création de régions ou de plus grandes destinations, ont rencontré un «appui marqué». En revanche, la volonté d'introduire un impôt cantonal

sur la base du chiffre d'affaires, perçu auprès de toutes les entreprises bénéficiant de façon directe ou indirecte de l'activité touristique, a reçu un accueil qualifié de «pour le moins mitigé».

Un groupe de travail sans aucun hôtelier

De nombreuses prises de position ont en effet demandé de modifier les articles relatifs à cet impôt cantonal. Certains demandent même de l'abandonner. En fonction de ces remarques, le Conseil d'Etat a décidé de continuer la révision de la loi sur le tourisme sur la base des travaux de la commission extraparlamentaire. Afin de permettre

un avancement «rapide et efficace des travaux», un groupe de travail a été nommé.

Ce groupe de travail ne comprend aucun hôtelier, mais réunit François Seppely, chef du Service de l'économie et du tourisme, Fernand Nanchen, président de la commission extraparlamentaire, Roland Imboden, directeur de Zermatt Tourisme, Manu Broccard, directeur de Cœur du Valais, Maurice Tornay, expert fiscal, Peter Furger, consultant économique, ainsi que Raphaël Granger, directeur de Chablais Tourisme. L'objectif visé est que le Grand Conseil puisse se prononcer ce printemps lors d'une première lecture consacrée à ce projet de loi.

Dégustation à St-Maurice (VS)

Que sera syrah!

■ Vendredi 17 et samedi 18 novembre, pour la deuxième année consécutive, la syrah sera à l'honneur à St-Maurice, à la Maison de Famille de Vérolle.

Pierre Thomas

Cela fait exactement 80 ans que le cépage rhodanien a été implanté en Valais. Ramené de Tain-l'Hermitage, entre Lyon et Valence, par le fameux Dr Henri Wuilloud en 1926, ce cépage rouge a petit à petit conquis le Vieux-Pays. Mais comme il a failli disparaître en Côte-Rôtie dans les années 1960, il n'a vraiment colonisé le Valais qu'à partir des années 1990, passant d'une vingtaine d'hectares à plus de 130 aujourd'hui. La manifestation aignoise permet une passionnante comparaison sur la base d'un seul cépage.

Vingt-quatre producteurs seront présents, soit deux fois plus que l'an passé. Une grande majorité de Valaisans, avec André Fontannaz, de Vétroz (Cave La Madeleine) comme invité d'honneur, parce qu'il est le plus titré des vigneron valaisans aux Labels Nobilis 2005. Les organisateurs assurent n'avoir sélectionné que des producteurs qui ont brillé dans ce championnat valaisan et dans les concours internationaux, parmi eux, Simon Maye et Fils, pionniers de la syrah à Chamossin, Gilles Besse (Syrah Cayas) à Vétroz ou Gérald Besse, à Martigny-Combe.

Trois producteurs des Côtes-du-Rhône septentrionales feront le voyage avec des côtes-rôties de plusieurs millésimes: les jeunes Yves Cuilleron et Yves Gangloff et le Domaine de Bonserine. Concours de dégustation, où il faut reconnaître le millésime des syrahs, et «invité surprise» complètent l'offre, restreinte au vendredi 17, de 15h à 19h et au samedi 18, de 10h à 18h.

Infos supplémentaires: www.lasyrah.ch

EN BREF

Du vin à l'arsenal

■ Yverdon-les-Bains. Des organisateurs locaux se lancent, à Yverdon-les-Bains, dans un premier salon des vins, du jeudi 16 au dimanche 19 novembre. Une soixantaine de vigneron sont annoncés dans 45 stands, à l'Arsenal du chef-lieu du Nord vaudois. Les Artisans suisses de la vigne et du vin, Luc Masy, président de la Baronnie du Dézaley, Jean-Luc Blondel (Lavaux), Charly Blanc et fils (Yvorne), les domaines de La Côte, La Capitaine de Chantegrive, quelques Valaisans émergents, comme le Domaine Les Cailles, et des Tessinois, les Fratelli Corti et Agriloro et le Broyard Meinrad Perler, sont notamment annoncés, avec un invité d'honneur, Castelbaudary, ses vins du Sud-Ouest français et son... cassoulet. Arsenal et cassoulet: ça va faire boum! Et tirer à boulets rouges sur Arvinis, le salon du printemps, à Morges, dont les jours sont comptés, dans les années qui viennent, avec la disparition des halles CFF. Ceux qui, ce même week-end du 18 novembre, confondront Yverdon avec Morges, Vino Yverdon avec Arvinis se retrouveront à Extasia, la plus grande foire érotique de Suisse... Infos (sur les vins) sur www.vinoyverdon.ch. **PT**

NOTA BENE

■ Prochaine page «Bon à boire». La rubrique «Bon à boire» paraît tous les deuxièmes jeudis de chaque mois. La prochaine parution est donc agendée au jeudi 14 décembre. **LM**

Le concours (et guide) national des vins à Gastronomica

Un étonnant panachage national

■ Laissez faire les chiffres et vous aurez un résultat aussi surprenant qu'un tirage de loterie... Ainsi peut-on juger le palmarès du troisième concours des vins suisses, tenu secret jusqu'à mardi à midi, au Salon Gastronomica, à Lausanne, où il a été proclamé.

Pierre Thomas

Même si les organisateurs - Vinea pour le compte de l'officialité vitivinicole - ont refusé de rendre publiques les notes des vins dégustés cet été à Sierre, le palmarès est bâti sur les meilleurs résultats chiffrés. Impossible de savoir si les 28 vins primés ont creusé un gros écart sur les 82 vins qui ont aussi obtenu une médaille d'or, avec plus de 90 points sur 100. L'exercice de la dégustation restant strictement humain, voilà qui relativise ce palmarès...

Les vins valaisans ont logiquement été en force

Les Valaisans, en 2004 surtout, dans le trophée du magazine Vinum, et en 2005, un peu moins, avaient dominé la compétition, voulue par la défunte Swiss Wine Communication pour promouvoir les vins en Suisse et à l'étranger. Cette année encore, en remportant le grand prix et quatre des dix catégories, les producteurs du plus grand canton viticole suisse (un tiers des 15 000 hectares plantés) font la course en tête. Le titre (officieux) de champion suisse revient à un jeune Sierrois, Serge Heymoz, de la Cave des Sentes. Son vin doux, «Sentes Nobles» 2004, est le mieux noté de tout le concours. Dans cette catégorie des vins doux, carton plein des valaisans, avec, en sus du gagnant, l'ami de Vétroz Grand Cru 2005 d'Hervé Fontannaz de la Cave de la Tine, à Conthey, et la petite arvine Sous l'Escalier 2004, du Domaine du Mont-d'Or, à Pont-de-la-Morge, un trio qui a fière allure. De même l'autre tiers valaisan, parmi les «autres cépages rouges», avec un cornalin 2004 en barriques du réputé Claudy Clavien, de Miège, devant la syrah 2005 en barriques des frères Philippoz, à Leytron, et un cabernet franc 2004 de Damien et



■ Les lauréats de la catégorie «autres cépages rouges». Les vainqueurs, avec leur diplôme, sont tous Valaisans (de g. à dr.): André Philippoz (Leytron), Claudy Clavien (Miège), ainsi que les frères Damien et Manfred Cina (Salquenen). Photo: Régis Colomb

Manfred Cina, à Salquenen (Domaine Fernand Cina). Ce tableau «13 étoiles» est complété par un Gros Rhin en barriques 2005 du Caveau de Salquenen, Gregor Kuonen et fils, et un brut du Valais 2002 de Jacques Germainier, victorieux parmi les vins blancs secs et les mousseux.

Deux champions vaudois et c'est tout!

Les Vaudois doivent se contenter de deux vainqueurs, sans la moindre place d'honneur. D'abord, en chasselas, un Daley, Villette du Domaine Piccard, un petit producteur, devant les non moins surprenants Neuchâtelois de la Cave des Coteaux à Cortaillod et Biennois (de Gléresse) Beat Burckhardt (que des 2005). Pas le moindre fendant Et, en gamay, celui de l'Association viticole d'Aigle devance deux vins genevois, des domaines des Abeilles d'Or à Satigny et de la Mermière, à Soral, tous en 2005. Les Genevois font très fort dans les accessits, avec le pinot noir La Croix 2004, de Bernard Cruz, à Bernex, deux

mousseux, l'Ambroisie 2004 de Stéphane Gros, de Dardagny et La Folie du Domaine des Graves à Athénaz, deux barriques montantes, sans oublier deux vainqueurs de catégorie, le Rose des Vignes 2005 du Domaine des Esserts à Dardagny, un rosé; l'autre parmi les (rares) vins de liqueur, avec L'Essentiel 2004, du Domaine des Curiades à Lully.

Les vins alémaniques encadrent le pinot noir genevois, avec un zurichois vainqueur (Weingut Gehring à Frei-

stein) et un argovien 3e (Fehr & Engeli à Ueken). Quant aux Tessinois, ils monopolisent le merlot, «Il Quercetto» barriques 2003 de Terreni alla Maggia coiffant au poteau ce classique qu'est le «Sassi Grossi» 2003, de la maison Gialdi.

Un champion absolu, 28 vins distingués, sur cent médailles d'or: la sélection est sévère (malgré les 335 médailles d'argent) quand on sait qu'ils étaient plus de 3000 partants pour ces dégustations qui ont jalonné l'année.

2e «Guide des vins suisses»: un guide qui ratisse large

■ Avec les brefs portraits de 600 «entrepris», la deuxième édition du «Guide des vins suisses» a plus de risques d'égarer le lecteur dans des chemins de traverse que de le ramener à l'essentiel d'une sélection pour constituer une cave privée. Il s'agit là d'un reproche qui avait déjà été fait à la première édition, il y a deux ans. Mais le panorama est vaste, avec force énumération de vins, y compris les

mieux du Concours national 2006. L'idée d'en publier le pointage a été abandonnée, pour éviter toute «parkérisation» (du nom du fameux gourou tétusien) à la suisse. On ne contestera toutefois pas à l'ouvrage son poids de renseignements sur 540 pages. Vendu au prix de 35 francs, le guide est édité par Ringier Romandie, à 14 000 exemplaires en français, en allemand et, pour la première fois, en italien. **PT**

Monodor

Un concept pour des vrais cafés longs

■ Fini les cafés «longs» obtenus en ajoutant tout simplement de l'eau à un café express. Déjà créateur du concept des capsules, Eric Favre, de Monodor, vient de lancer une machine expressément conçue pour cette boisson particulièrement prisée par les Suisses.

Jean-Jacques Ethenoz

Entre café-crème, renversé, capuccino et viennois, 90% des cafés bus en Suisse, et particulièrement en Suisse allemande, sont des cafés «longs». Or, on le sait, destinées à l'espresso surtout, la plupart des machines à café «de ménage» proposées sur le commerce supportent assez mal les surchauffes et les surpressions engendrées par un tirage prolongé. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle - hormis un récent modèle Nespresso destiné aux professionnels qui commence à s'implanter - elles ne sont guère utilisées dans les établissements publics. Cela pourrait ce-

pendant changer. Déjà inventeur des capsules Nespresso justement, des Lavazza Blue et des Migros Delizios, Eric Favre, le fondateur de Monodor, une société basée à Saint-Barthélemy près d'Echallens (VD), vient de présenter son nouveau concept «New Generation», une nouvelle série de machines et de capsules adaptées au café «long».

Un savant dosage de café associé à l'eau et à l'air

Cette nouvelle série s'appuie toujours sur le principe qui a fait le succès de ses précédentes créations: c'est un savant dosage de café associé à l'eau et à l'air qui fait la qualité de la mousse. Il précise: «Je n'invente pas une capsule, mais un concept. En effet, le meilleur café est obtenu grâce à une pression, qui est calculée de manière très précise, de l'air à travers l'eau et le café, ce qui réveille tous les arômes et crée la mousse. C'est à ce travail d'extrême précision que je m'attelle depuis un peu plus de trente ans».

Directrice exécutive de Monodor, Nicole Favre insiste sur le caractère éco-

logique de ces nouvelles capsules: «Elles sont en plastique, 100% combustible et non-polluantes, puisque dès sa création, notre société a banni l'aluminium. Nous avons en effet à cœur de respecter l'environnement.» Autre atout des nouvelles machines: pour répondre aux habitudes des consommateurs de cafés longs, «New Generation» propose également une nouvelle capsule, avec une torréfaction et une mouture spéciale, permettant de conserver l'arôme de la boisson, en évitant que ce café ne soit pas simplement dilué dans un plus grand volume d'eau.

Voilà pour ce nouveau concept. Mais Eric Favre n'en reste pas là. Dès 2007, mais sans autre précision sur la date, sa société lancera - sur le marché asiatique dans un premier temps - un nouveau concept: Tpresso, une machine tout aussi révolutionnaire exclusivement réservée au thé et non plus bimode (café-thé) évitant que les résidus de café restés dans la buse de tirage ne viennent souiller le premier thé tiré. Là aussi, il promet du vrai thé, des variétés sélectionnées spécialement hachées pour sa machine.



■ Monodor vient de lancer une machine expressément conçue pour les cafés «longs». Photo: Monodor

Gastronomia Design Award

■ **Lausanne.** Organisé pour la première fois cette année, le Gastronomia Design Award a été décerné mardi à l'Hôtel des Trois Couronnes à Vevey. Celui-ci, en compétition avec le Grand Hôtel Bellevue de Gstaad, le complexe thermal de Vals (GR) et The Hotel à Lucerne, a notamment été distingué pour avoir très bien su marier le caractère historique de l'hôtel, construit en 1842, à la modernité de son spa «qui a conquis le jury par son élégance et par la qualité de son architecture». «Le

Gastronomia Design Award a pour ambition de récompenser les importants efforts entrepris par les hôtels suisses afin de consolider leur prestige au niveau mondial», a expliqué Christian Marich, le président du Salon Gastronomia. Le jury du Gastronomia Design Award, présidé par Pierre Keller, directeur de l'ECAL, était notamment composé de Bernadette Brabeck-Letmathe, architecte d'intérieur, et de Stefan Fraenkel, directeur-adjoint de l'Ecole hôtelière de Lausanne. LM

Un «record»

■ **Bulle.** La 7e édition et première automnale du Salon suisse des goûts et terroirs, qui s'est terminée dimanche, a enregistré un «record d'affluence» estimé à plus de 35 000 visiteurs par les organisateurs. «Le déplacement des dates, de la Fête-Dieu à l'automne, mais aussi les animations de qualité offertes par les invités spéciaux tels que l'Alsace, le Valposchiavo ou encore l'Ecole hôtelière de Glion», expliqueraient, selon les organisateurs, ce «record de visiteurs». LM

Verbier «station de l'année» au Royaume-Uni

■ **Verbier.** Le «Great Skiing Guide», publié chaque année par les journalistes Peter et Felice Hardy, a sacré Verbier «station de l'année 2007». Ce titre, «décerné notamment sur la base d'une enquête auprès des lecteurs du guide», a été remis la semaine passée à Londres par Peter Hardy à Patrick Messleier, directeur de Verbier Tourisme, en présence d'Eric Balet, directeur de Téléverbier, et de Pierre-Yves Délèze, responsable des relations publiques de Verbier Tourisme (de g. à dr.). LM



Lausanne Tourisme

Une première

■ **Lausanne Tourisme** a organisé pour la première fois le week-end dernier un «rallye découverte» destiné aux organisateurs de congrès de Bâle et de Zurich.

Laurent Missbauer

A l'image un peu du Switzerland Meeting Trophy du Switzerland Convention and Incentive Bureau de Suisse Tourisme, Lausanne Tourisme a mis sur pied le week-end dernier un «rallye découverte» auquel ont participé 36 décideurs et organisateurs de congrès. «Après les avoir conviés à des soirées d'information à Bâle et à Zurich, nous les avons invités à découvrir sur place les atouts de Lausanne en matière de



■ **Les vainqueurs du rallye à l'heure des récompenses.** Photo: Alexa Züllig/LT

salles de conférences, d'incentives et d'hôtels de congrès», a expliqué Julia Kuchenmüller, déléguée à la promotion de Lausanne Tourisme.

«Avec nos partenaires - la CGN, l'Hôtel Mövenpick, le Lausanne Palace, le Beau-Rivage Palace, Beaulieu et le Musée olympique, nous leur avons proposé un «rallye découverte» qui a rencontré beaucoup de succès. Répartis en neuf équipes composées de quatre personnes, les participants ont en effet pu visiter nos infrastructures tout en s'amusant et les échos ont été très positifs. De nombreux participants nous ont avoué avoir déjà participé à de tels événements à l'étranger, mais que c'était la première fois qu'on les avait conviés à une telle manifestation en Suisse», a relevé Julia Kuchenmüller.

LES GENS

■ **Le service de presse de Suisse Tourisme (ST)** a un nouveau collaborateur en la personne de **Roger Waber** qui s'était notamment occupé cette année des relations avec la presse lors de la réouverture de l'Hôtel des Trois-Rois à Bâle. Il succède à **Oliver Kerstholt** qui, après avoir passé quatre ans au service de presse de ST, reprendra à partir du 1er février le bureau de ST à Hambourg. Il y succèdera à **Heidi Freiburghaus** qui partira à la retraite après avoir travaillé pendant plus de vingt ans pour ST. LM

Gastronomia

Les «Sésames» pour la 10e fois



■ **Les deux couples vainqueurs.** Lauriane Gilliéron, ambassadrice de l'OTV, a remis les Sésames de l'accueil de l'hôtellerie et de la restauration à Käthi et Otto Gerber-Gruber (à g.), ainsi qu'à Ann et Patrick Gazeau. Photos: Jean-Bernard Sieber et Laurent Missbauer



■ **Othmar Mueller** (à g.), Fondation Pro Gastronomia, et Ruud Reuland, EHL.



■ **Annie et Claudio Casanova**, vice-président d'hôtellerie suisse.



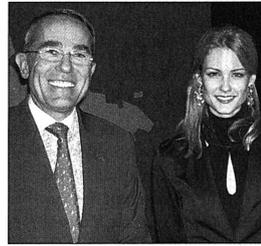
■ **Susan et Hervé Fournier**, directeur de l'Institut hôtelier César-Ritz.

Huit lauréats et une ambassadrice de charme

■ **Le millésime 2006 des Sésames de l'accueil** est à marquer d'une pierre blanche. Cette distinction nationale, récompensant tous les deux ans quatre hôtels et quatre restaurants dont la qualité de l'accueil est remarquable, a en effet été décernée lundi, au Salon Gastronomia, pour la dixième fois consécutive depuis 1988. Pour célébrer dignement cette 10e édition, c'est Lauriane Gilliéron, Miss Suisse 2005 et ambassadrice de charme de l'Office du tourisme du canton de Vaud, qui a récompensé les huit lauréats (cf. page 3). On notera encore que cette 10e édition a également permis de rendre hommage aux deux principales cheilles ouvrières des Sésames de l'accueil: Erica Cabello, de Beaulieu, et Micheline Asfa-Vaudroz, de la Fondation Nestlé Pro Gastronomia. Toutes deux ont en effet préparé chacune des dix éditions et, à ce titre, ont été félicitées par Edouard Debétaz, le directeur de Beaulieu, déjà présent lui aussi en 1988, et par Othmar Sorgenfrei, l'ex-directeur de la Fondation Pro Gastronomia qui a cédé son poste cet été à Othmar Mueller. LM



■ **Anne-Marie et Philippe Sèvegrand**, finalistes dans la catégorie des hôtels.



■ **Lauriane Gilliéron**, ex-Miss Suisse, et l'hôtelier lausannois Jacques Pernet.

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

■ **Les nouvelles exigences des hommes d'affaires.** La clientèle d'affaires constitue une des principales sources de revenus pour certains hôtels. Les exigences de cette clientèle ne sont cependant plus ce qu'elles étaient il y a encore quelques années. Une enquête récemment effectuée année aux Etats-Unis révèle qu'une connexion Internet à haut débit figure aujourd'hui à la première place des priorités des hommes d'affaires en déplacement. En revanche, le minibar n'arrive qu'en onzième position. Les hommes d'affaires préfèrent en effet faire appel au service en chambre, une prestation qui arrive à la 6e place et qui leur permet de se faire livrer le club-sandwich qu'ils grignoteront tout en restant sur Internet. Le service en chambre se place juste devant la présence d'une machine à café dans la chambre, un équipement que l'on trouve déjà dans de nombreuses chaînes d'hôtels de luxe. LM

Page 9

■ **Moins d'argent pour la Société suisse de crédit hôtelier.** La commission des finances du Conseil national a décidé de n'allouer à la Société suisse de crédit hôtelier que dix millions de francs au lieu des 20 millions accordés jusqu'ici. Andreas Deuber, le directeur de la Société suisse de crédit hôtelier, n'a pas manqué de déplorer cette décision. LM

Page 10

IMPRESSUM

hotel-tourismus revue

Fondé en 1892

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

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

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

Edition:
Cheffe d'édition: Iris Strebel.
Annonces de l'emploi: Marc Moser.
Publicité: Michael Müller, Bèda-Urs Schönenberger

Impression:
Büchler Grafino AG, Druckzentrum Berne

Tirage:
Contrôle REMP 2005/06: tirage vendu: 11 829; tirage gratuit: 1289; 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: Monbijoustrasse 130, case postale, 3001 Berne.
Rédaction: (Lettres de lecteurs, les gens etc.)
Tél. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24,
E-Mail: redaktion@htr.ch

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

Annonces:
Tél. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23,
E-Mail: inserte@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

GASTRO SUISSE
JOB SERVICE
SUCHEN? VERMITTELN? FÖRDERN!
WIR SUCHEN

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

WWW.GASTRONET.CH

044 225 8090
gastronet@gastronet.ch

GASTRONOMIE-HOTELLERIE

New Challenge
Personalberatung + Vermittlung

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

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

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

Beratung Selektion Vermittlung

Gastro ob

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

INHALT / SOMMAIRE

Kaderstellen	3
Deutsche Schweiz	4 - 9
Swizzera italiana	
International	
Stellengesuche	10
Suisse romande	9
Marché international	
Demands d'emploi	9

**** Hotel, Seminar- und Kongresszentrum SEEDAMM PLAZA, direkt am Zürichsee, 142 Zimmer mit 230 Betten, rund 40 Seminar- und Kongressräumlichkeiten, Top-Infrastruktur, zwei à la carte Restaurants, einem grossem Bankettbereich bis 1000 Personen und dem Casino Zürichsee.

Reservations Crack!

«The 8.00 fill 17.00 Job - Ihre Herausforderung in unserer Schlüsselposition!»

Sie verfügen über eine abgeschlossene Ausbildung in der Hotellerie und haben mehrjährige Erfahrung in der Reservation oder in der Touristik gesammelt. Für unsere Geschäftspartner, Gäste und Mitarbeiter sind Sie die kompetente Ansprechperson in allen Belangen der Zimmerreservation.

Fundierte Computerkenntnisse setzen wir voraus, idealer Weise ist Ihnen der Umgang mit Fidelio Opera oder Fidelio Suite 8 vertraut. Im weiteren sind Sie als Einzelspieler absolut eigenverantwortlich, verfügen über ein selbstsicheres, aufgeschlossenes und freundliches Naturell.

Nebst der deutschen, beherrschten Sie die englische und französische Sprache in Wort und Schrift und sind ein Kommunikations- und Organisationsstalent. Eintritt Dezember 2006.

Unser Rooms Division Manager, Hans-Werner Kölzer, informiert Sie gerne über alle weitere Einzelheiten. Tel. 055 417 17 80.

Ihr komplettes Dossier, inkl. Lebenslauf, allen Zeugniskopien und Farbfoto senden Sie bitte an: SEEDAMM PLAZA, Ursula Keist, Team Coach, Seedammstrasse 3, 8808 Pfäffikon, Tel. 055 417 17 83, e-mail: ursula.keist@seedamm-plaza.ch

Lust zum surfen? Unter www.seedamm-plaza.ch

SEEDAMMSTRASSE 3, CH-8808 PFAFFIKON SZ
TELEFON +41 55 417 17 17, FAX +41 55 417 17 18
info@seedamm-plaza.ch, www.seedamm-plaza.ch

PARK HÔTEL
WINTERTHUR ****

Haben Sie Ihre Karriere schon gestartet?

Das attraktive Restaurant Bloom mit Bar/Lounge gehört zum Park Hotel Winterthur, dem führenden Businesshotel der Region. Zur Vervollständigung unserer Küchenbrigade suchen wir per 1. Januar 2007 einen hoch motivierten

Demi-Chef de Partie (w/m)

Ihr Aufgabengebiet umfasst die Produktion und Fertigung unserer internationalen Küche, welche exotische Köstlichkeiten mit bewährten Klassikern verbindet.

Freiheit, Freude, Harmonie: Diese Grundsätze leben wir und verwöhnen so unsere Gäste und Mitarbeiterinnen. Vertrauen und Transparenz sind nicht nur Lippenbekenntnisse, sondern gelebte Führungsgrundsätze. Wir haben hochgesteckte Ziele. Sie helfen mit bei der Umsetzung!

Sie haben Ihre Kochlehre erfolgreich abgeschlossen und können es nun nicht erwarten, mit vollem Einsatz in einem erstklassigen Betrieb Ihre Karriere zu starten. Sie sind loyal, ausgeglichen, flexibel, kreativ, zuverlässig, arbeiten selbstständig und pflegen einen einwandfreien Umgang mit Ihren Mitmenschen. Dann freuen wir uns, Sie schon bald kennen zu lernen!

Leola Jaksch
Martin Studer, Hoteller

Bitte richten Sie Ihre aussagekräftige Bewerbung mit Foto an:
Eva Heller, Stv. Direktorin, eva.heller@phwin.ch

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

LE VIEUX MANOIR

Herzlich willkommen im
Hotel Le Vieux Manoir au Lac

Suchen Sie eine neue Herausforderung in einem idyllischen Landhaus direkt am See, im Herzen der Natur?

In unserem einzigartigen ****-Hotel-Restaurant mit 34 Zimmern und einer modernen, französischen Küche haben wir für die kommende Saison 2007 die Stelle des

MAÎTRE D'HÔTEL
neu zu besetzen.

Zu Ihren Aufgaben gehören:
Den Arbeitsablauf optimieren,
Mitarbeiterführung, Schulungen von Mitarbeitern und das Controlling.

Sie sind eine gepflegte, aufgeschlossene Persönlichkeit, die mit einem anspruchsvollen Publikum umgehen kann.

Zudem verfügen Sie über Berufserfahrung und D/F zählen zu Ihren Stärken.

Fühlen Sie sich angesprochen?
Gerne erwarten wir Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Juliane Bock
Human Resources

RELAIS & CHATEAUX
Relais Gourmands

LE VIEUX MANOIR AU LAC
CH-3280 Meyriez-Murten
Tel. 026 678 61 61
www.vieuxmanoir.ch
welcome@vieuxmanoir.ch

St. Gallen-Bodensee Tourismus ist für die nationale und internationale Vermarktung von 21 Destinationsgemeinden mit der Kultur- und Universitätsstadt St. Gallen zuständig. Das Tourismusprofil der Region soll durch eine konsequente Stärkung des Bildungs-, Kongress- und Kulturtourismus markant geprägt werden. In der Vermarktung kommt den neuen Medien eine Schlüsselrolle zu. Strategische Kooperationen mit Ostschweiz Tourismus, Congress Events St. Gallen und der IG Standortförderung St. Gallen machen unsere Aufgabe besonders abwechslungsreich und herausfordernd.

Von unserer/unserem neuen

Direktorin/Direktor

erwarten wir ein marktorientiertes unternehmerisches Denken und Handeln, Erfahrung in der Tourismusbranche und/oder in der Standortförderung sowie die Fähigkeit, ein Team mit 12 Mitarbeitenden zu führen.

Wenn Sie über sehr gute kommunikatorische Fähigkeiten verfügen, Englisch und Französisch in Wort und Schrift beherrschen, eine qualifizierte Aus- und Weiterbildung im Bereich Management oder Tourismus absolviert haben, Leadership in der touristischen Entwicklung von Stadt und Destination anstreben, offen sind für die Erweiterung des touristischen Kerngeschäftes, Motivieren und Coachen als selbstverständliche Führungsaufgaben verstehen, über politischen Instinkt verfügen und Ihnen Networking Spass macht, sollten Sie sich bei uns um die Nachfolge des altershalber zurücktretenden Direktors bewerben.

Ihre Unterlagen erwarten wir gerne bis spätestens zum 30. November 2006 an René Romanin, Präsident St. Gallen-Bodensee Tourismus, Aetschbergstrasse 29, 9014 St. Gallen, Tel. P 071 260 24 10, G 071 226 32 12 oder elektronisch an rene.romanin@bluewin.ch.

Häberli's
SCHÜTZENHAUS

Häberli's Schützenhaus ist ein moderner Gastronomiebetrieb vor den Toren der Stadt Bern mit Brasserie, Gourmet und Bankettsaal. Eine gedeckte Sonnenterrasse sowie die Vinothèque ergänzen das Angebot.

Für die Unterstützung und Ablösung von Fredi Häberli, Küchenchef, und zur Ergänzung unserer Küchenbrigade haben wir per sofort folgende Stellen neu zu besetzen:

Commis de Cuisine / Chef de Partie, 100%

Sind Sie kreativ, belastbar und können sich für eine vielseitige, saisonale Küche mit grossem Fischangebot begeistern, dann sind Sie unser Topkandidat für diese Stelle.

Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung.

LE BISTRO - LA BRASSERIE - LE GOURMET
LES SALLES DE BANQUETS - LE MILLÉSIME
Familie J. & F. Häberli, Münchenbuchsee
Tel. 031 868 89 88, Fax 031 868 89 89
www.haerberlis.com

PARK HOTEL WALDHAUS
films

Eine extravagante Wohlfühlwelt

Vier Gästehäuser im grössten Hotelpark der Schweiz, 2'500 m² SPA & Wellness im mehrfach ausgezeichneten «delight» - spa & beauty, kulinarische Wonnen in sechs Restaurants.

Per sofort suchen wir für unser Chinarrestaurant «Little China» einen asiatischen

Küchenchef

Sie beherrschen die chinesische Küche von Grund auf und bringen mehrjährige Berufserfahrung als chinesischer Koch mit. Sie arbeiten sehr sauber, selbstständig, organisiert und ruhig.

Entzückt - erleuchtet?
Dann gehören Sie in unser Team!

Miriam Schoch, Human Resources, freut sich auf Ihr komplettes Bewerbungsdossier mit Foto.

The Leading Small Hotels of the World

swiss historic hotels

Park Hotel Waldhaus CH-7018 Flims Waldhaus
Tel. +41 (0)81 928 48 07 Fax +41 (0)81 928 48 58
m.schoch@parkhotel-waldhaus.ch www.parkhotel-waldhaus.ch

www.adecco.ch

Making people successful in a changing world

0848 654 321

Adecco
HOTEL & EVENT

Metropol – die Neueröffnung an der Toplage in Zürich

Im Sommer 2007 eröffnen wir im Gebäude der Bank Clariden Leu an der Bärenstrasse/Fraumünstergasse mitten im Herzen Zürichs das Restaurant Metropol. Mit unserem Konzept wollen wir neue Akzente in der Zürcher Gastronomie setzen. Als urbanes Restaurant werden wir aussergewöhnliche Highlights aus der ganzen Welt anbieten. Mit einer einzigartigen Infrastruktur und einer stillvollen Atmosphäre, verbunden mit einem Top-Service, wollen wir eine feste Institution in Zürich werden. Per Frühling 2007 suchen wir für diese neue Institution mit Konferenzräumen, einem à la carte Restaurant auf Gault-Millau-Niveau und einer Café-Bar eine frontorientierte Persönlichkeit als

Geschäftsführer/in

In der Voreröffnungsphase sind Sie vor allem strategisch tätig und sind verantwortlich, die Implementierung unseres Konzeptes zu planen und zu organisieren.

In Ihrer Funktion als Geschäftsführer/in werden Sie diesen Betrieb mit 30 Mitarbeitern nach betriebswirtschaftlichen Grundsätzen sowie auch sozial kompetent führen.

Mit Ihrer langjährigen Erfahrung und Ihrer überzeugenden Ausstrahlung und Persönlichkeit sind Sie der Ansprechpartner für unsere hochstehende Klientel. Sie verfügen über einen administrativen und betriebswirtschaftlichen Background ebenso wie unternehmerisches Denken und Weitsicht.

Haben Sie bereits Erfahrungen mit einer Neueröffnung gesammelt oder hat Sie eine Neueröffnung schon immer gereizt, dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

Kramer Gastronomie
Simone Strässle, Leiterin Human Resources
Herdenstrasse 56
Postfach 1767
8040 Zürich
Tel. 044 406 85 20
www.kramergastronomie.ch

KRAMER
GASTRONOMIE

173489

terrasse

Das terrasse ist der Treffpunkt am Zürcher Bellevue. Vom Frühstück bis zum Late Dinner bieten wir unseren Gästen im Restaurant (140 Sitzplätze), in der Bar (90) oder im Garten (90) eine stillvolle, unkomplizierte Atmosphäre. Ein Miteinander der italienischen und französischen Kulturen belebt diese wunderschönen, jedermann offenstehenden Räume.

Für unser à la carte Restaurant suchen wir **per sofort oder nach Vereinbarung** eine/n

Teamleader/in Service.

Sie sind 25 – 30 Jahre jung, bringen eine **abgeschlossene gastronomische Ausbildung** mit und verfügen über Serviceerfahrung in der gehobenen Gastronomie. Dienstleistungsbereitschaft, Fremdsprachenkenntnisse in Italienisch, Französisch sowie Englisch und Flexibilität zählen zu Ihren persönlichen Stärken. Als GastgeberIn mit Herz führen Sie unser 15-köpfiges Service-Team in allen Belangen.

Zur Ergänzung unseres dynamischen Bar-Teams suchen wir **per sofort oder nach Vereinbarung** eine/n

BarkeeperIn,

der/die aus Berufung Cocktails mixt und die Aufgabe des Gastgebers liebt und **fundierte Berufserfahrung** als BarkeeperIn in einer stark frequentierten Bar ist Voraussetzung, um diese Stelle mit Erfolg zu meistern.

Interessiert? Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen (mit Foto):

terrasse
Tümay Sahin, Geschäftsführung
Limmatquai 3
8001 Zürich
www.bindella.ch

BINDELLA terra vite vita

173558

SCHLOSS BÖTTSTEIN TAFELN · TAGEN · SEIN

Zwischen Baden und Koblenz gelegen, beherbergt das Schloss Böttstein 32 Hotelzimmer, zwei Restaurants, festliche Säle und einen schönen Schlosshof. Nach Vereinbarung ist folgende Position neu zu besetzen

Sous-Chef m/w

Sie verfügen über fundierte Fachkenntnisse und entsprechende Berufserfahrung. Sie unterstützen unseren Küchenchef in allen Bereichen wie z. B. die Einhaltung von Hygiene- und Lebensmittelvorschriften, Bestellwesen, Lehrlingsausbildung usw.

Interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung: Schloss Böttstein, Brigitte Bischofberger, Schlossweg 20, CH-5315 Böttstein.

www.schlossboettstein.ch

173547

St. Stephan / Berner Oberland

Wir suchen ab Mitte Dezember 2006 oder nach Vereinbarung

Koch / Jungkoch

Hotel Restaurant DIANA
Fam. G. Ginggen-Perren
3772 St. Stephan
Tel: 033 722 34 00

173499

CHINESISCHER KOCH GESUCHT

Sie haben Erfahrung in echt chinesisches Küche, auch beim fritieren der Speisen, Organisations-Küchentalent, Fleiss und gute Deutschkenntnisse, freundlicher Charakter und Teamgeist. Für berühmtes China-Restaurant mit gutem Betriebsklima. Bewerbungsschreiben an G. Maxwell, Furgasse 14, 6004 Luzern oder tel. Kontakt: Herr Tan, 079 592 95 89 oder 041 410 10 23.

173502

BEREST AG

Unternehmensführung, Beratung und Treuhand für Hotels und Gastronomie

Erfolg!
Wir sind eine Verwaltungs- und Management-Gesellschaft für gastronomische Betriebe in der Deutschschweiz und suchen Sie:

junge Gastro-Profis m/w
Sie helfen tatkräftig mit, einen trendigen Gastronomiebetrieb erfolgreich zu führen.

Sie sind aufgestellt, **frech, dynamisch, verantwortungsbewusst, engagiert** und zählen **Durchhaltewillen und Durchsetzungsvermögen** ebenso zu Ihren Stärken wie das **Aufspüren von neuen Trends und das Veranstalten von tollen Anlässen.**

Wir erwarten für diese Position eine/n **junge/n Kaderfrau/-mann** mit Wirtepatent. Der Bereitschaft für **frontorientierte Arbeitseinsätze** ausserhalb von Bürozeiten stehen tolle Verdienstmöglichkeiten gegenüber.

Wer **wagt gewinnt!** Rufen Sie mich an oder senden Sie mir direkt Ihre Unterlagen mit Foto:

Roland Högger
BEREST AG
r.hoegger@berest.com
www.berest.com

Thannerstrasse 30 • 4009 Basel
Telefon 061 228 95 55
Fax 061 228 95 59

Herzlich willkommen
In einem Top-Landgasthof, Nähe Zürich, haben Sie die Möglichkeit die Stelle als

Küchenchef/in

mit einer topmotivierten Mannschaft mit acht Mitarbeitern zu übernehmen.

Wir freuen uns auf einen Kaderangestellten, der saisonale Produkte kreativ verarbeitet und präsentiert. Eine tägliche Überraschung – ein Erlebnis für unsere Gäste. Qualität, innovative Ideen in den Bereichen Menü, à la carte und kalte/warme Buffets, Kalkulationen, Schulungen und teamorientiertes Arbeiten sind für Sie eine Selbstverständlichkeit. Kurz: die Küche ist Ihre Leidenschaft, Ihr Fachgebiet, Ihre grosse Liebe.

Idealalter: 28–40 Jahre

Wir bieten Ihnen:
eine sichere Stelle in einem Top-Vierstern-Haus.

Interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen unter Chiffre 173560 an hotel-tourismus@revue.ch, Postfach, 3001 Bern.

173560

BEATUS · MERLIGEN

Berner Oberland – Thunersee

Unser persönlich geführtes *****Wellness- & Spa-Hotel für den Individual-Gast mit 75 Zimmern und Suiten, 3 Restaurants und einer grossen Wellness-Infrastruktur (Frei-Solbad, Hallenbad, 7 Saunen, Anwendungsräumen, Fitness) sucht in unser 9-köpfiges Receptions-Team per sofort oder nach Übereinkunft:

Chef de Réception

Wir bieten

- Ein junges Team, wo Sie die Möglichkeit haben, sich persönlich zu entfalten
- Jahresvertrag mit langfristiger Ausschüttung
- Fachliche und persönliche Weiterbildung

Sie haben

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

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

**WELLNESS- & SPA-HOTEL
BEATUS MERLIGEN**

Herr Frank Jantschik, Vize-Direktor
CH-3558 Merligen-Thunersee
Telefon 033 252 81 81
Fax 033 251 36 76
E-Mail: frank.jantschik@beatus.ch
www.beatus.ch

PRIVATE SELECTION HOTELS



Wohnen im Alter

HAUS TABEA HORGEN

Diakonische Gastfreundschaft für gesunde und pflegebedürftige Menschen im Alter

Im Sommer 2007 wird der Gesamtleiter im Haus Tabea pensioniert. Seine Nachfolge wollen wir einer erfahrenen

Führungspersönlichkeit (m/w)

anvertrauen. Hier orientieren wir Sie über wichtige Eckdaten zu dieser Position.

- Das Haus Tabea in Horgen – www.tabea.ch – ist ein erfolgreich arbeitendes Nonprofit-Unternehmen, das mit der Evangelisch-methodistischen Kirche ideell und räumlich verbunden ist. Ein unabhängiger Trägerschaftsverein ist für die strategische Führung verantwortlich.
- Im Haus Tabea finden 80 Bewohnerinnen und Bewohner ein behagliches und zeitgemäßes Langzeit-Zuhause. Zurzeit ist ein Vorprojekt in Arbeit, um in den nächsten Jahren in einem innovativen Annexbau für „Flexibles Wohnen“ zusätzlichen Raum für weitere Menschen zu schaffen.
- Begleitung, Betreuung und Beratung sind Schlüsselbegriffe im vielgestaltigen Tabea-Dienstleistungsangebot. Ziel ist es, unseren Bewohnerinnen und Bewohnern eine ganzheitliche Lebensqualität zu ermöglichen. Dazu gehört auch die pflegerische, psychologische und medizinische Hilfe in der letzten Lebensphase.
- Als Gesamtleiter/in führen Sie das Haus Tabea auf der operativen Ebene. Mit Ihrem Team sorgen Sie für eine offene und vitale Hauskultur. Ein mehrköpfiger Führungsstab und 70 Mitarbeitende unterstützen Sie in Ihren Aufgaben.
- Sie sind engagierte/r Generalist/in mit mehrjähriger Berufspraxis und Führungserfahrung. Sie zeichnen sich aus durch Unternehmenseinsatz und Qualitätsbewusstsein. Betriebswirtschaftliche Fachkenntnisse und Verständnis für die Bedürfnisse alter Menschen setzen wir voraus.
- Qualifizierte Persönlichkeiten laden wir ein, sich mit Hans-Peter Freitag, vom Vorstand beauftragter Berater, in Verbindung zu setzen. Er gibt Ihnen auf Wunsch gerne weitere Auskünfte und freut sich über Ihre schriftliche Bewerbung.

Hans-Peter Freitag, Kommunikationsberatung, Unterdorfstrasse 2, 7307 Jenins, Telefon 081 302 12 67 oder 079 328 14 29; E-Mail: hans-peter@freitag.ch

173492

Die Jugendherbergen. Die exklusivste Hotelkette der Welt.

Für unsere idyllische Familien-Jugendherberge, das „Albert Wander Haus“ in Leissigen, unmittelbar am Thunersee gelegen, suchen wir selbständige und innovative Persönlichkeiten als

Betriebsleiter/in und Stellvertreter/in

(Paar oder Einzelpersonen je 100%, 8 Monats - Anstellung)

Ihre Hauptaufgaben: Nach einer gründlichen Einführung und internen Schulung übernehmen Sie die Betriebsleitung oder die Stellvertretung der Betriebsleitung. In dieser vielseitigen und abwechslungsreichen Tätigkeit sind Sie in allen Bereichen der Betriebsführung verantwortlich unseren Gästen einen unvergesslichen Aufenthalt in einzigartigem Ambiente zu bieten.

Ihr Profil: Sie sind eine/ passionierte/r Gastgeber/in und haben grosse Freude am Umgang mit Familiengästen und Schulklassen. Sie verfügen über eine abgeschlossene Ausbildung und Erfahrung in den Bereichen Beherbergung, Gastronomie, Menüzubereitung und Administration. Sie sind bereit in allen Teilbereichen des Betriebes mit anzupacken. Zudem sind Sie sich gewohnt Unterhalts- und Gartenarbeiten selbst auszuführen.

Ihre Perspektiven: In diesen Funktionen erwartet Sie ein breites, interessantes Aufgabengebiet mit Freiraum für eigene Ideen, Selbständigkeit und grosser Verantwortung. Sie werden bei Ihrer Arbeit von unserer Geschäftsstelle unterstützt.

Der Stellenantritt erfolgt per 1.4.2007 oder nach Vereinbarung.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann senden Sie Ihre schriftlichen Bewerbungsunterlagen an:

Schweizer Jugendherbergen, Roland Sommer, Schaffhauserstrasse 14, 8042 Zürich, E-Mail: r.sommer@youthhostel.ch, Tel. 044 360 14 34.

Mehr Infos finden Sie unter www.youthhostel.ch/leissigen

173492



vielseitig

PostAuto Schweiz AG fährt jährlich über 100 Millionen Kundinnen und Kunden sicher und zuverlässig ans Ziel und leistet damit einen Beitrag zur Umwelt. Diese Dienstleistung stellt einen wichtigen Pfeiler im regionalen Personenverkehr wie auch im Tourismusbereich dar.

Marktmanager/in Reisen und Freizeit

Ihr Verantwortungsbereich: Als Marktmanagerin/Marktmanager sind Sie verantwortlich für die selbständige Bearbeitung und Betreuung der Ihnen zugeteilten Märkte. Sie stellen den Verkauf der Produkte von Reisen und Freizeit in diesen Märkten sicher. Sie planen und organisieren eine konzeptionelle und strategiekonforme Marktbearbeitung und sichern eine erfolgreiche Durchführung der Massnahmen sowie die entsprechende Erfolgskontrolle. Sie erkennen Marktchancen und setzen sich für die Weiterentwicklung von Reisen und Freizeit ein.

Ihr Profil: Sie verfügen über eine kaufmännische oder gleichwertige Ausbildung mit fachbezogener Weiterbildung in den Bereichen Tourismus, Marketing und Verkauf. Dank mehrjähriger beruflicher Erfahrung in diesen Bereichen verfügen Sie über ein fundiertes Fachwissen und über ein Kontaktnetz zu Kunden und Partnern im Incomingtourismus. Sie zeichnen sich durch vernetztes und unternehmerisches Denken, Selbständigkeit, Loyalität, Initiative und Belastbarkeit aus. Sie sind zudem sehr sprachgewandt (Deutsch, Englisch und Französisch). Der Kontakt mit Kunden, Reisefachleuten und weiteren Partnern ist für Sie wichtig.

Wir bieten: Ein anspruchsvolles, vielseitiges, lebendiges und sehr spannendes Umfeld mit Arbeitsort vorerst in Interlaken und zu einem späteren Zeitpunkt in Bern.

Ihr nächster Schritt: Wenn Sie an dieser verantwortungsvollen und interessanten Aufgabe interessiert sind, dann steht Ihnen Herr Daniel Gurtner, stellvertretender Leiter Reisen und Freizeit PostAuto Schweiz AG, Tel. 033/828 88 34, E-Mail daniel.gurtner@postauto.ch gerne zur Verfügung oder senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen bitte an folgende Adresse: PostAuto Schweiz AG, Personal, Ref-Nr. 10228, Postfach, Helvetiastrasse 17, 3030 Bern, www.post.ch/jobs

PostAuto
DIE POST+



S.H.M.S.
Swiss Hotel Management School

Due to further expansion we have openings at SHMS in Leysin for the following:

LECTURERS

in

**Hospitality Management
F&B Management
Front Office Management
Housekeeping Management
Information Technology
Hospitality Sales & Marketing**

Starting: As soon as possible or by January, 2007

SHMS, Swiss Hotel Management School, provides education to students wishing to pursue careers in international hospitality, events and tourism management. All the courses are taught in English and lead to the award of a Higher Diploma and a British BA (Hons) Degree in International Hospitality and Tourism Management. The successful candidate will be required to teach to a multi-cultural student profile at all levels up to Honours.

As an Ideal Candidate you will have:

- Relevant undergraduate and postgraduate degrees
- An/or extensive relevant industry experience
- Previous teaching experience at degree level and/or a teaching qualification
- Fluency in English

If any of the above mentioned positions interests you, please send your CV (via mail), letter of application, expected salary and relevant documents to:

SHMS University Centre
Stephan Earnhart – Academic Director
CH-1954 Leysin, Switzerland
Fax 021 962 99 41 / E-mail: searnhart@shms.com
<http://www.swisseducation.com>

173562

173530

Saas-Fee
SAASTAL

Echt spannend.

Saastal Tourismus sucht für die Leitung seines jungen Teams eine/n initiative/n

Leiter/in Tourismusbüro und Gästeanimation

Als Leiter von Saastal Tourismus sind Sie verantwortlich für die administrative Leitung und Betreuung der lokalen Tourismusbüros in Saas-Grund, Saas-Almagell und Saas-Balen mit 5 Mitarbeitern. Zu den wichtigsten Aufgaben gehören:

- Administration/Finanzen
- EDV-Support/Schulung Mitarbeiter, Stammdatenpflege
- Personalführung und fachliche Leitung
- Betreuung des gesamten Animationsprogramms vor Ort (Planung/Durchführung/Vermarktung/Controlling)
- Schnittstelle zum Marketingpool Saas-Fee/Saastal

Sie verfügen über die entsprechenden Ausbildungen (kaufmännische oder touristische Grundausbildung) mit Weiterbildung im Bereich Tourismus/Administration usw. und bringen folgende Fähigkeiten mit: Gute Sprachkenntnisse (D/E/F), gute Informatikkenntnisse (MS-Office), sind flexibel, belastbar, kommunikativ, leistungsorientiert, selbstständig und haben Organisationstalent.

Stellenantritt: nach Vereinbarung

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto und Gehaltsvorstellungen erwarten wir gerne bis zum **25. November 2006** an:

Christoph Gysel, Präsident Saastal Tourismus, 3910 Saas-Grund

173526

hotellerieuisse ist die nationale Dachorganisation von 21 regionalen Hotelvereinigungen mit 100 Sektionen und 3350 Mitgliedern. hotellerieuisse setzt sich für die Verbesserung der Voraussetzungen zur Marktfähigkeit wettbewerbswilliger Hotels und Hoteliers ein und trägt so zu einer dynamischen Tourismusbranche bei. Der Verband unterhält Geschäftsstellen in Bern, Lausanne sowie Bellinzona und beschäftigt rund 95 Mitarbeitende.

Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir mit Arbeitsplatz in Bern, eine motivierte und engagierte Persönlichkeit als

ProjektleiterIn Kooperationen

Ihre Aufgaben

In dieser vielseitigen Funktion betreuen Sie bestehende Kooperationen und setzen sich engagiert und initiativ für die Akquisition von weiteren Partnern ein. Sie betreiben ein innovatives Key-Account-Management, erkennen die Kundenbedürfnisse und agieren auf dem Markt entsprechend den Kundenwünschen. Messen und Marketingevents planen, organisieren und koordinieren gehört ebenso in Ihren Verantwortungsbereich wie die kompetente Repräsentation von hotellerieuisse, um dynamische Partnerinstitutionen für eine aktive und erfolgreiche Zusammenarbeit zu begeistern. Allgemeine administrative Arbeiten und Unterstützung bei der Planung von Broschüren sowie Gesprächsvor- und -nachbearbeitung runden Ihr Aufgabengebiet ab.

Ihr Profil

Sie verfügen über eine kaufmännische Ausbildung und haben sich zum Marketingplaner weitergebildet oder verfügen über eine adäquate Weiterbildung. Ihr verkäuferisches Flair und die Faszination für die Branche Hotellerie, Gastronomie und Tourismus ergänzen Ihre belastbare und teamfähige Persönlichkeit. Planen und Entwickeln von Konzepten sowie die Leitung von Projekten gehören zu Ihren Stärken. Leistungsbereitschaft und Kundenorientierung zeichnen Sie als zuverlässigen Ansprechpartner aus. Für die zielorientierte Erfüllung der vielseitigen und breit gefächerten Aufgaben besitzen Sie gute Organisations- und Kommunikationsfähigkeiten. Neben der deutschen Muttersprache verfügen Sie über ausgezeichnete Französischkenntnisse. Die Gewandtheit im Umgang mit den modernen IT-Anwendungen setzen wir voraus.

hotellerieuisse ist ein modern geführtes Unternehmen aus der Verbandswelt und bietet neben dem faszinierenden Arbeitsgebiet ein produktives Umfeld, eine moderne Infrastruktur und ausgezeichnete Sozialleistungen.

Wir freuen uns auf
ihre schriftliche Bewerbung

hotellerieuisse
Manuela Beyeler
Human Resources
Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
manuela.beyeler@hotellerieuisse.ch
www.hotellerieuisse.ch



173498

Das Haus mit
Bad Bubendorf



Wir suchen ab sofort oder nach Vereinbarung
eine neue Leitung für unsere
Bankett- & Catering Küche

Sind Sie ein gelernter KochkünstlerIn mit einigen Jahren Praxis und haben grossen Appetit auf eine aussergewöhnliche Stelle? Dann kontaktieren Sie uns!

Wir liegen im Herzen des Baselbietes und suchen für unsere Bankett/Seminar und Cateringküche eine neue Teamleitung, welche auch in hektischen Zeiten einen kühlen Kopf bewahrt.

Sprechen Sie mit Peter Tümmers unserem Küchenchef oder mit Roland Tischhauser, unserem Gastgeber, über diese attraktive Stelle und Ihre Zukunft in einem tollen Gastrobetrieb in der Schweiz.

Weitere Informationen über uns Haus erfahren Sie unter www.badbubendorf.ch

173494

Hotel Bad Bubendorf
Kantonsstrasse 3, 4416 Bubendorf/BL
Telefon +41 61 935 55 55 www.badbubendorf.ch

BRISTOL



Für die Wintersaison o. länger suchen wir
nette, zuvorkommende, qualifizierte,
motivierte Mitarbeiter / innen

Koch w / m
Servicefachfrau w / m **Saas-Fee**

Ihre Bewerbung an : R. Bumann
Hotel Bristol 3906 Saas-Fee
bristol@saas-fee.ch / Tel : 027 9581212
www.hotel-bristol-saas-fee.ch

173498



Stillstand = Rückschritt!

Das Hotel Bären Team ist jung und stolz auf seine
„13 Gault Millau Punkte“ – Küche.
Doch nun soll es einen Schritt weiter gehen!
Wer nimmt mit uns diese Herausforderung an?

Unser Küchenteam hält Ausschau nach einem/einer

Entremetier/ière

Verfügen Sie über ein ausgezeichnetes Fachwissen und Erfahrung in der gehobenen Küche? Haben Sie den Wunsch, Ihr kreatives Talent, Ihren vollen Einsatz und Ihre Persönlichkeit in Ihren Beruf miteinzubringen und dadurch zum Vorankommen des Betriebes beizutragen?... dann gehören Sie unbedingt in unser Team!

Zudem sucht unser Serviceteam nach einem/einer

Servicefachangestellten

Ist Ihr Beruf für Sie nicht Beruf sondern Berufung?
Überzeugen Sie uns und unsere Gäste mit Ihrem überaus herzlichen und freundlichen Wesen? Haben Sie Freude am Beraten unserer Gäste und am Empfehlen unseres ausserlesenen Angebotes?

... dann gehören Sie unbedingt in unser Team!

Das Hotel Bären mit seinen 31 Zimmern verwöhnt nationale und internationale Gäste im rustikalen Suhrenstübli sowie im Gourmetrestaurant Bärenstübli. Bankette und Caterings bis 600 Personen runden das Angebot ab. Mehr Infos finden Sie auf unserer Homepage.

Gern möchten wir Sie kennenlernen! Senden Sie uns noch heute Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen.

Hotel Bären Suhr AG
Herr Andreas Künin
Bernstrasse West 56
CH – 5034 Suhr

Telefon: 062 855 25 25
www.baeren-suhr.ch

173554

Schützen Rheinfelden AG

Die Schützen Rheinfelden AG ist eine von den Krankenkassen anerkannte Privatklinik für Psychosomatik, Medizinische Psychotherapie und Rehabilitation mit 85 Betten und einem grossen Ambulatorium. Hinzu kommt die einzigartige Umgebung unserer beiden Hotels Schützen*** und EDEN**** mit zwei Solebädern, Schützenkeller, diversen Seminarräumen und Restaurants. Wir beschäftigen insgesamt 260 Mitarbeitende.

Wir suchen per 1. 1. 2007 oder nach Vereinbarung eine/n

Marketing-AssistentIn (80%)

Ihr Profil:

- Sie verfügen über gute administrative Kenntnisse
- Sie haben eine Ausbildung und Berufserfahrung in der Hotelbranche, Erfahrung im Bereich Sales & Marketing von Vorteil
- Sie sind initiativ, teamfähig, produktiv und besitzen Organisationstalent
- Sie sind kreativ und ideenreich, das Texten und Gestalten von Werbefleiers fällt Ihnen leicht
- Sie sind vertraut mit Microsoft Office und Adobe Acrobat
- Sie sind zwischen 25 und 30 Jahre alt

Ihre Aufgaben:

- Umsetzung von Marketingaktivitäten und Kundenbindungsmassnahmen der beiden Hotels sowie teilweise der Privatklinik
- Organisation und Betreuung von Events
- Unterstützung unserer Leiterin Marketing
- Zusammenarbeit mit externen Werbeagenturen

Es erwartet Sie ein angenehmes Arbeitsklima in einem aussergewöhnlichen Ambiente. Wir bieten Ihnen leistungsgerechte Entlohnung und attraktive Weiterbildungsmöglichkeiten.

Haben wir Ihr Interesse geweckt. Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an: **Schützen Rheinfelden AG**, Renate Leisinger, Bahnhofstrasse 19, CH-4310 Rheinfelden.

www.kliniksuetzen.ch/www.hotelschuetzen.ch/www.hoteleden.ch/www.schuetzen-ag.ch

173490



SSP · creating a better experience

Select Service Partner (Schweiz AG) führt 26 Betriebe in der Verkehrsgastronomie in Flughäfen und Bahnhöfen. Nebst den bekannten Marken Caffè Ritazza und Upper Crust sind auch lokale Konzepte Teil des vielfältigen Portfolios von SSP. Unsere Themen-Bars 'Center-Bar' – 'Chalet Suisse' – 'Holiday Bar' – 'Pearl Bar' im Airside Center mit Platz für 350 Gäste laden individuell zum Verweilen ein. Abwechslungsreiche Speise- und Getränkeangebote stehen den Passagieren zur Verfügung.

Zur Unterstützung unseres Teams am Flughafen Zürich suchen wir ab Mitte Dezember 06 oder nach Vereinbarung

Servicefachangestellte/r Center- und Pearl Bar im Airside Center

Für diese Stelle bringen Sie eine abgeschlossene Servicefachlehre mit. Sie sind eine dienstleistungsorientierte Persönlichkeit, welche die Bedürfnisse der Gäste erkennt und sind motiviert Ihr Gastgeberflair und Verkaufstalent einzusetzen. Sie zeichnen sich durch Ihre Flexibilität (7-Tage Woche) aus und sind teamorientiert und belastbar. Zudem sprechen Sie flüssig Deutsch und Englisch und haben ein gepflegtes Erscheinungsbild.

Wir bieten Ihnen eine spannende und abwechslungsreiche Tätigkeit in einem internationalen Umfeld.

Gerne erwarten wir Ihr komplettes Bewerbungsdossier inkl. Foto an die untenstehende Adresse und stehen Ihnen bei Fragen gerne zur Verfügung.

Select Service Partner (Schweiz) AG
Frau Laura Di Franco
Postfach 2207
CH – 8058 Zürich-Flughafen
Tel. 043/816 85 99

173524



HOTEL WYSSES RÖSSLI SCHWYZ

Das ****-Hotel befindet sich am historischen Hauptplatz von Schwyz. Unser saisonales Angebot von regionalen Lieferanten ist sehr bekannt und beliebt. Das renovierte Haus verfügt über 27 Zimmer, 2 Restaurants, Terrasse und 3 Bankettsäle.

Wir suchen ab sofort oder nach Übereinkunft eine freundliche und fröhliche

• Serviceangestellte

mit guten fachlichen Kenntnissen.

Gerne erwarten wir Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen. Wir freuen uns auf den ersten Kontakt.

Urs und Ruth Ming-Odermatt
HOTEL WYSSES RÖSSLI
am Hauptplatz
6430 Schwyz

Tel. 041 811 1922
E-Mail info@roessli-schwyz.ch
Homepage www.roessli-schwyz.ch

173559



Schätzen Sie anspruchsvolle Kundschaft und einen hohen Qualitätsstandard? Sind Sie offen für die besonderen Bedürfnisse älterer Menschen?

Unsere mittelgrosse Küchenbrigade sucht nach Vereinbarung eine(n)

Koch/Köchin Tournant

(m/w ab 22 Jahre)
(auch Anfangs Chef Tournant)

Es erwarten Sie geregelte Arbeitszeiten, zeitgemässe Entlohnung und gute Sozialleistungen.

Unser Haus an zaubernder Seelage (5 Min. von S-Bahn und Fähre Horgen-Meilen) bietet über 70 Bewohnerinnen und Bewohnern ein luxuriöses Zuhause. Dazu gehört auch ein öffentliches Restaurant mit wunderschöner Gartenterrasse.

Senden Sie Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an:
TERTIANUM AG, Parkresidenz Meilen
Armando Schneller, Küchenchef
Dorfstrasse 16, 8706 Meilen/ZH
Auskünfte: Tel. 044 925 06 56 oder
E-mail: armando.schneller@tertianum.ch

173546

Winter + Skifahren!

Für die Wintersaison, aber auch für Jahresstellen, suchen wir:

Service, Küchenchef, Réceptionist (w/m)

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.



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

Weitere Angebote unter www.gastro-s.ch

173549



TAO'S
RESTAURANT LOUNGE BAR

– jung, dynamisch, interessiert –

Mit persönlichem Engagement und fachlichem Know-How kannst DU mit zum erfolgreichen Gelingen in einem wachsenden Jung-Unternehmen beitragen.

Chef de Partie 100%
(m/w)

Selbständige Fachkraft, einsetzbar auf verschiedenen Posten der À-la-carte-Küche. Bringt fundierte Grundausbildung mit mehrjähriger Berufserfahrung in Mittel- und Grossbetrieben, von Vorteil in der Hotellerie, mit. Selbständige und teamorientierte Persönlichkeit mit hohem Qualitätsanspruch.

Commis de Cuisine 100%
(m/w)

Motivierter Kreativkopf mit Freude an trendorientiertem Food-Angebot. Stellt höchste Anforderungen an sich selbst und eine erstklassige Produkte- und Servicequalität. Bringt Zuverlässigkeit und Flexibilität mit sowie einen ausgeprägten Teamgeist.

Stellenantritt
Per sofort oder nach Vereinbarung

Wir bieten

Euro-Asiatische Küche, inspiriert von Robert Speth aus dem Chalet Chesery in Gstaad (Koch des Jahrs Gault Millau 2005)

Trendiger Arbeitsplatz an bester Lage – angenehmes Arbeitsklima – interne Entwicklungsmöglichkeiten

Haben wir dein Interesse geweckt? Wenn ja, freuen wir uns über dein vollständiges Bewerbungsdossier mit Foto.

Kontaktadresse

Tao's Restaurant
Longe Bar
Augustinergasse 3
8001 Zürich

Tel: 044 448 1122/Fax 044 448 1123
E-Mail: r.blaser@taos-longe.ch

173542



Ein Hotel des Ferienvereins

Wir sind ein Ferien- und Sporthotel in Sils Maria mit 120 Zimmern, A-la-carte-Restaurant, Bar mit Livemusik und grossem Wellnessbereich und suchen

per Mitte November 2006

Hauswirtschaftliche Leiterin (Gouvernante)
in Jahresstellung.

In dieser Funktion sind Sie verantwortlich für die hauswirtschaftliche Leitung, welche die Arbeitsabläufe auf der Etage und in der Lingerie beinhaltet. Sie führen zehn Mitarbeiterinnen zuverlässig und kompetent. Nebst organisatorischem Know-How verfügen Sie über Flair für die Detailpflege unserer Räumlichkeiten. Sie verfügen über gute Italienischkenntnisse, um die Kommunikation mit Ihrem Team sicherzustellen.

Per 1. Januar 2007

Chef de Réception

in Jahresstellung.

In dieser Position sind Sie für den gesamten Front-Office-Bereich verantwortlich. Sie haben eine fundierte Grundausbildung, Führungserfahrung sowie gute mündliche und schriftliche Sprachkenntnisse (D/F/I). Ferner verfügen Sie über Erfahrung mit einem gängigen Front-Office-Programm.

Wenn Sie nebst Ihrer fachlichen Qualifikation Freundlichkeit und ein aufgeschlossenes Wesen auszeichnen, dann freuen wir uns über Ihre vollständige Bewerbung.

Hotel Schweizerhof
Pascal und Sandra Merkli
Direktion
CH-7514 Sils Maria
www.schweizerhof-sils.ch
schweizerhof@ferienverein.ch

173488



Für unser ****Ferien- und Seminarhotel suchen wir per 15. Dezember oder nach Vereinbarung in Saison- oder Jahresstellung:

Sous-Chef m/w

Sie sind direkt unserem jungen Küchenchef unterstellt, sind mitverantwortlich von der Menügestaltung über die Kalkulation und Rentabilitätskontrolle, der Mitausbildung unseres Lehrlings bis hin zum Einkauf und zur Produktion des Angebotes sowie die Einhaltung der Hygienevorschriften. Sie sind ein «Praktiker», der gerne am Herd steht und helfen erfolgreich mit, die hohen Qualitätsansprüche unserer internationalen Kundschaft zu erfüllen.

Commis de Cuisine m/w

Sie sind hauptsächlich für den Entremetier- und Saucierposten mitverantwortlich. Sie können ihr fachliches Wissen einsetzen und weiter ausbauen.

Service-mitarbeiter m/w

Sie wissen, wie man die Wünsche und Bedürfnisse der Gäste erfolgreich umsetzen kann und überzeugen durch Qualität und Verantwortungsbewusstsein. Mit Ihrer Passion für Dienstleistung und Verkauf helfen Sie aktiv mit, unsere Erfolgsziele zu verwirklichen.

Barnaid m/w

Sie sind selbstständig und initiativ, haben Freude am Nachleben und verstehen sich mit Jung und Alt, dann erwartet Sie ein kleines «Bijou» der Ostschweiz.

Fühlen Sie sich angesprochen und bringen die entsprechenden Voraussetzungen mit, dann erwarten wir gerne Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen.

****Hotel Sântis, 9657 Unterwasser/SG

J.C. Bieler, Direktion
Telefon 071 988 50 20, Fax 071 998 50 21
E-Mail: saentis@beutler-hotels.ch www.hotel-saentis.ch

173553

verkehrshaus.ch

Das Verkehrshaus der Schweiz bietet jährlich hunderten Tausenden von Besuchern ein vielfältiges und interessantes Freizeitangebot an. Es ist aber auch ein **Tagungs- und Konferenzzentrum der besonderen Art**. Eine Vielzahl aussergewöhnlicher Räumlichkeiten mit einer zeitgemässen Infrastruktur bietet das ideale Platzangebot für Anlässe jeglicher Grösse. Bei uns finden mehr als 400 Kongress-, Tagungs- und Bankettanlässe pro Jahr in einmaliger und eindrücklicher Atmosphäre statt.

Für unsere Abteilung Conference Center suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine gewinnende Persönlichkeit als

Berater/in Conference Center (80–100%)

Als kommunikationsstarke Person verstehen Sie es, auf Kundenwünsche gezielt einzugehen und unsere Kunden kompetent zu beraten und informieren (D/F/E). Sie koordinieren bzw. organisieren Tagungen und Anlässe von A–Z, erledigen das Offert- und Bestätigungswesen, erstellen Rechnungen, erledigen diverse Administrationsaufgaben und überwachen die Qualität und Durchführung der Anlässe.

Für diese Stelle bringen Sie idealerweise eine kaufmännische Grundausbildung mit, sind sehr kundenorientiert sowie kreativ, arbeiten gerne selbstständig und haben Freude am aktiven Kundenkontakt. Im Umgang mit dem PC sind Sie versiert (Fidelio-Kenntnisse von Vorteil). Vorzugsweise haben Sie bereits Erfahrung im Kundenumgang gesammelt und besitzen Fremdsprachenkenntnisse.

An dieser nicht alltäglichen Herausforderung interessiert? Dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen inkl. Foto an: Verkehrshaus der Schweiz, Sonja Strupler, Leiterin Personalwesen, Lidostrasse 5, 6006 Luzern. E-Mail: sonja.strupler@verkehrshaus.ch

Weitere Informationen über das Verkehrshaus der Schweiz finden Sie auch unter www.verkehrshaus.ch. 173591



3818 Grindelwald
im Zentrum direkt neben
Bergbahn First

Wir suchen auf kommende Wintersaison, auf 15. Dezember 2006 netto, freundliche und kontaktfreudige

TOCHTER als HOFA-Rezeptionspraktikantin mit Sprachkenntnissen.

Mithilfe beim Frühstücksservice und Betreuung unserer Gäste an der Hotel-Skibar,

sowie

in unser heimeliges Spezialitätenrestaurant mit guter, anspruchsvoller Stammkundschaft

nette, freundliche und kontaktfreudige

Servicefachangestellte Fach- und Sprachkundig

Es freut sich auf Ihre Bewerbung: R. und A. Gruber-Abegglen
Tel. 033 853 42 42
Fax 033 853 42 88
E-Mail: altpost@grindelwald.ch 173550

HOTEL ZOFINGEN

KIRCHPLATZ 30 • CH-4800 ZOFINGEN
TEL. +41 (0)62 745 03 00 • FAX +41 (0)62 745 03 99
INFO@HOTEL-ZOFINGEN.CH
WWW.HOTEL-ZOFINGEN.CH

Wir suchen unseren neuen

SOUS-CHEF als CHEF TOURNANT

und zur Unterstützung und Vertretung unseres Küchenchefs.

Wir wünschen uns einen jüngeren, motivierten Berufsmann mit einigen Jahren Erfahrung auf allen Posten, Freude an einer modernen, marktorientierten Frischküche und Interesse an der Lehrausbildung. Die aktive Mitarbeit auf allen Posten ist für Sie selbstverständlich.

Wir sind ein gut etabliertes ***Hotel mit 3 Restaurants und grosser Bankett- und Seminarabteilung sowie einem starken Cateringservice. Unser gut eingespieltes Küchenteam braucht Ihre Unterstützung ab Anfang Januar 2007 oder nach Vereinbarung.

Gerne lernen wir Sie persönlich kennen und freuen uns auf Ihre aussagekräftige Bewerbung mit Foto. 173551

Reha Rheinfelden

• Klinik • Tageszentrum • Ambulatorium

Die **Reha Rheinfelden** ist ein neurologisches und muskuloskelettales Rehabilitationszentrum. Die Klinik verfügt über 186 Betten, eine Station für Frührehabilitation, ein Neurologisches Tageszentrum, diverse ambulante Angebote sowie ein Pädiatrisches Therapiezentrum.

Für unseren Patientenspeisesaal (150 Sitzplätze) mit Terrasse suchen wir eine engagierte Gastgeberpersönlichkeit als

Chef/in de Service

Beschäftigungsgrad 100%

Ihr Aufgabengebiet umfasst

- Führen und leiten des Serviceteams im Speisesaal
- Einsatzplanung, Überwachung/Durchführung verschiedener Anlässe der Klinik
- Interdisziplinäre Zusammenarbeit mit internen Diensten (Küche, Logistik, Pflegedienst, Reinigungsdienst)

Wir erwarten

- Abgeschlossene Berufsausbildung zum/zur Servicefachangestellten mit Berufserfahrung als Chef/in de Service (Erfahrung im Gesundheitswesen wünschenswert)
- Führungserfahrung
- Gute PC Anwenderkenntnisse
- Sehr gute Deutschkenntnisse in Wort und Schrift (Fremdsprachen von Vorteil)

Wir legen besonderen Wert auf

- Selbstständige, zuverlässige und exakte Arbeitsweise
- Gepflegtes Erscheinungsbild sowie sicheres Auftreten mit guten Umgangsformen
- Flexibilität und Belastbarkeit
- Teamfähigkeit

Wir bieten Ihnen

- Vielseitiges und interessantes Aufgabengebiet
- Gezielte Förderung
- Mitarbeit in Projektgruppen
- Aufgestelltes und motiviertes Team
- Geregelter Arbeitszeit
- Fortschrittlicher, moderner Betrieb

Nähere Informationen gibt Ihnen gerne Herr D. Christen, Leiter Hotellerie, Telefon 061 836 50 70. Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie bitte an das Personalwesen, Kennwort SPS. E-Mail: bewerbung@reha-rhf.ch

• Salinenstrasse 98 • CH-4310 Rheinfelden • www.reha-rheinfelden.ch
• Telefon 061 836 51 51 • Fax Medizin 061 836 53 53 • info@reha-rhf.ch
• Fax Administration 061 836 52 52 • 173595

Saas Fee

*****-Hotel Derby**

Für die kommende Wintersaison suchen wir für unseren Familienbetrieb

- **Alleinkoch**
- **Servicemitarbeiterin**

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen.

Iris Supersaxo & Marlene Hug
CH-3906 Saas Fee
Telefon 0041 27 957 23 45
Fax 0041 27 957 12 45
E-Mail: hotel.derby@saas-fee.ch 173175



Wintersaison 2006/07 mitten im Skigebiet von Wangs-Pizol im Heidiland

Unser lebhafter und anspruchsvoller Hotel- und Restaurantbetrieb liegt mitten im Skigebiet von Wangs-Pizol. Mit Ihnen gemeinsam freuen wir uns heute schon auf die neue Herausforderung der kommenden Wintersaison. Unterstützen Sie uns mit Ihrem fachlichen Können als:

Jungkoch

Sind Sie ein Freund von Bergen, Sonne und auch Schnee und arbeiten gerne in einem jungen dynamischen Team? Dann verwöhnen wir doch unsere Gäste in der kommenden Wintersaison gemeinsam.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung oder auf Ihren Anruf.
Hotel Furt, Artho Meil
7323 Wangs-Pizol
Tel. 081 723 21 66, Fax 081 723 40 66
www.hotel-furt.ch /
E-Mail: hotel.furt@spin.ch 163436



hotel • restaurant • flugplatz

Wir suchen zur Ergänzung unseres Teams (Eintritt nach Vereinbarung):

- **Réceptionist/in (Betriebs-Assistent/in)**
- **Réceptions-Praktikant/in** (ev. mit Kenntnissen VEL-Hotel)
- **Kreativen Küchen-Chef** welcher die Begeisterung mitbringt, unsere Gäste zu verwöhnen.

Sind Sie pflichtbewusst, einsatzfreudig, eine natürliche, aufgestellte und freundliche Persönlichkeit? Dann bewerben Sie sich bitte schriftlich mit den üblichen Unterlagen.

8342 Hasenstrick - Zürcher Oberland
Tel. 055 2505252 - Fax 055 2505200
www.hasenstrick-hotel.ch
info@hasenstrick-hotel.ch 173460

DOMINO GASTRO



Die renommierte Stellenvermittlung für Fachleute im Gastgewerbe
Schnell, seriös, kompetent

«Rufen Sie an – wir freuen uns auf Sie!»

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

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

Skigebiet Mörialp Giswil/Obwalden

Für unsere nächste Wintersaison vom 15. Dezember 2006 bis ca. 18. März 2007 suchen wir

Restaurant Giswilerstock

selbständiger Koch

Sie führen unsere Küche in unserem Selbstbedienungs- und À-la-carte-Restaurant.

Ausserhalb der Ferienzeit ist unser Restaurant So.-Do.-Abend geschlossen Personalzimmer vorhanden.

Es besteht die Möglichkeit, die Sommersaison im nahegelegenen Berggasthaus Aelggalp als selbständiger Koch zu arbeiten. www.aelggalp.info

Auf Ihren Anruf freut sich Marlene Zumstein, Tel. 079 370 50 70
Schriftliche Bewerbung an: M. Zumstein, Mattenweg 9, 6074 Giswil 173505

HOTEL BERGSONNE

Auf der Rigi am Vierwaldstättersee, stilvolles ***Hotel (Unique) mit 15 Zimmern/Suiten und Speiserestaurant (15 GM-Punkte). In unser erfolgreiches Team suchen wir ab Wintersaison

Servicefachangestellte/n

Wir freuen uns auf Sie.
Dorly & Willy Camps-Stalder
CH-6356 Rigi Kaltbad
www.bergsonne.ch
welcome@bergsonne.ch
T 041 399 80 10
F 041 399 80 20 173556

Seehotel Sternen
6048 Horw/Luzern Tel. 0 413 482 482



Für unseren lebhaften **** Hotel- und Restaurationsbetrieb mit 25 Zimmern und 3 Restaurants (Sommer 150 Gartensitzplätze) sowie Konferenz- und Bankettmöglichkeiten für bis zu 135 Personen in der idyllischen Horwer Bucht direkt am Vierwaldstättersee haben wir folgende Stelle ab 01. Januar 2007 zu besetzen.

Réceptionistin

Sie haben bereits Hotelréceptionserfahrung und sind es gewohnt Verantwortung zu übernehmen, arbeiten selbstständig, haben Erfahrung im Umgang mit dem Hotelreservationssystem Protel, sind freundlich und gästerorientiert, flexibel und auch an der Unterstützung in anderen Hotelbereichen interessiert, beherrschen D/E/F in Wort und Schrift, dann erwartet Sie bei uns eine anspruchsvolle, abwechslungsreiche und interessante Aufgabe.

Wir freuen uns auf Ihre schriftlichen Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Seehotel Sternen
Daniel Unternährer
Winkelstrasse 46
6048 Horw-Luzern
+41 (0) 413 482 482
www.seehotel-sternen.ch
du@seehotel-sternen.ch 173548

Hotel Toggenburg Wildhaus

Für unser Familienhotel mitten in einem tollen Skigebiet, suchen wir auf Dezember 2006 in Saison- oder Jahresstelle junge, aufgestellte und teamfähige Mitarbeiter:

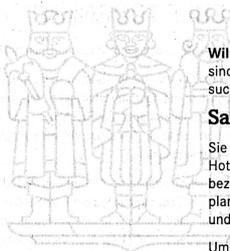
- **Chef de partie**
- **Commis de cuisine**
- **Barmaid**
- **Gafa**
- **HOFA**

Haben Sie Lust in einem gut eingespielten Team mitzuarbeiten, dann senden Sie uns bitte Ihre Bewerbungsunterlagen oder rufen Sie uns einfach an.

Hotel Toggenburg
Peter Arn, Dir.
9658 Wildhaus
Tel. 071/ 998 50 10 173460



LES TROIS ROIS



Willkommen im Team! Weil sich alles um unsere Gäste dreht, sind bei uns die Mitarbeitenden zentral. Für unseren Bereich Sales suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Sales Manager (m/w)

Sie sind mitverantwortlich für die professionelle Vermarktung des Hotels, betreuen unsere Geschäftskunden und bauen neue Kundenbeziehungen auf. In Zusammenarbeit mit dem Director of Sales planen und koordinieren Sie Aktivitäten zur Steigerung des Individual- und Gruppengeschäfts und entwickeln Verkaufsförderungsstrategien.

Um in dieser anspruchsvollen Position erfolgreich zu sein, verfügen Sie über eine abgeschlossene touristische Ausbildung und Erfahrung in einer vergleichbaren Position im Bereich Sales in der Hotellerie. Sie sind kontaktfreudig, hochmotiviert und redogewandt. Reisebereitschaft und eine hohe Flexibilität setzen wir voraus. Zudem bringen Sie ein sicheres Auftreten und korrekte Umgangsformen, fundierte Fremdsprachenkenntnisse (Deutsch, Englisch, Französisch) sowie umfassende EDV-Erfahrung (MS-Office Palette, Fidelio Suite 8) mit.

Wir bieten Ihnen fortschrittliche Arbeitsbedingungen und einen attraktiven Arbeitsplatz in einem spannenden Umfeld.

Möchten Sie Teil des motivierten, jungen Teams werden und den Geist des Hauses mitprägen? Fühlen Sie sich wohl in einem Umfeld, wo Sie zusammen mit Kollegen und Kolleginnen verschiedenster Berufsgattungen und Nationalitäten gemeinsam Ausserordentliches leisten? Senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto an Herrn Reto Jeker, Human Resources Manager. Wir freuen uns, Sie bald persönlich kennen zu lernen.

Les Trois Rois ***** | Hotel Restaurant Bar
Herr Reto Jeker | Human Resources Manager
Blumenrain 8 | 4001 Basel | Schweiz
Phone +41 61 260 50 50 | Fax +41 61 260 50 40
humanresources@lestroisrois.com
www.lestroisrois.com

Das historische Luxushotel Les Trois Rois im Herzen von Basel wurde am 20. März 2006 wieder eröffnet. An traumhafter Lage am Rheinufer gelegen, bietet das Les Trois Rois für anspruchsvolle Gäste 101 geschmackvoll möblierte Zimmer und Suiten, eine abwechslungsreiche Küche in drei spezialisierten Restaurants, eine stilvolle Bar sowie Bankett- und Tagungsräume. Und einen individuellen Service, der keine Wünsche offen lässt.

173528



LES TROIS ROIS



Willkommen im Team! Weil sich alles um unsere Gäste dreht, sind bei uns die Mitarbeitenden zentral. Für unseren Bereich Beherbergung suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Rooms Division Manager (m/w)

Sie sind verantwortlich für die gesamte Hauptabteilung Beherbergung mit folgenden unterstellten Abteilungen: Empfang, Reservierung, Loge und Housekeeping. Sie sind direkt dem Resident Manager unterstellt, koordinieren die Tätigkeiten in den Abteilungen, führen regelmässige Besprechungen mit den unterstellten Abteilungsleitern und überwachen die Arbeitsdurchführung und die Arbeitsabläufe.

Um in dieser vielseitigen und herausfordernden Aufgabe erfolgreich zu sein, verfügen Sie über eine fundierte Ausbildung in der Luxushotellerie, vorzugsweise mit Hotelfachschulabschluss und mehrere Jahre Berufs- und Führungserfahrung in einer ähnlichen Position. Sie sind ein Organisationstalent und haben ein hohes Mass an Kontakt-, Koordinations- und Kommunikationsfähigkeit. Eine eigenverantwortliche und qualitätsorientierte Arbeitsweise ist für Sie ebenso selbstverständlich wie planerisches und unternehmerisches Denken. Zudem bringen Sie ein souveränes Auftreten und gewandte Umgangsformen, fundierte Fremdsprachenkenntnisse (Deutsch, Englisch, Französisch) sowie umfassende EDV-Erfahrung (MS-Office-Palette, Fidelio Suite 8) mit.

Wir bieten Ihnen fortschrittliche Arbeitsbedingungen und einen attraktiven Arbeitsplatz in einem spannenden Umfeld.

Möchten Sie Teil des motivierten, jungen Teams werden und den Geist des Hauses mitprägen? Fühlen Sie sich wohl in einem Umfeld, wo Sie zusammen mit Kollegen und Kolleginnen verschiedenster Berufsgattungen und Nationalitäten gemeinsam Ausserordentliches leisten? Senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto an Herrn Reto Jeker, Human Resources Manager. Wir freuen uns, Sie bald persönlich kennen zu lernen.

Les Trois Rois ***** | Hotel Restaurant Bar
Herr Reto Jeker | Human Resources Manager
Blumenrain 8 | 4001 Basel | Schweiz
Phone +41 61 260 50 50 | Fax +41 61 260 50 40
humanresources@lestroisrois.com
www.lestroisrois.com

Das historische Luxushotel Les Trois Rois im Herzen von Basel wurde am 20. März 2006 wieder eröffnet. An traumhafter Lage am Rheinufer gelegen, bietet das Les Trois Rois für anspruchsvolle Gäste 101 geschmackvoll möblierte Zimmer und Suiten, eine abwechslungsreiche Küche in drei spezialisierten Restaurants, eine stilvolle Bar sowie Bankett- und Tagungsräume. Und einen individuellen Service, der keine Wünsche offen lässt.

173527

VICTORIA-JUNGFRAU COLLECTION

VICTORIA-JUNGFRAU GRAND HOTEL & SPA
PALACE LUZERN
EDEN AU LAC ZÜRICH
BELLEVUE PALACE BERN



Zeit für eine neue Herausforderung!
Wir bieten Ihnen die Gelegenheit dazu.

Verstärken Sie ab Januar 2007 oder nach
Vereinbarung unser Empfangsteam als

Réceptionist/in

Sie sind jung, flexibel, sprachgewandt (D/E/F),
haben Erfahrung an der Réception in der
Luxushotellerie gesammelt und verfügen über
gute EDV-Kenntnisse (Fidelio).

Auch in hektischen Zeiten behalten Sie stets
Ihr Lächeln und den Überblick.

Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.

Frau A. Eschke, Leiterin Human Resources,
erwartet gerne Ihre Bewerbungsunterlagen.



Victoria Jungfrau

VICTORIA-JUNGFRAU Grand Hotel & Spa
3800 Interlaken
Human Resources
Tel. +41 (0)33 828 28 28
hr@victoria-jungfrau.ch
www.victoria-jungfrau-collection.ch



173510



Das Bellevue Palace Hotel in Bern
verbindet moderne, zeitgemässe Fünfsterhotellerie
mit nostalgischem Charme.

Ein Arbeitsplatz, der viel von Ihnen fordert, aber auch viel vermittelt.
Eine Chance für Sie!

Ab sofort suchen wir einen zuverlässigen

Frühstückkoch (w/m)

evtl. Wiedereinsteiger/in.

Sie sollten eine abgeschlossene Kochausbildung haben. Die Arbeitszeiten
sind jeweils von 5.00 Uhr bis 14.00 Uhr.

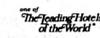
Haben Sie Freude in einem renommierten Hause zu arbeiten? Dann bieten
wir Ihnen eine interessante Tätigkeit für eine internationale Kundschaft an.

Frau Simone Licari-Tobler, Personalchefin, freut sich auf Ihre schriftliche
Bewerbung mit Foto.



HOTEL
BELLEVUE PALACE
BERN *****

Kochergasse 3-5, CH-3001 Bern, Tel. 031 320 45 45, Fax 031 311 47 43



173487

Express-Stellenvermittlung

Für ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen aus Hotellerie und Gastgewerbe

Service de placement express

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

Eine Dienstleistung von

hoteljob

Tel. 031 370 42 79

08.00 bis 12.00 Uhr und 13.30 bis 17.00 Uhr

Fax 031 370 43 34

SUCHEN SIE QUALIFIZIERTE ARBEITSKRÄFTE?

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

CHERCHEZ-VOUS DES TRAVAILLEURS QUALIFIÉS?

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

Stellengesuche / Demandes d'emploi

Küche/cuisine

1	2	3	4	5	6	7	8
1621	Chef pâtissier	60	CH	Dez.	D/E/F/I	Deutsch-CH/IT	
1625	Chef de partie	29	CH	sofort	D/E	BE	
1626	Küchenchef/Sous-chef	46	CH	n. Ver.	D/E	Altersheim/Kantine/ZH	
1628	Chef de partie	30	FR	G	sofort	D/E/F	3-4*-Hotel/ZH
1634	Commis de cuisine	21	CH	n. Ver.	D/F		
1641	Koch/Alleinkoch	46	DE	L-EG	sofort	D/E/I	Bergregion
1647	Küchenchef/Alleinkoch	58	DE	C	n. Ver.	D/E/F/I	BS/BLJAG/SO
1651	Küchenchef/Koch	41	CH	Dez.	D/E/F		

1	2	3	4	5	6	7	8
1644	Kellner	52	NL	L-EG	Jan.	D/E	Deutsch-CH
1646	Sefa/Allrounderin	42	CH	Dez.	D/F	Bern-Kerzers	
1648	Service/Allrounderin	27	CH	n. Ver.	D/E	VS/Zentral-CH	
1649	Kellner	51	CS	C	sofort	D	Deutsch-CH
1653	Kellner	25	CH	sofort	D/E/F	SO/BE/BS/ZH	
1658	Service/w	22	CH	sofort	D	BE	

Hauswirtschaft/ménage

1	2	3	4	5	6	7	8
1622	Wellness-Spa-Leiterin	39	CH	n. Ver.	D/E/F		
1624	Lingerie/w	51	CH	n. Ver.	D		
1627	Zimmerfrau/Lingerie	59	CH	sofort	D/I	Spiez/Bern+Umgeb.	
1632	Haushilfe/w	52	CH	n. Ver.	D/E	BE-Oberfl.	
1637	Allrounderin	27	DE	L-EG	Jan.	D/E	Zürich+Umgeb.
1650	Floristin	44	DE	C	n. Ver.	D/E	GR
1652	Anfangsgouvernante	18	CH	sofort	D/E/F	4-5*-Hotel	
1654	Zimmerfrau	39	CH	sofort	E/F	Broye VD/FR	

Administration/administration

1	2	3	4	5	6	7	8
1630	Réceptionist/in/1. Récept.	38	FR	L-EG	Dez.	D/E/F	3-5*-Hotel/VS/VD
1639	Dir'ass./Betr.ass./w	25	CH	Jan.	D/E/F	3-5*-Hotel/BE	
1642	Réceptionspraktikantin	22	CH	sofort	D/E/F	TG/SG	
1645	Night Auditor	32	CU	C	sofort	D/E	
1656	Réceptionist	55	IT	L-EG	sofort	D/E/F/I	Jura/West-CH

1 REFERENZNUMMER - NUMÉRO DES CANDIDATS

- Beruf (gewünschte Position) - Profession (position souhaitée)
- Alter - Age
- Nationalität - Nationalité
- Arbeitsbewilligung - Permis de travail pour les étrangers
- Eintrittsdatum - Date d'entrée
- Sprachkenntnisse - Connaissances linguistiques
- Art des Betriebes/Arbeitsort (Wunsch) - Type d'établissement / région préférée (souhait)

173525

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

Bewerbungstalon / Talon de demande d'emploi

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

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

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

Schnupperabo hotel+tourismus revue jetzt nur Fr. 25.–

Ganz einfach per SMS an die Nummer 723.



S = Schnupperabo: Fr. 25.– (10 Ausgaben)

A = Jahresabo: Fr. 145.– (49 Ausgaben)

Beispiele:

HTRS Hans Muster/Musterstr. 5/3000 Bern (an die Nr. 723 senden)

HTRA Hans Muster/Musterstr. 5/3000 Bern (an die Nr. 723 senden)

Kontakt: SMS an 723
Tel.: 031 740 97 93
abo@htr.ch, www.htr.ch



htr

Die führende Fachzeitung für Hotellerie,
Gastronomie und Tourismus.

Mit dem grössten Stellenmarkt der Branche. www.htr.ch



Klostergarten
Restaurant und Bar

Wir sind ein erfolgreicher, zukunftsorientierter Gastronomiebetrieb direkt am Klosterplatz in Einsiedeln. Unser Restaurant verfügt über 95 Sitzplätze sowie eine Bar mit 20 Sitzplätzen. Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Servicemitarbeiter/in

Sie haben eine abgeschlossene Service-Ausbildung, Kollegialität, Flexibilität und eine professionelle Gästebetreuung sind für Sie selbstverständlich. Interessiert? Dann freut sich ein motiviertes Team in einem angenehmen Arbeitsklima auf Sie.

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie an:

Restaurant Klostergarten, André Friederich
Iigenweidstrasse 14, 8840 Einsiedeln

173484



Romantik Seehotel
Küsnacht am Zürichsee

Romantisch und trotzdem ohne Rüschchen
Stadt nah und trotzdem direkt am See gelegen
Historisch und trotzdem modern

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

Ab sofort oder nach Vereinbarung suchen wir folgende motivierte Mitarbeiter:

Chef de partie Bankett m/w

organisationsfreudig, kochstark und detailliebend

Commis de cuisine m/w

lernfreudig, motiviert und flexibel

Service-Praktikant (sechs Monate)

flexibel, humorvoll, engagiert

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

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

173485



ROMANTIK
HOTELS & RESTAURANTS
INTERNATIONAL



Gepflegte Gastronomie mit Schweizer und internationalen Spezialitäten

per sofort oder nach Vereinbarung

Chef de Partie oder Sous Chef

Gesucht: Perle für die Küche!!!!

Anforderungen: - kreativ - teamfähig - kommunikativ - vernetzt denkend - organisierend - humorvoll - belastbar

Interesse ??????

Wenn Sie sich angesprochen fühlen bewerben Sie sich am besten noch heute! Via E-Mail, auf dem Postweg oder auch gern telefonisch (Tel.: 079 455 32 38).

Hotel Schwert Näfels, Swissbeiz Food GmbH
Herr Adrian Meyer
Im Dorf 20
CH-8752 Näfels

Telefon: 079 455 32 38
Telefax: 055 612 43 53
E-Mail: info@hotel-schwert.ch
Internet: www.hotel-schwert.ch

173508

Hotel Hari

eine Wintersaison in einer fantastischen Skiregion mit 56 Skiliften, sucht

Etagenmitarbeiter/in Servicemitarbeiter/in Leiter/in Speisesaal

ungelernte Einsteiger sind willkommen.

Wir bieten sehr angenehme Arbeitszeiten, Wohnung vorhanden. Ergänzen Sie unser junges Team mit Ihrem Einsatz. Rufen Sie uns an: Tel. 0041 33 673 19 66 oder schicken Sie ein E-Mail: zankerh@gmx.net

Hotel Hari, Gartenweg 5
CH-3715 Adelboden

173564

Zur Erweiterung unseres aufgestellten Teams suchen wir per sofort eine flexible, aufgeschlossene und selbständig arbeitende

Mitarbeiterin

für unsere Wellness-Oase in Zürich.

Zu den Hauptaufgaben zählen Bistro-, Kassen- und Kundenbetreuung und Reservationskoordination. Wenn Sie zudem noch gerne kochen, sind Sie bei uns genau richtig.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung unter Chiffre M 043-349052 an Publicitas SA, Postfach 48, 1752 Villars-sur-Glâne 1.

173555



Restaurant-Pizzeria
Schützenstube

Vordere Hauptgasse 34
4800 Zofingen

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Pizzalolo und Koch

mit Erfahrung

Sie sind gepflegt, zuverlässig, freundlich und aufgestellt!

Interessiert? Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung, Tel. 062 751 93 77 (11-14 oder 18-23 Uhr), Herrn Antonazzo verlangen.

162045

hotel sedartis
for business, culture and fine food

Wir haben uns zum Ziel gesetzt, die Gäste mit unseren Leistungen zu begeistern. Dafür suchen wir zur Ergänzung unseres Serviceteams per sofort oder nach Vereinbarung engagierte

Service/Bar Mitarbeiter m/w

Sie sind fachlich erfahren, teamfähig und spüren den Puls der modernen Gastronomie. Sie lieben den Umgang mit Menschen, kennen den A-la-carte- und Bankett-Service und die 4*-Hotellerie aus Erfahrung. Freude am Beruf und die Motivation, ein spannendes Gastrokonzept zu leben, spürt man bei Ihnen.

Gerne würde ich Sie in unserem Hotel willkommen heissen und freue mich auf Ihre schriftliche Bewerbung per Post oder E-Mail.

Christian Pfund
Stv. Direktor

Hotel Sedartis, Bahnhofstrasse 16, 8800 Thalwil
info@sedartis.ch

Weitere Stellenangebote und Infos zum Hotel finden Sie unter:
www.sedartis.ch

173541

Vous aspirez à un environnement dans lequel vous pouvez utiliser quotidiennement vos compétences, Vous avez envie de rejoindre un team dynamique et motivé, Vous aimez les challenges, Vous êtes au bénéfice d'une expérience dans le domaine de l'hôtellerie/ restauration de luxe, Vous êtes la personne que nous recherchons.

Printemps 2007, pour sa réouverture, **Palace 5* à Genève**, recherche:

- Human Resources Manager**
- SPA Manager**
- Purchasing Manager**
- Conference & Banqueting Manager**
- Restaurant Manager**
- Room Service Manager**
- Sommelier**
- Rooms division Manager**
- Gouvernante Générale**
- Assistante Gouvernante Générale**
- Chef Concierge**
- Security Manager**
- Maintenance manager**

Profil souhaité:

- Nationalité suisse ou permis valable
- Minimum 5 ans d'expérience professionnelle
- Maîtrise parfaite de la langue française et anglaise

Si un de ces profils vous ressemble, veuillez envoyer votre offre écrite avec CV complet et photographie.

Toute candidature ne correspondant pas au profil sera écartée.

Ecrire sous chiffre 173529 à *hotel + tourismus revue*, case postale, 3001 Berne.

173529

hoteljob

Votre spécialiste
du placement

hoteljob
Rue des Terreaux 10
Case postale 7507
1002 Lausanne
Téléphone 021 320 28 76
Fax 021 320 02 64
marie-claire.rossi@hotelleriesuisse.ch
www.hotelleriesuisse.ch



167732

Cercle privé cherche, pour sa propriété au centre de Lausanne, un couple de

Restaurateurs

disposant d'une autorisation d'exploiter (patente/licence; CFC de cuisinier), pour assurer un service privé de restauration et pouvant également s'occuper de la surveillance et de l'entretien de la propriété. Age idéal 35 à 45 ans, nationalité suisse ou permis C.

Logement à disposition. Jours d'ouverture et de fermeture réguliers.

Conditions intéressantes.

Entrée en fonction: 1^{er} février 2007 ou à convenir.

Faites offres détaillées avec références sous chiffre X 022-567296 à Publicitas S.A., case postale 48, 1752 Villars-sur-Glâne 1.

173500



Qu'est-ce que tu nous mijotes ?

Tu as une formation achevée avec un CFC ou titre jugé équivalent ? Quelques années de pratique dans le domaine culinaire sont indispensables et une première expérience dans la conduite du personnel est un atout. Tu as des bonnes connaissances en anglais et des bases en informatique. Tout comme nous, tu es passionné(e) par le travail en équipe et tu es prêt(e) à relever de nouveaux défis dans un Restaurant-self comptant bientôt 700 places assises. Notre clientèle appréciera ta serviabilité et c'est dans la bonne humeur que tu aimes transmettre tes connaissances à tes collègues.

IKEA te donne des chances et t'offre des perspectives nouvelles. Mais ce n'est pas la seule chose qui nous distingue. Nous avons aussi des relations ouvertes et respectueuses entre nous. Tu auras l'occasion de t'épanouir, d'insuffler tes propres idées et de te développer personnellement. De plus, nous t'offrons un tout nouveau restaurant, des horaires réguliers, compte les dimanches, 28 jours de vacances, des possibilités de carrière, les meilleures prestations sociales, un compte épargne-temps.

Nous avons réussi à t'intéresser ? Tu as le profil que nous souhaitons ? Alors nous invitons aujourd'hui même ta candidature à **Aubonne** ou poste de

173511

Chef(fe) de partie
poste à 100%

entrée en service : de suite ou à convenir

IKEA SA, Ressources humaines - 1170 Aubonne - e-mail: xami@memo.ikea.com - Tél: 021 821 58 04 - www.IKEA.ch

Neue Herausforderung gesucht!

Betriebsleiter, CH, 34 J., sucht neue, herausfordernde Tätigkeit in einem innovativen Unternehmen, vorzugsweise als Betriebsleiter oder im Human-Resource-Bereich.

Werdegang: Kochlehre, Servicelehre, Kaderpositionen als Küchenchef, Betriebsassistent und Betriebsleiter, Handelsdiplom, Kaderdiplom, SI2 (Schw. Informatik-Zertifikat).

Zurzeit: Betriebsleiter eines Betriebes in der Gemeinschaftsgastronomie mit 2 Produktionsküchen und einem Restaurant, 40 Mitarbeiter. Berufsbegleitend Studium der Betriebswirtschaft (HFV).

Eintritt per März 2007 oder nach V. Arbeitsgebiet Grossraum Zürich.

Interessenten melden sich unter:
Tel. 078 802 09 23.

172563

Jungkoch

sucht Stelle für die Wintersaison auf
Dezember 2006 (Deutschschweiz)

Ruoss Daniel, Hotel Hulftegg
9613 Mühli, Tel. 079 427 41 55

173495

Hotel-Betriebswirt (staatlich geprüft)

32 Jahre, led., Münchner, gepfl. Auftreten, hervorragende EDV-Kenntnisse, Englisch-Kenntnisse, AdA (AEVO)-Bescheinigung, sucht neue Herausforderung, sehr belastbar, kontaktfreudig, flexibel, sozial kompetent, hat Spass am Planen, Organisieren und Coachen, möchte einen Betrieb aktiv mitprägen.

Kontakt unter: Tel. 0049 8086 946411
oder 0049 8086 9471875,
E-Mail: T.Gleissner@t-online.de

173552

Wir vermitteln **gratis gute Stellen** in guten Hotels der ganzen Schweiz für **qualifiziertes Hotelpersonal**.

Verlangen Sie das Anmeldeformular.

Stellenvermittlungsbüro Hotella

A. Noth, Bollwerkstrasse 84, 4102 Binningen (Schweiz). Tel./Fax 061 421 10 09
134930

www.adsjob.com

Stellenmarkt Hotellerie-Gastronomie

Sind Dienstleistungen und Hintergrund mit hohem Nutzwert für Entscheider der Branche... Für Betriebe und Bewerber

Tel. 081 382 21 57
www.jobs-hotel.ch

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

WWW.GASTRONET.CH

044 225 80 90

GASTRONOMIE - HOTELLERIE

167027

FLUMSER BERG **Cooler Jobs in Flumserberg**
Saison- und Jahresstellen
Keine Vermittlungsgebühren
Alle Infos unter:
www.flumserberg.ch
Link «Jobs» auf Startseite

163530



Gastro Express

Stellen suchen.

Stellen anbieten.

Kostenlos.

www.gastro-express.ch

172708

Gesucht:

Cook/Cocinero

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

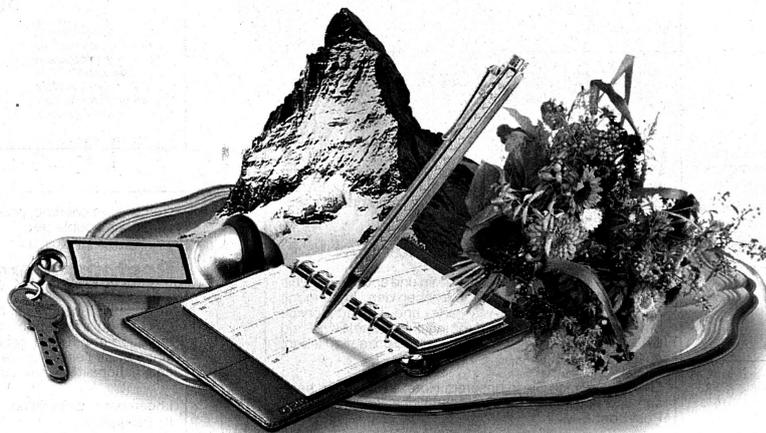


LA CUISINE DES JEUNES

170727

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



Die führende Fachzeitung für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.
Mit dem grössten Stellenmarkt der Branche. 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: hotellerieuisse, 3001 Bern

Verlag und Redaktion / Edition et rédaction:

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23

Chefredaktion / Rédactrice en chef: Marietta Dedual

Verlagsleitung / Chef d'édition: Iris Strelbel

Anzeigenverkauf / Vente des annonces: Marc Moser, Michael Müller, Bëda-Urs Schönenberger

E-Mail: inserate@htr.ch

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

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

- Fr. 1.67 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Fr. 1.60 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Fr. 1.57 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Fr. 1.46 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Fr. 1.43 (exkl. MwSt. / TVA incluse)
- Fr. 30.– pro Woche/Anzeige

Termine:

– Ausgabe	Nr. 46/2006	Nr. 47/2006	Nr. 48/2006	Nr. 49/2006
– Erscheint	16. 11. 2006	23. 11. 2006	30. 11. 2006	7. 12. 2006
– Anzeigenschluss	13. 11. 2006	20. 11. 2006	27. 11. 2006	4. 12. 2006
– Wiederholungen	13. 11. 2006	20. 11. 2006	27. 11. 2006	4. 12. 2006

Herstellung / Production: Büchler Grafino AG / Druckzentrum Bern, 3001 Bern

WEMF-beuglaubt 2005/06 / contrôlés REMF 2005/06, verkaufte Auflage/tirage vendu: 11 829, Gratisauflage/tirage gratuit: 1 289
(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.