

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 39 (1930)
Heft: 18

Titelseiten

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 17.05.2025

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

SCHWEIZER HOTEL-REVUE

REVUE SUISSE DES HOTELS

Nº 18

BASEL, 1. Mai 1930

Nº 18

BALE, 1 mai 1930

INSERTATE: Die einspaltige Nonpareillezeile oder deren Raum 45 Cts. Reklamen Fr. 1.50 per Zeile. Bei Wiederholung entsprechender Rabatt.

ABONNEMENT: SCHWEIZ: Jährl. Fr. 12.—, halbj. Fr. 7.—, vierteljährlich Fr. 4.—, monatlich Fr. 1.50. Zuschlag für Postabonnemente 30 Cts. AUSLAND: bei direktem Bezug jährlich Fr. 15.—, halbj. Fr. 8.50, vierteljährlich Fr. 5.—, monatlich Fr. 1.80. Postabonnemente: Preise bei den ausländischen Postämtern erfragen. Für Adressänderungen ist eine Taxe von 30 Cts. zu entrichten.

**Organ und Eigentum
des Schweizer
Hotelier-Vereins**



**Organe et propriété
de la Société Suisse
des Hôteliers**

Erscheint jeden Donnerstag
mit illustrierter Monatsbeilage:
„Hotel-Technik“

Neundreissigster Jahrgang
Trente-neuvième année

Paraît tous les jeudis
avec Supplément illustré mensuel:
«La Technique Hôtelière»

ANNONCES: La ligne de 6 points ou son espace 45 cts., réclames fr. 1.50 par ligne. Rabais proportionnel pour annonces répétées.

ABONNEMENTS: SUISSE: douze mois fr. 12.—, six mois fr. 7.—, trois mois fr. 4.—, un mois fr. 1.50. Abonnements par la poste en Suisse 30 cts. en plus. Pour l'ETRANGER abonnement direct: 1 an, 15 fr.; 6 mois, 8 fr. 50; 3 mois, 5 fr.; 1 mois, 1 fr. 80. Abonnement à la poste: demander le prix aux offices de poste étrangers. Pour les changements d'adresse il est perçu une taxe de 30 centimes.

Postcheck- & Giro-
Konto No. V 85

Redaktion u. Expedition: Aeschengraben No. 35, Basel
Verantwortlich für Redaktion und Herausgabe: Dr. Max Riesen

TELEPHON
Safran No. 11.52

Rédaction et Administration: Aeschengraben No. 35, Bâle
Druck von Emil Birkhäuser & Cie., Basel

Compte de chèques
postaux No V 85

Inhalts-Übersicht

Feuilleton: Fernsehen im Hotelbetrieb.

Haupt-Artikel:
Appell betr. Förderung des Absatzes einheimischer Weine — Schlachtvieheinfuhr — Auslandsreisen — Namenverfälschung in Briefanschriften.

Petit-Artikel:
Aus der englischen Hotellerie — Ergebnis der IKA — Ferienanspruch der Hotelangestellten — Keine Doppelpiraterie.

Kleine Meldungen und Notizen.

Schlachtvieh-Einfuhr

Gestützt auf einen Antrag der Fleischversorgungskommission, der Vertreter aller Interessengruppen, der Produzenten und Konsumenten angehören, beschloss der Bundesrat vorübergehende Erleichterungen für die Schlachtvieheinfuhr. Dazu erging unterm 23. April folgende Agenturmeldung:

„Die Einfuhr ausländischen Schlachtviehs war seit dem 18. August 1928 geschlossen. Der Seuchenstand im Ausland ist auch gegenwärtig noch wenig erfreulich. Wenn sich das Volkswirtschaftsdepartement dennoch entschlossen hat, unter gewissen Bedingungen vorübergehend wieder Kontingente ausländischer Schlachtvieheinfuhr zu bewilligen, so geschah dies, um einer Erhöhung der Fleischpreise zu Folge der sich schon seit einiger Zeit fühlbar machenden Knappheit des inländischen Angebots vorzubeugen. Die Kontingente sollen den Hauptverbrauchscentren zugute kommen, als welche Basel, Zürich, Bern, Luzern, Chaux-de-Fonds und Glarus, sowie die waadtlandischen Fremdenstationen und der Tessin in Betracht fallen. Es dürfte sich im ganzen um etwa 30 Wagen in der Woche handeln. (Momentan werden 34 Wagen zugelassen.) Die Dauer der Bewilligung hängt von der Entwicklung des inländischen Angebotes ab. Zur Zeit stehen in der Schweiz noch viele Tiere an der Mast, die in absehbarer Zeit zur Verwertung kommen können.“

Weiter wird berichtet, als Bezugsländer für die kontingentierte Einfuhr seien die Tschechoslowakei und Ungarn zugelassen und, soweit es die seuchenpolizeilichen Verhältnisse gestatten, würden an Grenzgebiete auch Bewilligungen für die Einfuhr aus den angrenzenden Staaten erteilt. Auf jeden Fall wird aber nur ein beschränktes Kontingent bewilligt und auch dies nur vorübergehend, so namentlich für Schlachtviehtiere, für welche Ware, wie weiter verlautet, Einfuhrbewilligungen nur bis Mitte Mai erteilt werden sollen. Für Schlachtvieh scheint der Termin etwas länger erstreckt zu werden, aber auch hier besteht im Bundesrat offenbar die Absicht, bald wieder zur völligen Schlachtviehsperre zurückzukehren. Just auf den Beginn der Sommersaison!!

Dass mit dieser vorübergehenden Massnahme den Interessen der Hotellerie und des Metzgerei-Gewerbes nicht gedient ist, liegt auf der Hand. Im Leitartikel der „Schweizer Metzger-Zeitung“ vom 17. April wird die Lage im Metzgereigewerbe als zurzeit ganz schlecht bezeichnet mit

Fördert den Absatz einheimischer Weine! Appell an die Mitgliedschaft S. H. V.

Angesichts der derzeitigen Absatz- und Marktverhältnisse befindet sich der Schweizer Weinbau in einer besonders drückenden Notlage. Der Weinbauer erzielt heute für seine Erzeugnisse Preisaufschläge von bloss 70 bis 90 Franken pro Hektoliter und findet dabei nur ein kümmerliches Auskommen. Allseitige Hilfe und Unterstützung der Konsumentenkreise ist daher hier ein Gebot wirtschaftlicher Solidarität.

Seitens der Hotellerie ist diese Notlage des Weinbaues nicht unbeachtet geblieben. Der Zentralvorstand S. H. V. hat sich denn auch mit der Angelegenheit wiederholt beschäftigt und an seiner letzten Sitzung den Beschluss gefasst, an dieser Stelle einen Appell an die Mitgliedschaft, an die gesamte Hotellerie zu erlassen, mit der dringlichen Aufforderung, auf die bevorstehende Zeit der Verproviantierung der Hotels hin in ihren Einkäufen speziell auch den schweizerischen Weinbau zu berücksichtigen.

Wir betrachten diesen Appell nicht nur als einen Akt wirtschaftlicher Solidarität, sondern geradezu als nationale Pflicht gegenüber einem notleidenden Berufsstand und bitten, dabei nicht zu vergessen, dass durch Förderung der einheimischen Produk-

tion dem ganzen Lande ein Dienst von höchster Tragweite erwiesen wird. Im vorliegenden Spezialfalle der Unterstützung des Weinbaues insbesondere auch durch vermehrte Propagierung schweizer Marken, die sich getrost mit besten ausländischen Provenienzen vergleichen lassen.

Hoteliers! Fördert den Absatz unseres Weinbaues durch vermehrte Ausschank einheimischer Marken und revidiert dabei namentlich auch Eure Preislisten im Sinne der Anpassung an die derzeitigen Marktverhältnisse!

Die Prosperität der Hotellerie ist eng verbunden mit dem Wohlergehen aller andern Berufsstände. Es setze daher jeder Hotelier seine Ehre darin, in seinem Hause die guten Schweizer Weine ausgiebig zur Verwendung zu bringen. Auch dies ist wohlverstandener Dienst an der Allgemeinheit!

Schweizer Hotelier-Verein

Der Zentralpräsident:

Dr. H. Seiler.

Der Direktor des Zentralbureau:

Dr. M. Riesen.

„Auslandsreisen“

(Korr.)

Nachstehend nehmen wir von zwei Tagungen Kenntnis, die zeitlich ziemlich weit auseinander liegen, wirtschaftlich miteinander nichts zu tun haben und doch in einem sehr engen Zusammenhange stehen. Wie das möglich sein kann, werden die folgenden Ausführungen zeigen.

Am 7. November 1929 tagte in Würzburg der Bädereusschuss des „Reichsverbandes der Deutschen Hotels, Restaurants und verwandter Betriebe“. Über Punkt 3 der Tagesordnung, der uns besonders interessiert, berichtete s. Zt. das offizielle Organ des Reichsverbandes wie folgt:

Der Verlag der „Deutschen Hotel-Nachrichten“ macht eingehende Vorschläge für Propagandamassnahmen, durch die der zunehmenden Abwanderung Deutscher ins Ausland entgegengegearbeitet werden solle. Der Inlandswerbung müsse in Deutschland mehr Beachtung als bisher geschenkt werden. Durch eine umfassende Werbeaktion nach einheitlichen Gesichtspunkten soll ein wirkungsvoller Appell an die deutsche Öffentlichkeit

gerichtet werden. In der Aussprache werden die sehr dankenswerten Vorschläge des Verlags Eiser einstimmig gutgeheissen. Die weitere möglichst schnelle Ausarbeitung der Pläne wird einer Kommission übertragen.

Die zweite bemerkenswerte Tagung fand fast drei Monate später statt. Am 18. Januar 1930 traten im Rathause zu München die Vertreter von zwölf deutschen und zwei schweizerischen Städten zusammen mit dem Ziele, den Reiseverkehr, vor allem aber den internationalen Verkehr über die Eisenbahnhlinien Rhein-Schwarzwald-Württemberg-Bayern nach der Schweiz zu lenken. Diese 14 Städte haben sich schon vor zwei Jahren zu einer „Arbeitsgemeinschaft“ zusammengeschlossen, die den Namen Nord-Süd-Ausschuss erhalten hat. Es sind die Städte: Baden-Baden, Düsseldorf, Frankfurt a. Main, Freiburg i. Br., Karlsruhe, Koblenz, Köln, Mainz, Mannheim, München, Stuttgart und Wiesbaden, sowie die Schweizer Fremdenstädte Luzern und Zürich. Ausser diesen bereits zur Arbeitsgemeinschaft zusammengeschlossenen Plätzen waren aber auch noch offizielle Vertreter der drei holländischen Städte Amsterdam, Haag und Rotterdam, ein Vertreter des Landesverkehrsamt Tirol aus Innsbruck, sowie Vertreter der deutschen Städte Aachen, Augsburg, Essen-Ruhr, Nürnberg und Rothenburg ob der Tauber erschienen. Während der Tagung beschlossen die deutschen Städte Augsburg und Koblenz, sowie die holländischen Grosstädte ihren Beitritt zu der Arbeitsgemeinschaft Nord-Süd. Die Tiroler Landesregierung wird noch ein offizielles Aufnahmegesuch vorlegen. Aus den gefassten Beschlüssen erwähnen wir die wichtigsten: Herausgabe eines gemeinsamen Faltprospektes, der mit Linienkarten und Text die Vorzüge der einzelnen Gebiete schildern soll; Schaffung eines gemeinsamen Plakates; Herstellung einer Sammelmappe für die Ortsprospekte aller Mitgliederstädte, die den Reisebüreaux zur Verfügung gestellt werden sollen, um dem Schalterpersonal die Arbeit zu erleichtern; Ausarbeitung eines Lichtbilder-Vortrages, der hauptsächlich im Ausland vorgeführt werden soll; Durchführung einer gemeinsamen Inseratenwerbung im Ausland, die schon in diesem Jahr einsetzen wird.

Die Ergebnisse beider Tagungen sind für die Schweiz interessant und wichtig. Am bedeutungsvollsten ist wohl der Beschluss des Bädereusschusses des Reichsverbandes der Deutschen Hotels. Es sei uns deshalb gestattet, rein sachlich und leidenschaftslos ein paar Worte darüber zu sagen.

Internationalität des Fremdenverkehrs.

Mit voller Absicht haben wir die beiden zeitlich und wirtschaftlich auseinanderliegenden Tagungen zusammengeköpelt. Wir wollen damit recht deutlich veranschaulichen

Erwartungen. Ein Redner sah schon den Tag voraus, an dem der Direktor eines Hotels von seinem Bureau aus alle ankommenden Gäste betrachten und sein ganzes Personal kontrollieren kann.

Aber nicht nur das. Die neue Einrichtung soll natürlich auch den Hotelgästen zu gute kommen und da wurde erklärt, dass die Kombination von Film und Funk nicht nur für Unterhaltungszwecke eine Rolle spielen würde, sondern auch die Kombination des Telefons mit der Television, sodass die Sprechenden einander sehen können. Über dies letztere ist nun in technischen Blättern bereits des öfteren berichtet worden und diese Sache, so fabelhaft sie an und für sich auch ist, mag dem Laien schon einleuchten. Wer wundert sich heutzutage überhaupt noch über etwas? Das erste hingegen überbietet schier den Zauberspiegel aus 1001 Nacht. Oder kommt der in Andersen's Märchen vor? Jedenfalls eröffnet es neuen Blicken ungeahnte Perspektiven.

Man denke sich den höchsten Grad der Vollkommenheit auf dem Gebiet der Arbeitsleistung des Personals, der mit der Installation dieses Wunder-Apparates erzielt würde. Z. B. grosses Reinemachen im Appartement 115, das grade

leer geworden ist. Die Etagen-Gouvernante ist zum Tee gegangen. Der Portier und das Zimmermädchen sind allein beschäftigt. Kurze Zeit darauf wird die Gouvernante vom Manager an's Telefon gerufen: Fräulein Schmidt, sagen Sie dem Jean und der Elise, sie möchten mit dem Pousieren warten, bis beide off duty sind, bei unserer so knapp bemessenen Arbeitszeit kann ich trotz weitgehendem Verständnis für alles Menschliche solches während der Geschäftszeit nicht dulden.

No. 2. Der Maincourantier wird angelockt: Herr Bühler. Sie haben wohl gestern Nacht zu lange gefoxotrottelt (oder sagt man foxgetrottet?). Ich bitte Sie, über Ihren Additionen nicht fortwährend einzukicken.

No. 3. Der Kellermeister wird an's Telefon zitiert: Herr Reichwein, ich habe natürlich gar nichts dagegen, wenn Sie den Inhalt der grossen Lagerfässer auf seinen Entwicklungsgang hin prüfen, aber es braucht nicht immer nur der teure Chateau Lafitte zu sein.

Die Beispiele lassen sich je nach der Phantasie des Lesers noch beliebig vervielfachen, auch die berüchtigten Hotelratten könnten nur noch unter

beklemmendem Angstgefühl ihre Tätigkeit ausüben und würden mit der Zeit sicher das Hotel ganz meiden, wüssten sie doch nie ob nicht just in dem Moment, wo ihnen das wunderbare Perlencollier der Fürstin X verheissungsvoll entgegenlächelt, oder das brillantenbesetzte Armband der Mrs. Blackbottom, eines der hundert Augen des unsichtbaren Argus sich auf ihre Fersen lenkt.

Wie schon weiter oben erwähnt: Der Mensch von heute wundert sich so leicht über nichts mehr. Utopien, insofern sie nicht das Perpetuum mobile oder die Quadratur des Zirkels berühren, sind aus unserem Sprachschatz so gut wie ausgeschaltet; man kann heute in der besten Gesellschaft vom reinsten Völkerfrieden oder von der Einführung einer wertbeständigen Währung reden, ohne befürchten zu müssen, als Idiot angesehen zu werden, aber dieser Zauberspiegel kommt uns einsteilen doch noch etwas — amerikanisch vor.

Immerhin, die Sache absolut nicht ohne „Reiz für unsern Sinn“ ist, werden wir ihr weiter nachforschen und, im Fall sie sich nicht als Aprilscherz herausstellt, weiter über sie berichten.

FEUILLETON

Fernsehen im Hotelbetrieb

Von Jules Lippert

Kürzlich ging die Meldung durch die Blätter, dass das im Bau begriffene neue Waldorf-Astoria-Hotel in New-York sich für die Einrichtung der „Television“ (Fernsehen) ausgesprochen habe, unter der Voraussetzung, dass bis zur Fertigstellung des Hotels diese Television den Grad der Vollkommenheit erreicht habe, der sie zur allgemeinen Benützung befähigt. Auf der Tagung des Verwaltungsrates des Verbandes Amerikanischer Hoteliers soll diese neue Erfindung eingehend besprochen worden sein und man hegte in Bezug auf sie die optimistischsten