

Objektyp: **Issue**

Zeitschrift: **Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels**

Band (Jahr): **45 (1936)**

Heft 30

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

SCHWEIZER HOTEL-REVUE

REVUE SUISSE DES HOTELS

N° 30
BASEL, 23. Juli 1936

N° 30
BALE, 23 juillet 1936

INSERATE: 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. AUSLAND: bei direktem Bezug jährlich Fr. 15.—, halbjährlich 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

Fünfundvierzigster Jahrgang
Quarante-cinquième année

Paraît tous les jeudis

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. 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: Gartenstrasse No. 46, Basel
Verantwortlich für Redaktion und Herausgabe: Dr. Max Riesen

TELEPHON No. 27.934

Rédaction et Administration: Gartenstrasse No. 46, Bâle
Druck von Emil Birkhäuser & Cie., Basel

Compte de chèques postaux No. V 85

Im Einverständnis mit dem Bundesrat ist der Ertrag der diesjährigen Bundesfeier-Sammlung (Karten- und Abzeichenverkauf) bestimmt worden zur

Bekämpfung der Tuberkulose

Die Sammlung dient demnach einem edlen gemeinnützigen Zweck. — Bestellungen der Hotels auf Bundesfeier-Abzeichen und Bundesfeier-Menukarten (welche letztere gratis abgegeben werden) sind an das Sekretariat des Schweiz. Bundesfeier-Komitees, Bahnhofplatz 9, in Zürich zu richten.

INHALTSVERZEICHNIS:

Das Bild im Hotelprospekt — Hotellerie und Wirtschaft — Landesausstellung Zürich (S. 2) — Der Fremdenverkehr in der Schweiz im Monat Mai — Offizielle Bundesfeier-Mitgliederbewegung — Zur Bundesfeier-Sammlung — Willkommene Unterstützung — Schlafwagen

als Hotel — Frage und Antwort (S. 3) — Marktmeldungen — Internationales Unterscheidungszeichen der Motorfahrzeuge — Zusammenarbeit der Bauerschaft und Hotellerie — Die Hotel-Bar als Komfortbegriff — Kurzmeldungen.

Das Bild im modernen Hotelprospekt

W. Flaig, Klosters

Noch immer spuken — als Blickfänger — süsse Badenixen, phantastische Berge und himmelblaue Riesenzirnen ebenso hartnäckig wie die „mässigen Preise“ und die „ozoneichen Wälder“ in den Werbeschriften der Hotels, obwohl doch so manches Haus heute die „neue Sachlichkeit“ nur allzu hart spüren muss und Grund genug hätte, jeder, aber auch jeder Möglichkeit zur Verbesserung der Werbekraft nachzugehen.

Die beste Werbung ist der zufriedene Gast. Aber auch er muss ein erstes Mal kommen, und um dies zu erreichen, ist der Hotelprospekt des einzelnen Hauses nach wie vor eines der wichtigsten Werbemittel. Dass seine Grösse, der Reichtum seines äusserlichen Kleides, die mehr oder weniger üppige Sprache, Gesamtumfang und Aufgliederung dieser Druckschrift von der Grösse, dem Vermögen, dem bisherigen Besuch, den Beziehungen des Hotels und von der Art der verschiedenen Verwendungen des Prospektes abhängen, das sind Binsenwahrheiten und auch — schwierige Fragen, über die wir uns heute nicht unterhalten wollen. Mir liegt vielmehr daran, Erfahrungen der allerletzten Zeit über den grundsätzlichen Inhalt des Prospektes — an Worten und Bildern — hier bekanntzugeben mit besonderer Berücksichtigung der Hotels in den Schweizeralpen. Nicht als ob andere nicht auch solche Erfahrungen gemacht hätten, sondern weil ich in meinem Berufe als Reise- und Sportschriftsteller viel damit zu tun habe und dabei wieder und wieder auf — nach meiner Ansicht — so grundfalsche Meinungen stosse, dass eine Aufklärung in gar keinem Fall schaden kann. Und erst recht nicht schaden kann, wenn andere, auch gegensätzliche Meinungen dadurch herauszutreten gezwungen werden. Die umstrittenen Fragen sind:

Viel, wenig, gar keine Bilder? Fotos oder Zeichnungen? Viel Text? Wenig Text? Sachlich oder „poetisch“?

Ganz allgemein kann dies damit beantwortet werden, dass die Reise, auch die reine Vergnügensreise, heute eine Geldfrage ist. Geld heisst Geschäft. Geschäft heisst trocken-sachliche Prüfung des Angebotes. Dazu kommt, dass die Menschen und zumal die Städter von heute überhaupt mehr als sachlich eingestellt sind in solchen Dingen. Auch der sehr begüterte Gast rechnet heute (ganz abgesehen davon, dass viele nur durch das „Rechnen“ begütert wurden); das beweist das Abwandern vieler solcher Gäste in das im Rang nächst tiefere Hotel.

Folglich: der Hotelprospekt muss sachlich klar sein, in Wort und Bild.

Im gleichen Masse wie die Sachlichkeit wuchs aber auch der Geschmack einerseits und die Freude am einfachen „Schönen“, ja Romantischen, als Gegengewicht zur rechnerischen und sportlichen Sachlichkeit. Ich

brauche nur auf den Hang zum romantischen Wandern (auch des Autotouristen!) hinzuweisen oder auf den vermehrten Absatz phantastischer, mystischer und romantischer Schriften (neben den „Tatsachenberichten“, den über alles beliebten, oder den Lebensbeschreibungen usw.).

Folglich: der Prospekt muss auch „schön“, geschmackvoll sein, er muss der sportlichen Romantik Rechnung tragen.

Die Bilder.

Bilder müssen drin sein, und zwar so viele, dass sich der Gast zum allermindesten von der Landschaft, dem Ort, der Stadt, am besten auch von der Lage und Art des Hauses einen wirklichen Begriff machen kann. Der äusserst misstrauische Gast wird dabei eine Foto stets der Zeichnung und dem bunten (oft reichlich kitschigen) Aquarell des Prospektmalers vorziehen.

Auch das Umschlag- oder Aussenbild (Titelbild) soll nicht irgend ein unvorstellbares Etwas sein, sondern wahr, am besten aus der Landschaft, dem Volksleben, der Eigenart der Gegend. Irgend ein — oft schon recht abgeklappertes Sportbild ist genau so wertlos wie die ewige Badejüngler auf dem Plakat. Deshalb braucht das alles nicht trocken und leer zu sein. Es ist das Geschick des „Prospektdichters“ einerseits und des künstlerischen Leiters der Druckerei andererseits, die hier entscheiden. Häuser mit originellen Innenräumen, berühmten getäferten oft alten Stuben (Bierstube, Schwemme, Keller u. a. m.), mit alten gewölbten Gängen, Möbeln und dergleichen können hier diese Eigenart ausnützen und dabei der „Romantik“ Rechnung tragen.

Immer werdend sind hübsche Fensterblicke oder vom Balkon ins Grüne, auf den See, das Gebirge. Man bedenke, der Gast kommt meist aus der Stadt, aus der Enge, aus dem Tiefland. Ein Zimmer, in dessen Fenster ein Schneeberg hereinleuchtet, oder ein Balkon mit Sonne und Seeblick ist ein Traumland für ihn.

Die Sachlichkeit kann durch ein gutes Bild eines Zimmers (Innenaufnahme) befriedigt werden, muss aber dem Durchschnitt entsprechen und nicht das einzige Paradezimmer „mit allen Schikanen“ sein, deren Fehlen die Schikanen der anderen Räume sind! Die Leute schauen scharf hin. Dagegen kann man das Bild des Speisesaales mit den fabelhaft gedeckten Tischen (drei Gläser usw.) ruhig weglassen und dafür viel lieber ein Bild von der Älplerhütte oder dem Schwingfest hinein nehmen, das zieht viel mehr!

Keinesfalls — ich betone es nochmals! — als Titelbild ein Phantasiegemälde mit meermalen Enzian oder süss lockender Badenixe. Auf dem Papier ist das nur für eine

ganz kleine Gruppe naiver Schwärmlinge verführend genug. Allerdings — es gibt kleinere Betriebe, die fast nur von solchen sehr naiven Gästen leben. Aber sie bilden doch eine Ausnahme heute. Und schliesslich ist es ein ganz anderes, ob ein berühmtes Hotel ersten Ranges sich eine üppige Fassade zulegt und künstlerisch gestalten lässt, oder eine kleine Pension. Dies Erstklasshotel darf als Ausnahme eine künstlerische Ausstattung seines Prospektes wagen, muss aber daneben der Sachlichkeit und Wirklichkeit noch immer genug Raum gewähren; denn wenn auch der sehr reiche Gast bei dem Hotel I. Ranges und anerkannten Rufes den höchsten Grad von Bequemlichkeit und Geschmack voraussetzt, so will er doch keine Katze im Sack kaufen, er erst recht nicht für sein vieles Geld!

Wird eine künstlerische Ausstattung durch Bilder nach Zeichnungen oder Gemälden gewagt, so kann nur das Allerbeste, nur wahre Kunst dienen, ja sie kann es dann u. U. hervorragend, indem man

z. B. ein nicht nur allbekanntes, sondern auch vielbeliebtes Gemälde eines berühmten Künstlers verwertet und so diese Berühmtheit von Bild, Maler und Landschaft oder Gegenstand (Volksbrauch, Typ eines Einheimischen usw.) ausnützt.

Bei weiser Beschränkung kann hier auch das kleine und mittlere Haus zupacken und einmal etwas anderes als den ewigen „Falter“ hinausenden, z. B. einfach eine schöne farbige Postkarte, Vielfarbenruck nach einem berühmten und sehr charakteristischen Gemälde oder alten handkolorierten Stich (Motiv einerlei) aus der Gegend.

Auf der Rückseite lässt man ein paar wohl-abgewogene freundliche, sachlich genügend aufklärende Sätze aufdrucken, unterschreibt von Hand und — schickt sie als Postkartendrucksache (5 Rappen), nicht aber in Umschlag, an alle früheren Gäste und „Interessenten“. Die Idee ist vielleicht nicht neu. Aber des Versuches wert. Man muss natürlich in der Kunst sich ein wenig auskennen, fachkundigen Rat anhören und — befolgen.

Hotellerie und Wirtschaft

(Korrespondenz aus Mitgliederkreisen S.H.V.)

Wieviel ist in letzter Zeit geschrieben worden über die bedenkliche Fremdenverkehrsrumpfung und die daraus entstandene Finanzlage der Schweizerischen Hotellerie! Wir wollen hier nicht wiederholen, mit welchen Existenzschwierigkeiten diese unsere Landesindustrie zu kämpfen hat, welche Opfer sie von Jahr zu Jahr neu auf sich nehmen muss, sondern uns bloss fragen: ob und wann überhaupt dieser Rückgang zum Stillstand kommen wird. Die Saison-Schnellzüge laufen seit geraumer Zeit; brachten sie letzten Sommer noch etwelchen erfreulichen Gästestrom, so treffen sie heute mit leeren Waggons ein. Zu Hunderten stehen an den Bahnhöfen der grossen Fremdenplätze die Hotelportiers in Reih und Glied; doch wenn die Züge einfahren: immer dasselbe Bild — an den Fingern sind die Arrivées abzuzählen.

Im Vergleich zum letzten Jahr sind die Ausfälle enorm. Selbst Badekurorte, die doch eine Anziehungskraft besonderer Art aufweisen wie Schuls-Tarasop und Ragaz, um nur einige wenige zu nennen, weisen eine ganz bedenkliche Leere auf. Landesteile wie Graubünden, deren wirtschaftliche Struktur ganz vom Fremdenverkehr abhängt und die bis anhin schon das Höchstmass an Opfern auf sich nehmen mussten, stehen nachgerade vor einem wirtschaftlichen Zusammenbruch, wenn dieser Zustand andauert.

Die Hotellerie lebt und stirbt mit der Weltwirtschaft. Sie ist aber auch eines der grössten Opfer unserer widersinnigen Weltwirtschaft und wird auch keinen normalen Zustand erleben, solange die Wirtschaft nicht in andere Bahnen gelenkt wird.

Ursache und Wirkung sind in der Öffentlichkeit schon oft beleuchtet worden. Die Hauptursache an allem und Veranlassung der chaotischen Wirtschaftszustände ist die gigantische Verschuldung der Völker. Wenn einzelne Staaten es verstanden haben, durch inflationistische und andere Massnahmen das absolute Schuldenmass verhältnismässig niedrig zu halten, so war dies eben nur

möglich dadurch, dass man der Wirtschaft Daumenschrauben anlegte und ganz bedeutende Eingriffe in den freien Verkehr vornahm. Man denke nur an die Einkaufsbeschränkungen aller Art, an die Schutzzölle, Sperrzölle usw.

Nach den vielen Eingriffen der Staaten hat die allgemeine Wirtschaft heute aufgehört, eine private Sache zu sein; sie ist vielmehr eine direkte Staatsangelegenheit geworden. Solange man aber noch — wie bei uns — von einer Privatwirtschaft spricht, sollte man sich darüber klar sein, dass diese ohne ein bestimmtes Mass von Freiheit eben nicht gedeihen kann. Die Schweiz. Hotellerie wird durch diese staatlichen Wirtschaftsregelungen direkt in Mitleidenschaft gezogen, ohne die ihr gebührende Sonderberücksichtigung zu finden. Dies beweist ja nur zu deutlich die Entwicklung nach unten der letzten Jahre und der stete Niedergang des internationalen Reiseverkehrs. Wenn man die Sache näher untersucht, so kommt man zur Konstatierung, dass es sich bei diesen Massnahmen der meisten Staaten viel weniger um die eigentliche Gesundung der Wirtschaft als um andere Dinge handelt. Die schöne Zeit des Freihandels scheint wohl für ewig begraben zu sein, denn mehr und mehr wickelt sich der gesamte Warenverkehr fast überall in einer nationalgeordneten Wirtschaft ab.

Nichts dürfte aber gefährlicher sein als eine Politik der wirtschaftlichen Unabhängigkeit und des Abschlusses nach aussen. Allerdings behaupten die Anhänger der Protektionswirtschaft, dass unsere hohen Zölle das beste Mittel zur Aufrechterhaltung unseres Lebensstandares seien. Sie vergessen aber dabei, dass herausgehende Waren schliesslich nur durch hereinkommende bezahlt werden können. Die Politik der Schutzzölle und Einfuhrbeschränkungen ist, allerdings nicht nur bei uns, bis zum Extremen getrieben worden, die Auswirkungen davon hat die Hotellerie in erster Linie zu spüren bekommen und sie trugen viel dazu bei, dass die wirtschaftliche Grundlage schwer erschüttert wurde. Ge-

wisserrassen sind unsere Schutzzölle und Einfuhrbeschränkungen zu Sperrmassnahmen geworden, so dass ein Ausgleich zwischen Landwirtschaft einerseits und der Industrie andererseits nicht mehr möglich wurde. Diese Unausgeglichenheit hat dann auch noch dazu geführt, dass insbesondere der Landwirtschaft Millionen und Millionen zur Verfügung gestellt werden mussten. Niedrigere Zolltarife und der Abbau der Kontingentierungen würden aber für bestimmte Bedarfsartikel bestimmt grössere Umsätze und Einnahmen bringen und der Inlandproduktion trotzdem noch genügend Schutz bieten. Gleichzeitig aber würde es z. B. Deutschland möglich werden, einen Teil der Schulden in Warenlieferungen abzutragen und damit die Wirtschaftsregelung zugunsten der Hotellerie zu erleichtern. Schliesslich erhält der Staat Zölle nur von

Waren, die eingeführt werden und nicht von solchen, die der zu hohen Belastung und Einfuhrbeschränkung wegen nicht eingeholt werden können. Wenn wir einen normalen Markt für landwirtschaftliche Produkte erhielten, dürften ausserdem grosse Summen an Subventionen wegfallen, gleichzeitig aber ein Ausgleich in der Preisgestaltung für die Hotellerie erreicht werden. Die Bestrebung zur Behebung des Handels im Sinne des Ausgleichs von Ausfuhr und Einfuhr ist daher eine Notwendigkeit im Hinblick auf die Gesundheit des Reiseverkehrs und damit der gesamten Wirtschaft. Auf alle Fälle aber wäre es von grösstem Nutzen, einmal genau zu wissen, nach welcher Richtung die schweizerische Wirtschafts-Politik zielt? Das Bestehen der Hotellerie hängt zum Grossteil davon ab. P. B.

Landesaussstellung Zürich

(E. Br.) Erinnern wir uns daran, dass die im besten Andenken stehende Berner-Landesausstellung vom Jahre 1914 trotz Krieg- und Mobilitätsänderung eine Besucherzahl von vier Millionen aufwies, so haben sich sofort die Zusammenhänge zwischen der kommenden Veranstaltung vom Jahre 1939 in Zürich und dem schweizerischen Gastgewerbe ab. Die Hotellerie hat also ein grosses Interesse an dieser Ausstellung. Deren Budget rechnet vorsichtshalber mit nur zwei Millionen zahlenden Besuchern.

Organisatorisch wird freilich die kommende Landesaussstellung nicht in den Fusstapfen des Berner-Unternehmens wandeln. Das ist leicht zu verstehen. Damals konnte man in der Schweiz nur die Ausstellungen an sich. Sie waren Plattform für Neuheiten. Sie stellten das Bindeglied zwischen Fabrikant und Konsument auf der einen Seite und zwischen Fabrikant und Wiederverkäufer auf der andern Seite her. Letztere Funktion haben zwischenzeitlich die Mustermesse in Basel, das Comptoir in Lausanne und der Automobilsalon in Gené übernommen. Wir können in Zürich nicht eine erweiterte Mustermesse veranstalten! Von der traditionellen Unterteilung nach Branchen wird man abgehen müssen. Die Parole lautet bekanntlich: „Thematische Ausstellung“. Das heisst, dass man zahlreiche, die Allgemeinheit interessierende Themen in lebendiger und instruktiver Weise behandelt und in diesem Rahmen möglichst der gesamten schweizerischen Wirtschaft Gelegenheit gibt, ihre Leistungen der Allgemeinheit vorzuführen. In der Gruppe „Recht, Sozialwissenschaft, Politik“ wird sich z. B. eine anschauliche Darstellung „Woher kommen die Steuergelder und wohin gehen sie?“ unterbringen lassen und sicher viel Interesse erwecken.

Die Entwicklung des Badewesens und „Die Alpen in alter und neuer Zeit“ sind Themen, welche die Hotellerie näher berühren. Es heisst, dass ebenfalls die elektrische Energieerzeugung und der Aufbau der Tarife zur Darstellung gelangen soll. In diesem Rahmen wird sich ebenfalls Gelegenheit bieten, prächtige Landschaftsbilder zu zeigen. Man denke nur an die Elektrizitätswerke in Ritom, bei Vernayaz, an der Handek usw. Es liegt in der Natur einer solchen thematischen Aufmachung, dass die massgebenden Ausstellungsinstanzen tunlichst mit den Berufsverbänden verkehren und nicht mit den Einzelmitgliedern. Denn die Leistung der Branche interessiert in erster Linie und ihr hat sich das private Interesse unterzuordnen. Das mag für manche nicht angenehm sein. Aber dieses Vorgehen ist nun einmal durch die Verhältnisse bedingt. Und die Verhältnisse sind nicht willkürlich geschaffen, sondern drängen sich geradezu auf, wenn die Ausstellung die nötige Beachtung finden soll und wenn man vermeiden will, dass das Publikum nach den ersten Tagen enttäuscht verkündet: „Das haben wir ja alles längst in Basel, Paris und Brüssel gesehen“. Man weiss, wie sehr Brüssel enttäuschte (wo ich keineswegs den Schweizerpavillon im Auge habe), weil es nur eine Materialsammlung ohne instruktiven Charakter und ohne Spitzenleistungen zeigte. Man weiss, dass auch die Kolonialausstellung in Paris (1931) nicht frei von Enttäuschungen war, weil sie ins Uferlose ging bzw. jeder Standgeldzahler Aussteller sein konnte. Solche Enttäuschungen müssen wir vermeiden. Wir müssen uns auf eine wesensverschiedene Veranstaltung umstellen.

Die internationale Propaganda für die Zürcher-Ausstellung soll auf sehr breiter Grundlage erfolgen. Diese Propaganda wird unmittelbar auch eine Werbung für die Hotellerie bedeuten. Wir können uns auf ein grosses Besucherkontingent aus dem Ausland gefasst machen. An den am Touristenverkehr interessierten Instanzen wird es nun sein, rechtzeitig die erforderliche Sonderpropaganda zu inszenieren, damit die vielen Ausstellungsbesucher nicht nur den Weg von der Grenze nach Zürich und zurück finden. Die Ausstellung findet bekanntlich erst im Jahre 1939 statt. Man hat also Zeit. Wichtig aber ist, dass die Propaganda

Der Fremdenverkehr in der Schweiz im Mai 1936

(Mitget. vom Eidgenössischen Statistischen Amt)

Im Berichtsmonat wurden von 6240 Betrieben (Vorjahr 6142) mit 137000 Gastbetten (136900) 222000 Arrivés (211000) und 832000 Logiernächte (856000) gemeldet. Gegenüber dem Vorjahre hat also die Zahl der Ankünfte um 5,5 Prozent zugenommen; die Zahl der Übernachtungen dagegen ist um 2,7 Prozent gesunken.

	Arrivés		Logiernächte	
	Mai 1936	Mai 1935	Mai 1936	Mai 1935
Inland	141282	147533	536364	520158
Ausland	69279	74688	319247	303179
Zusammen	210561	222211	855611	823337

Der Pfingstverkehr, der letztes Jahr in den Monat Juni fiel, vermochte somit nur die Zahl der Arrivés etwas zu erhöhen. Am Rückgang der Übernachtungen sind die Ausländer wieder stärker beteiligt als die Inländer. Die durchschnittliche Bettenbesetzung sank für die ganze Schweiz von 20,2 auf 19,6 Prozent.

die traditionellen Bahnen verlässt und neue Wege sucht. Anst war die Schweiz das Touristenland par excellence. Heute muss sie diese Stellung mit etlichen anderen Staaten teilen. Vor allem muss sich die Propaganda gegen die Parole der „teuren Schweiz“ richten. Dieses Schlagwort wird im Ausland immer wieder gegen die Schweiz vorgebracht. Erst kürzlich sagte mir ein deutscher Lehrer, dass er früher seine Ferien stets in der Schweiz zugebracht habe, nun aber nach dem billigen Jugoslawien gehe. Wir dürfen wohl auch die ausländischen Wünsche, die niedrigeren Preise durch grössere Einfachheit zu erzielen, nicht zu sehr ignorieren.

Der Schreiber dieser Zeilen nahm kürzlich an einer Pressefahrt teil, zu welcher die sächsische Regierung Pressevertreter aus 15 Staaten eingeladen hatte. Überall waren wir Gäste der besuchten Ortschaften. Überall wurden wir gefeiert. Aber das Essen umfasste stets nur die Suppe, einen zweifach servierten Hauptgang und das Dessert. Es ging auch so ganz gut, wir waren alle recht zufrieden. Man zeigte uns nicht nur die sächsische Landschaft, sondern ebenfalls die Herstellung des Meissener-Porzellans. Man führte uns durch Fabriken, durch Heimbetriebe der erzbergischen Spielwarenindustrie. Man servierte uns sächsische Weine und Liqueure. Man schenkte uns als Erinnerung sächsische Gewebe, Kunstblumen, Serviettenringe aus Zinn und Bergwerkzeug von Altenberg. Man zeigte uns Trachtenmäddchen in der Lausitz und im Erzgebirge. Dabei wurde nichts propagiert, sondern alles nur gezeigt. Aber diese dreitägige Schau machte uns mit Volksleben, Industrie, Hotellerie, Volkstum und Landschaft bekannt. Es war ein Erkranken des gesamten Gebietes. Eine Untergruppe der italienischen Abteilung der Leipzig-Exposition, die 6000 Teilnehmer umfasste und unter Ausschaltung von Privatfirmen als Kollektivität auftrat, die für das ganze Land Propaganda machte. Für die Zigarren wie für die Früchte; für die Blumen wie für die Wintersportorte. Für die Kunststätten wie für die Autostrassen. Für die regionalen Trachten wie für die gastronomischen Spezialitäten. Jedem Besucher stand es frei, ein italienischer Hotelführer mitzunehmen. Jeder Mann wurde zwei Nelken überreicht, geschmackvoll zusammengebunden und mit einer Etikette versehen: „Herzliche Grüsse aus der italienischen Riviera und eine warme Einladung, dies paradiesische Küstenland zu besuchen.“ Bedenkt man, dass die Abteilung von etlichen hunderttausend Personen besucht wurde, so kann man sich einen Begriff vom Umfang dieser originellen Blumenpropaganda machen.

Die Sachsenfahrt und die italienische Ausstellung sind hier nur erwähnt, um an Hand der Praxis zu zeigen, welche Wege heute die Propaganda geht und wie ein Land nicht mehr lediglich mit der Altherwürdigkeit, den landschaftlichen Reizen und den Sportplätzen werben kann. Man muss sich auch an Ausstellungen nicht scheuen, in der Werbung originell zu sein und neue Wege zu betreten.

Im Organisationskomitee der Landesausstellung, das aus 26 Mitgliedern besteht, sind folgende Herren aus Kreisen des Gastgewerbes und des Verkehrs vertreten: Direktor Bittel von der Schweiz. Verkehrszentrale, Dr. Cottier, Kreisdirektor III der S.B.B., C. Müller-Munz, Restaurateur, Zürich, und Dr. C. Staehelin, Präsident des Verkehrsvereins Zürich. Das Organisationskomitee ist der eigentliche verantwortliche Träger des Unternehmens.

Für die Landesaussstellung des Jahres 1914 wurde die Organisation bereits sechs Jahre vorher geschaffen. Für die nächste Ausstellung verfügen wir nur über halb so viel Zeit. Immerhin reicht sie, um sich auch in der Hotellerie genügend vorzubereiten. Aber man muss ohne Verzug an die Aufgabe herantreten und vor allem eine vielseitige Propaganda inszenieren, die — das sei nachgetragen — auch an unsern technischen Musteranlagen nicht vorbeigehen darf. Es mag einem spätern Aufsatz vorbehalten sein, auf einige propagandistische Richtlinien noch näher einzutreten.

Kleine Chronik

St. Gallen. Wie man uns mitteilt, ist das Hotel Walhalla-Terminus in St. Gallen den grössten Reservations für ca. zwei Monate geschlossen worden. Dagegen bleiben sämtliche Restaurations-Lokale geöffnet.

Mitgliederbewegung — Mouvement des membres

Neuanmeldungen.	Demandes d'admission.	Betten Lits
M. Emile Gamon, Hôtel de la Tête-Noire, Fribourg		20
Hr. Julius A. Riedweg, Direktor, Hotel Bellevue-Kurhaus, Gstaad		80
Frl. Lydia Lanz, Pension Guntenmatt, Gunten		20
Hr. Peter Reber, Hotel Reber au Lac, Locarno		120
Hr. Otto Franz Helfenstein, Hotel du Pont, Luzern		35
Hr. Peter Tschudi, Ski- und Touristenhaus „Ortstock“, Schwanden (Glarus)		10
Hr. Alois Marty-Horlacher, Hotel Terminus, Spiez		P.M.
Hr. Albert Bohren, Hotel Falken, Thun		60
Hr. Willy Seiler, Hotel Bristol, Wengen		45
Hr. Arthur Kolb, Sport-Hotel Krone, Zweisimmen		80
Hr. Ferdinand Zimmerli, Direktor, Hotel Laurino, Bolzano		P.M.

Zur Bundesfeier-Sammlung

Die Aufgaben der Tuberkulosebekämpfung. Die Tuberkuloseerkranklichkeit ist in den letzten 25 Jahren um mehr als die Hälfte zurückgegangen. Vieles bleibt zu tun übrig, denn diese Krankheit fordert in der Schweiz immer noch 4000 Menschenleben pro Jahr und die Zahl der behandlungsbedürftigen Tuberkulosen muss mit 40-45000 beziffert werden. Der Ausfall an Mannvermögen, den die Schweiz dadurch erleidet, dass sich die Tuberkulose ihre Opfer vorwiegend im erwerbsfähigen Alter holt, beträgt pro Jahr noch mindestens 10 Millionen Franken.

Die fortschreitende Erkenntnis über Ursache, Entstehung und Verlauf der Tuberkulose ergab, dass nur durch Vorbeugen eine erfolgreiche Bekämpfung dieser Volksseuche möglich sei. Diese Tatsache führte zur Gründung der kantonalen und lokalen antituberkulösen Organisationen und zur Schaffung von Tuberkulose-Fürsorgestellen. Durch das 1923 in Kraft getretene eidgenössische Tuberkulosegesetz fanden der Kampf gegen die Tuberkulose seine gesetzliche Verankerung und die antituberkulösen Ligen ihre öffentliche Anerkennung.

In allen zivilisierten Ländern gilt heute die Fürsorgestelle als das Zentrum der ganzen antituberkulösen Bewegung. Von hier gehen alle notwendigen Anordnungen aus. Der eine Kranke muss für Monate in die Sanatorium versorgt werden, ein anderer soll einen Platz im Spital finden, ein dritter kommt aus der Heilstätte zurück, ist voll arbeitsfähig, muss aber ärztlich überwacht werden, um Rückfälle zu verhüten, ein weiterer muss erst in einer Arbeitsheilstätte auf die Tragfähigkeit seines klinischen Resultates geprüft werden.

Die Hauptaufgabe aber ist, dass wir mit dem Kranken zugleich seine Familie und alle diejenigen, mit denen er ständig in Kontakt war, in die Obhut der Fürsorgestelle nehmen. Es ist die vornehmste Aufgabe der Fürsorgestelle, bei jedem Erkrankungsfall abzuklären, ob Personen seiner Umgebung bereits ebenfalls Symptome zeigen oder gefährdet sind. Erfahrungsgemäss gibt es viele Tuberkulose, bei denen der Träger sich seiner Erkrankung mangels subjektiver Beschwerden gar nicht bewusst ist. Grosse, unermüdete, fortlaufende Aufklärungsarbeit ist erforderlich, um beim Patienten und seiner Umgebung das richtige Verständnis für die notwendigen Anordnungen zu finden.

Dieser Ausschnitt aus der Tätigkeit unserer Fürsorgestellen zeigt wohl deutlich, dass diese Institutionen das Zentrum des Kampfes darstellen, zeitig aber auch welche gewaltigen materiellen Mittel bereitgestellt werden müssen, um diesen mannigfaltigen Aufgaben Genüge leisten zu können. Rund 30000 untersuchte und unter-



Todes-Anzeige

Den verehrlichen Vereinsmitgliedern machen wir hiermit die Mitteilung, dass unser Mitglied

Herr

Gottfried Ammann

Kurhaus Belsito, Lugano-Cademario am 12. Juli im Alter von 63 Jahren gestorben ist.

Indem wir Ihnen hievon Kenntnis geben, bitten wir, dem verstorbenen Kollegen ein ehrendes Andenken zu bewahren.

Namens des Zentralvorstandes
Der Zentralpräsident:
Dr. H. Seiler.

Zur Bundesfeier-Sammlung

stützte Personen werden jährlich von den Fürsorgestellen betreut.

Die Bekämpfung der Tuberkulose ist eine Pflicht der Nächstenliebe gegenüber kranken oder in ihrer Gesundheit gefährdeten Mitmenschen und damit zugleich eine soziale und nationale Tat.

Mögen alle dieser Pflicht am 1. August eingedenken sein!

Schweizerische Vereinigung gegen die Tuberkulose:
Der Präsident: Dr. E. Bachmann, Zürich.

Abzeichenverkauf.

Das Bundesfeier-Komitee schreibt uns: Auch dieses Jahr wird das Schweizerische Bundesfeier-Komitee am Bundesfeiertag, wie seit einer Reihe von Jahren, ein Abzeichen zum Verkauf bringen. Bildeten in andern Jahren Seidenstoff und Metall das Material dieser Abzeichen, so haben wir diesmal einen neuen Weg beschritten und werden dem Schweizer Volk eine Plakette aus Holz zum Kauf anbieten, eine recht gut gelungene Arbeit der notleidenden Briener Schnitzer, denen mit diesem grossen Auftrag (es handelt sich etwa um eine halbe Million Abzeichen) eine höchst willkommene Verdienstmöglichkeit geschaffen werden konnte. Das diesjährige Abzeichen ist aus Ahornholz geschnitten und stellt ein auf die Spitze gestelltes Quadrat dar mit dem Schweizerkreuz auf rotem Grund. Im unteren Teil ein stilisierter Bergkranz mit dem Zeichen des Tuberkulosedoppelkreuzes im Mittelfeld. Ein weiss-roter Seidenbändel trägt das Datum des 1. August in drei Sprachen.

Das Abzeichen wird, wie üblich, einen Franken kosten und am Bundesfeiertag verkauft werden. Wir hoffen und glauben, dass es gefallen und freudig gekauft werde, ist es doch ein Stück schweizerischer Handarbeit, einfach, solid, mit liebevollem Fleiss über die Winterzeit von hundertsten regsamere Hände angefertigt. Der Reizgewinn aus dem Verkauf dieses Abzeichens und der zwei Bundesfeierarten ist im Einverständnis mit dem Bundesrat für die Bekämpfung der Tuberkulose bestimmt.

Zahlreiche Helfer und Helferinnen haben sich auch dieses Jahr dem gemeinnützigen Werk unserer Sammlung mit Begeisterung zur Verfügung gestellt, die im Interesse des idealen Zweckes die Sammlung durchführen werden. Auch dem Schweizer Hotelier-Verein wird, wie schon seit einer Reihe von Jahren, wiederum beim Vertrieb des Abzeichens in liebenswürdiger Weise mitwirken.

Willkommene Unterstützung

Nationalrat Ph. Schmid-Ruedin schreibt im „Schweizerischen Kaufmännischen Zentralblatt“ über die Not der Hotellerie:

Der Zentralvorstand des Schweizerischen Hotelier-Verbandes hat soeben wieder auf die verzweifelte Lage der Hotellerie hingewiesen. Rührt uns dieser Notschrei nicht? Die Hotellerie ist einer der schönsten und umfassendsten Zweige unserer Volkswirtschaft. Dadurch ist die Schweiz eigentlich in der ganzen Welt bekannt geworden. Unser Gastwirtschaftsgewerbe galt als klassisch und wird auch heute die Konkurrenz mit allen Ländern aufnehmen können.

Aber die Zeitumstände haben unsere Hotellerie auf die Knie gezwungen, ich meine den fanatischen Nationalismus aller Länder, der eigenen Gaststätten errichten liess und der die Ausreise der eigenen Landsleute versperrt. Ich meine auch

Schlafwagen als Holz — Wehret den Anfängen!

Wie wir einer Mitteilung der „Weinländer-Zeitung“ entnehmen, sind anlässlich des Schweiz. Pressetages von Ende Juni in Frauenfeld zur Unterbringung der Teilnehmer einige Schlafwagen herangezogen worden, da in den Frauenfelder Hotels nicht genügend Logismöglichkeiten vorhanden waren. Dieses Vorgehen hat in den Hotelkreisen der Gegend einiges Aufsehen erregt, war es doch bisher Usus, bei derlei Veranstaltungen die Teilnehmer, die am Tagungsort nicht untergebracht werden konnten, in den Hotels der Umgebung einzuzquartieren. Auch im vorliegenden Falle wäre das gewiss leicht möglich gewesen, z. B. durch Unterbringung der Presseleute in Winterthur und Nachbarschaft.

Wir erachten es als Selbstverständlichkeit, dass in derartigen Fällen bei der Logierung der Tagungsteilnehmer in erster Linie die Hotellerie berücksichtigt wird, und werden daher bei den zuständigen Organisations-Vorstellungen ermahnen, damit diesem Grundsatz auch ihrerseits nachgelebt wird. Es erscheint dies umso notwendiger, als nach dem eingangs erwähnten Blatt

die Mode, die Meer- und Strandbäder Trumpf werden liess, und ich meine den Geldschwind, der in den grossen und kleinen Portemonnaies grasirt.

Kann uns das Los der schweizerischen Hotellerie gleichgültig sein? Ich glaube nicht. Da muss es nicht nur bei Schützenfesten heissen: Einer für alle und alle für einen. Darum, finde ich, sollten die Eidgenossen dieses Jahr nicht in Scharen weiss Gott wohin reisen, weil es dort angeblich billiger sei. Heute kann man auch in der Schweiz mit wenig Geld prächtige Ferien erleben. Bei uns kann man sich erholen. Dies trifft nicht immer zu, wenn man ins Ausland reist, oft kehrt man abgehetzt heim. Wenn wir wirklich einmal beginnen wollen, vaterländisch zu handeln, dann könnten wir es schon diesen Sommer tun. Unsere Mitdegenossen des Gastwirtschaftsgewerbes sind uns dafür herzlich dankbar.

die Absicht bestehen soll, das Beispiel des letzten Pressetages auch anderwärts nachzuahmen. Die Hotellerie muss sich hier unbedingt auf den Boden des „Wehret den Anfängen“ stellen.



LIQUEUR

Grand Marnier

Generalagentur für die Schweiz: Jean Haecy Import A.G., Basel

Internat. Unterscheidungszeichen der Motorfahrzeuge

Das eidg. Justiz- und Polizeidepartement hat unlängst an die Kantonsregierungen folgendes Kreisschreiben erlassen, das wir auch der Aufmerksamkeit der Hotellerie empfehlen:

Nach Art. 5, Abs. 1 des internationalen Abkommens vom 24. April 1926 über Kraftfahrzeugverkehr muss jedes Motorfahrzeug, um zum internationalen Verkehr auf öffentlichen Wegen zugelassen zu werden, mit einem auf der Rückseite angebracht, auf dem die Unterscheidungszeichen versehen sein. Dieses muss beleuchtet werden, sobald es bei Tageslicht nicht mehr erkennbar ist (Art. 3, II, Ziffer 1, des Abkommens). Gemäss Anlage C zum Abkommen besteht dieses Unterscheidungszeichen für Motorwagen aus einem länglich-runden Schild von 30 cm Breite und 18 cm Höhe, das auf weissem Grund ein bis drei grosse lateinische Druckbuchstaben enthält. Man muss sich hierüber direkt auf der Hinterseite des Fahrzeuges anzufragen. Dieser den Vorschriften des internationalen Abkommens von 1926 nicht entsprechende Zustand ist in der letzten Session des ständigen Völkerbunds-ausschusses für den Strassenverkehr zur Sprache gekommen. Trotzdem durch der Standpunkt vertreten wurde, dass diese aufgemalten oder metallenen Buchstaben als genügend anerkannt werden sollten, wird beschleunigt, sich durch einsetzen, in internationalen Verkehr durch solche Unterscheidungszeichen anerkannt werden, die den aufgezeigten Bedingungen genau entsprechen. Ein schweizerischer Automobilist oder Motorradfahrer, der die Buchstaben CH nur auf der Rückseite seines Fahrzeuges aufgemalt oder in

metallener Ausführung angebracht hat, oder der wohl die vorgeschriebene weisse ovale Tafel oder Bemalung führt, diese aber nachts nicht beleuchten kann, läuft deshalb auf einer Auslandsreise Gefahr, Anstände mit den Grenz- oder Polizeibehörden zu haben. Es ist zu erwarten, dass einzelne Staaten künftig die Vorschriften des internationalen Abkommens von 1926 über das Unterscheidungszeichen, gestützt auf die Empfehlung des Völkerbundes, streng durchführen werden. Wir ersuchen Sie daher, dafür zu sorgen, dass die Automobilisten und Motorradfahrer Ihres Kantons Kenntnis davon erhalten. Dieses Kreisschreiben geht auch an die Automobilisten- und Motorradfahrerverbände mit dem Ersuchen, es ihren Mitgliedern bekanntzugeben. Die Experten sollen bei der Abnahme von Motorfahrzeugen, an denen dem internationalen Abkommen von 1926 nicht entsprechende Erkennungszeichen angebracht sind, den Halter darauf aufmerksam machen, dass er auf Auslandsfahrten Unannehmlichkeiten zu gewärtigen hat. Bei einer Revision der Vollziehungsverordnung wird bestimmt werden, dass nur ein den Vorschriften des Abkommens von 1926 entsprechendes international Unterscheidungszeichen am Motorfahrzeug angebracht werden darf.

Im Inlandverkehr kann selbstverständlich ein in der Schweiz immatrikuliertes Motorfahrzeug, das ein der CH-Schild aufweisendes vorchriftswidrigen CH-Buchstaben versehen ist, nicht beandragt werden, da das Erkennungszeichen ja ausschliesslich für den Verkehr in andern Staaten als im Heimatland bestimmt ist. Mit Rücksicht auf den Fremdenverkehr ersuchen wir Sie aber auch, Ihre Polizeibehörden anzuweisen, ausländische Führer, deren Motorfahrzeug ein den erwarteten, internationalen, vorchriftswidrigen CH-Buchstaben von 1926 nicht entsprechendes Unterscheidungszeichen aufweist, nicht anzuzeigen. Zur Identifizierung des Fahrzeuges genügt es, wenn für die entsprechenden Heimatstaat vorgesehenen Buchstaben auf irgend eine Weise deutlich sichtbar auf der Rückseite angebracht sind.

Zusammenarbeit zwischen Bauernschaft u. Hotellerie

In der ersten Nummer der neuerscheinenden Zeitung „Echo der Rigi-Sonnenseite“ hat der Kurverein Weggis einen beachtenswerten Aufruf an die Weggiser Bauernschaft erlassen, doch nicht nachgelassen in seinem Vorhaben, wieder besser und ausdauernder zwischen dem Interesse des Weggiser Fremdenverkehrs und denen der Landwirtschaft einen vermehrten Ausgleich zu schaffen, hat der Vorstand des Kurvereins Weggis beschlossen, zu einem Vermittlungsdienst für die in Weggis erzeugten landwirtschaftlichen Produkte an die Weggiser Hotellerie Hand zu bieten.

Unser Sekretariat wird von jetzt ab, als Versuch für die Saison 1936, wöchentlich an alle Hotels und Pensionen in Weggis-Versteck für Zirkulare versenden, in denen die Angebote der Weggiser Landwirte bekannt gegeben werden. Als Produkte kommen vorerst nur die folgenden in Frage: Kirschen, Frühobst, Frühkartoffeln, Most, Kirsch, Träsch, Brennholz und Stauden. Also vorläufig, für diesen ersten Versuch, keine anderen als die genannten Produkte.

Wir bitten nun alle Weggiser Landwirte, die unseren Versuch unterstützen wollen, ihre Produkte unter Angabe der Qualität, ob erste oder zweite, des Preises, sowie der Telefonnummer des Produzenten (wenn nicht die eigene, dann die nächstliegende) bekanntzugeben.

Als Qualität kommt für die Hotels in der Regel die erste, also die beste, in gewissen Fällen auch die zweite in Betracht. Die Preise sollen den Zeiten entsprechend möglichst billig angesetzt werden. Man soll gegenüber den üblichen Marktpreisen in Rechnung ziehen, dass beim Absatz in der Gemeinde selbst die Fracht und andere Spesen nach auswärts wegfallen!

Es wird erwartet, dass die Weggiser Landwirte diese Aktion des Kurvereins in vollem

Die Hotelbar als Komfortbegriff

Fred Ammann, Barman im Palace Hotel, St. Moritz

Über die Bar zu schreiben, ist momentan ein sicher ungünstiger Moment. Es ist deshalb notwendig, sich die Gründe zu vergegenwärtigen, weshalb viele Bars auch bei normaler Hotelbetreuung zu geringen Umsätzen aufweisen. Vor allem ist dieser Umstand den veränderten Verhältnissen zuzuschreiben, indem der heutige Hotelgast im Charakter und auch in der Lebensweise nicht mehr viel mit demjenigen vor noch acht Jahren gemein hat.

War die Bar im alten Sinne, im letzten Jahrzehnt dazu, das dem Gast zur Aperitif-Stunde und spät abends zum Whisky oder Wein als trauliche Plauscheke zu dienen, so ist dieser Begriff heute nur mehr im eleganten in Erstklasshotel anwendbar. Und auch dann nur, wenn sich der Kaufkraft des Gastes erhalten hat und wenn er, der Erziehung und dem Charakter entsprechend, das Verständnis zum beschaulichen Lebensgenuss in die neue Zeit herübergerettet hat. Dem jungen Sportler, mit Ausnahme vielleicht des Engländers, ist diese Lebensweise jedenfalls unbekannt. Er entspricht mit Rücksicht auf seine neue Lebensstellung mit Körper und Sinnen dem Zeitgeist, der auf Lebens- und Ernährungsreform zwingen den Sportler aber, sich oft nicht nur tagsüber vom Alkohol zu enthalten, sondern auch abends und sehr oft ist er ein Vor-Mitternachtschlaf. Die prüfende Kennerschaft, wie ein jahrelang im Eichenholz gereifter Tropfen aus dem Saft sonnendurchglühter, kugelförmiger Goldtrauben zur Kehle geführt, gekostet und bewertet wird, kennt die nicht. Er weiss nicht, dass dieses Siechgingen an den Genuss von aus der Natur ausgesuchten und bis zur höchsten Vollkommenheit gesteigerten Schätzen, auch ein „Bar“-Begriff ist. Was er vor allem unter der Bar versteht, sind hohe Stühle, lachendursprühte Episoden, Fancy-Drinks in den raffiniertesten Farbenzusammensetzungen und kunstvoll getrimmten Fruchtgarnituren, Bridge, Poker und natürlicher Tanz. Wenn dieser Gast also einmal gelegentlich an die Bar geht, dann kommt er nicht vor allem, um zu trinken, sondern um zu tanzen; und dass er nichts mit dem „wirklichen“ Bargast gemein hat, wird sicher jeder Leser verstehen.

Das Sommerhotel, das glaubte, in Ermahnung der alten guten Kunden diesem neuen Zug

Mass unterstützen. Der Kurverein seinerseits wird an die Weggiser Hotellerie einen warmen Appell richten, ebenfalls nach bester Möglichkeit Hand zu bieten, durch rege Nachfrage und prompte Bezahlung.

Die gegenwärtigen schweren Zeiten und die allgemeine Unsicherheit der nächsten Zukunft rechtfertigen wohl mehr als je eine gemeinsame Aktion und gegenseitiges Entgegenkommen zwischen den beiden grossen Wirtschaftsgruppen unserer Gemeinde, Fremdenverkehr und Landwirtschaft. Bei beidseitigem guten Willen kann die vorgeschlagene Aktion für beide Teile Nutzen bringen. Wenn der Fremdenverkehr sich auf einen weiteren Ausbau freie Bahn gesprochen! Darin liegt die besondere Bedeutung dieses ersten Anlaufs!

Wir danken im voraus allen, hüben und drüben, die mit gutem Willen und tatkräftiger Mitarbeit für die gute Sache einstehen wollen!!

Es ist ausserordentlich begrüssenswert, dass der Kurverein Weggis bestrebt ist, den direkten Verkehr zwischen Bauer und Hotel am Platze zu fördern. Der „Weg zurück“ zu den früheren Gepflogenheiten wird sich sicher wieder — wie ehemals — bewähren und dürfte im beidseitigen Interesse liegen. Oft muss ja leider heute konstatiert werden, dass die Absatzorganisation für landwirtschaftliche Produkte überspannt wurde, indem letztere zuerst die langen, kostenverursachenden Wege über Zentralen und Verbände machen müssen, bevor sie ins Hotel gelangen. Dabei erhält der Bauer weniger und der Hotelier muss die Verbandspreise, d. h. mehr bezahlen, als bei der ursprünglichen Handelsweise, beim direkten Geschäft zwischen Bauer und Hotel. — Möge die Bestrebungen des Kurvereins Weggis von Erfolg begleitet sein und anderweitig ebenfalls Nachahmung finden, zum Nutzen der Bauern und der Hotellerie.

dadurch zu entsprechen, dass es eine Tanzbar eröffnete, hat in neun von zehn Fällen gefehlt. Die Orchesterorgeln, Licht und Zinsen stehen in keinem Verhältnis zum Gewinn, der sich aus einer Kundschaft erzielen lässt, die erstens nur gelegentlich und dann vorwiegend alkoholfrei trinkt. Als weiterer Faktor mag der Umstand die Rendite der Sommerbar benehmen, dass die Ernährung im Sommer eine wesentlich andere, bzw. leichtere ist als im Winter und so Aperitive und Digestive weit weniger genossen werden.

Wie Nacht und Tag kann sich der Sportler im Winter zur Bar stellen. Die langen Abende, das Mittagserwachen und das Heimelgärme der Wintersport-Bar haben es in sich, den Sportler täglich und mehrmals die Bar aufsuchen zu lassen. Auch sei nicht vergessen, dass sich der Wintergast eher vor seiner Ankunft ein Budget für die Bar vorreserviert als der Sommergast, der über unsere Berge keucht oder in den kristallklaren Seen plantscht. Daher kann ein oft sehr reservierter Sommersportler im Winter im fröhlichen Barbetrieb aufleben und sich als durchgehenden „Indoor“-Ferienaufenthalter zu bieten. Wohl wird nicht viel der Wintersport-Bar sprechen können, sind diese Feststellungen notwendig, um vor allem den Hotelier auf den wesentlichen Unterschied von Sommer und Winter in der Bar aufmerksam zu machen.

Die Bar als Komfortbegriff ist nach unserer Auffassung die notwendige Möglichkeit, dem guten, kaufkräftigen Hotelgast einen restlos befriedigenden „Indoor“-Ferienaufenthalt zu bieten. Für das Hotel, das anstrebt, nicht nur Logierhaus zu sein, stellt sich die Aufgabe, beide Begriffe, den Indoor- und den Open-Air-Komfort, mit der gleichen Sorgfältigkeit ins Auge zu fassen. Zur „aussern“ Annehmlichkeitssteigerung zählen eine schöne Aussicht, ebensolche Umgebung, Park, Kinderspielplatz und Sportgelegenheiten. Für die von Palast gesegneten „Innen“-Hoteller eine „mollige“ Halle, gute Fauteuils, Zeitschriften, Tischspiele und ben eine „Bar“ bereit. Diese Stätte entspricht denn auch — und zwar vorwiegend im vornehmen Haus — der stilreinen Bar, wie sie in ihrer Ursprungsform in allen Städten und Modeplätzen der eleganten Welt bekannt ist. Sicher wird es Leser geben, die sich des Gastes entsinnen, der

FRAGE UND ANTWORT

32. Frage: Vor zwei Jahren bin ich durch die Überredungskunst eines Acquisiteurs überredet worden und habe einen dreijährigen Inserationsauftrag für eine ausländische Zeitschrift aufgegeben. Für den Vertragsabschluss war ausschlaggebend, dass der Acquisiteur mündlich die Organisation von Pauschalreisen in Aussicht stellte und versprach, Gäste zuweisen. Während ich durch Abnahme der entsprechenden Inserate meinen Verpflichtungen nachgekommen bin, hat mir der Verlag bis heute noch keinen einzigen Gast zugewiesen. Das Inserieren in der betreffenden Zeitschrift halte ich überhaupt für vollständig wertlos. Kann ich die Annullierung der noch abzunehmenden Inserate verlangen?

Antwort: Wie wir aus dem uns zugesandten Vertragsabschluss ersehen, ist die Zuweisung von Gästen nicht zu einem Bestandteil des Vertrages gemacht worden; zudem steht in dem Vertrage die Klausel, dass mündliche Abreden keine Gültigkeit haben. Aber auch ohne diese Klausel könnten Sie keine Einwendungen machen, da Ihnen der Vertreter nur die Möglichkeit der Zuweisung von Gästen in Aussicht stellte, ohne sich dabei vertraglich zu binden. Für eine Annullierung des Vertrages fehlen deshalb die rechtlichen Voraussetzungen. Was die Erfolglosigkeit der Inserate anbetrifft, so ist zu sagen, dass bei

einem Inserationsvertrag der Verleger sich verpflichtet, die Inserate nach den getroffenen Abmachungen, in der vereinbarten Aufmachung etc. erscheinen zu lassen und damit ist von seiner Seite der Vertrag erfüllt, sofern in letzterem nicht noch besondere Nebenbestimmungen enthalten sind. Ob dann die Inserate in bezug auf Werbung von Gästen Erfolg haben oder nicht, berührt den Vertrag in keiner Weise. Aus diesem Grunde kann deshalb der Vertrag ebenfalls nicht annulliert werden. Die einzige Möglichkeit besteht, durch gütliche Unterhandlungen ein Entgegenkommen, d. h. die Aufhebung des Vertrages zu erreichen.

Wir müssen in bezug auf Inserationsofferten von Acquisiteuren ausländischer unbekannter Firmen immer wieder empfehlen, prinzipiell eine Bedenkzeit von einigen Tagen zu verlangen, bevor ein Vertragsabschluss unterschrieben wird. Lassen Sie alles, was Sie wünschen und was man Ihnen verspricht, sofort schriftlich im Vertrag bestätigen. Besser noch, senden Sie die Unterlagen zuerst dem Zentralbureau des S. H. V. ein, von wo man Sie gern beraten wird. Sie werden sich so am besten vor einer Übertreibung und Schaden bewahren können. Lassen Sie sich auch nicht zum Vertragsabschluss verleiten durch vorgewiesene Aufträge anderer Hotels, vielleicht sind Ihre Kollegen auch nur überredet und Opfer der Überredungskunst geworden.

Marktmeldungen der Wirtschaftl. Beratungsstelle S.H.V.

I. Gemüsemarkt: Spinat per kg 40–50 Rp.; Rhabarber per kg 20–30 Rp.; Weisskabis per kg 30–35 Rp.; Kohl per kg 35–45 Rp.; Kohlrabi per drei Stück 20–30 Rp.; Blumenkohl gross per Stück 65–85 Rp.; Blumenkohl mittel per Stück 50–60 Rp.; Blumenkohl klein per Stück 35 bis 45 Rp.; Kopfsalat gross per Stück (zirka 300 g) 12–15 Rp.; Karotten per kg 40–50 Rp.; Zwiebeln per 30–35 Rp.; Lauch per kg 40–50 Rp.; Kartoffeln neue per kg 25–35 Rp.; Kieferlerbsen per kg 55–60 Rp.; Auserkerbsen per kg 50–60 Rp.; Bohnen feine per kg 65–70 Rp.; Tomaten ausländische per kg 60–70 Rp.; Gurken grosse per Stück 35–50 Rp.

II. Früchtemarkt: Pfäulmen per kg 60 bis

70 Rp.; Aprikosen per kg 60–70 Rp.; Pflirsische grosse per kg 80–100 Rp.; Kirschen per kg 60–70 Rp.; Himbeeren per kg 90–110 Rp.; Erdbeeren per kg 100–110 Rp.; Heidelbeeren per kg 80–90 Rp.; Johannisbeeren per kg 60 bis 70 Rp.; Apfel ausländische per kg 70–90 Rp.; Birnen ausländische per kg 75–95 Rp.; Blutorangen per kg 50–60 Rp.; Orangen gewöhnliche per kg 40–50 Rp.; Zitronen per Stück 4–6 Rp.; Bananen per kg 110–120 Rp.

III. Eiermarkt: Trinkerler per Stück 12 Rp.; gewöhnliche Eier per Stück 10–11 Rp.; ausländische Eier per Stück 9–10 Rp.; alles Grösse 53–60 Gramm, leichtere Ware billiger.

Vorläufig noch keine Erhöhung des Schachtelkäsepreises.

Das Eidgenössische Volkswirtschaftsdepartement teilt mit: „Kürzlich hat der Zentralverband Schweizerischer Milchproduzenten die Preise für Laibkäse zur Schachtelkäsefabrikation erhöht. Der Verband Schweizerischer Emmentaler Schachtelkäsefabrikanten ist hierauf beim Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartement vorstellig geworden. Die Fabrikanten wiesen darauf hin, dass der Aufschlag für sie nicht tragbar sei und sie gezwungen wären, eine Erhöhung ihrer Verkaufspreise im Ausmass der Vertuerung des Milchpreises vorzunehmen.“ Das Volkswirtschaftsdepartement hat nun, gestützt auf die Verordnung vom 29. Juni 1936 betreffend die

Überwachung von Warenpreisen eine Verfügung erlassen, wonach bis auf weiteres die bisherigen Preise für Schachtelkäse nicht erhöht werden dürfen. Die vom Verband der Schachtelkäsefabrikanten vom 15. Januar 1936 für das Inland festgesetzten Preise dürfen daher bis auf weiteres nicht überschritten werden. Desgleichen ist in den Detailgeschäften bis auf weiteres jede Erhöhung der bisher für Schachtelkäse verlangten Preise unzulässig. Die Verfügung tritt am 21. Juli 1936 in Kraft. Das Volkswirtschaftsdepartement hat die eidgenössische Preis Kontrollstelle beauftragt, sich hinsichtlich der angedeuteten Preis-erhöhung gerechtfertigt ist. Es behält sich vor, nach dieser Untersuchung auf die Preisfrage zurückzukommen.

ausser jeweils vor den Mahlzeiten auch abends die Bar aufsucht, sich dann ruhig in eine Ecke setzt und bei zwei, drei Whiskies ein Buch liest. Dieser Mensch, dem grosse Lebenskunst eingeschrieben worden muss, wird sicher einen genussreichen Abend verleben haben. Der Wohlerzogene wird auch in Gesellschaft den Abend angenehm plaudernd verkürzen können. Ein Dritter schliesslich mag es vorziehen, am Bartisch mit dem Bartender einige Worte zu wechseln, und wenn Letzterer genügend fachgewandt ist, das heisst über die nötige Kinderscheit und Lebensgewandtheit verfügt, so kann sich am Schluss des Abends auch dieser Dritte als guter, kaufkräftiger und was wichtig ist, als wiederkommender Bargast erwiesen haben.

In diesem Fall ist die Bar das gesellschaftliche Herz und würde sie fehlen, dann wäre dem Hotel eine gewisse Leere nicht abzusprechen. Der gute Gast wird somit diesen „Komfort“ dankbar entgegennehmen und gebrauchen. Die Bar wird

ihm daher, je nach Umständen mehr bedeuten als ein Hausröcher — sie kann letzteres sogar ersetzen. Im Hotel, das weitaus vom Verkehr der sonstwie isoliert liegt, wird dem erkranklichen Gast die Bar das Kino, den Kursaal oder das Kaffeehaus ersetzen. Zudem ist nicht unwesentlich, dass er dann nicht nur Pensions- oder Logiergast ist, sondern vollwertiger Hotelgast, dessen kleine Nebenausgaben voll und ganz dem Hotel zufließen.

Wir kommen nach all dem Gesagten zum Schluss, dass eine Bar jedenfalls auch heute noch modern ist und dass sie unter den entsprechenden Voraussetzungen nötig ist, um in ihrem Vorhandensein dem Komfort eines Hotels effektiv zu erhöhen. Wenn auch als Bedingung festliegt, dass die Bar im Charakter des Hotels anpassbar sein muss, so darf der notwendige psychologische Entscheid vor allem nicht fehlen, um urteilen zu können, wo eine Bar hingehört und wo nicht.

Kurz-Meldungen

Passagierverkehr auf den Alpenposten.

Die Schweiz, Alpenposten beförderten in der Woche vom 6. bis zum 12. Juli im Besonderen 32,500 in der gleichen Woche des Vorjahres. Mit Ausnahme der Kurse Hasliberg, Gotthard und Schuls-Taras sind von diesem Verkehrs-rückgang alle Routen betroffen. — In der Zeit vom 13. bis 19. Juli gelangen 34,500 (1935: 36,600) Reisende zur Beförderung.

95. Geburtstag. Aus Italien wird uns gemeldet, dass der frühere Besitzer des Grand Hotel und Villa Serbelloni in Bellagio, Herr L. Breitschmid, am 20. Juni seinen 95. Geburtstag gefeiert hat. Herr Breitschmid ist Schweizer von Geburt. In einem Alter, wo man sonst noch die Schulbank zu drücken pflegt, begann er seine Laufbahn in der Hotellerie, die ihn in frühen Jahren schon nach Italien führte. Im Jahre 1874 wurde er Oberkellner in dem damals neu erbauten Grand Hotel in Bellagio und ein Jahr später übernahm er die Direktion des Hauses. Im Jahre 1878 pachtete er das Hotel und später gliederte er dem inzwischen zu hoher Blüte gelangten Grand Hotel als Annex die oberhalb des Hauses gelegene hocherschaffliche Villa Serbelloni an. Nach dem Weltkrieg zog er sich von dem Geschäft, das er inzwischen auch kühnlich erworben hatte, zurück und lebt seitdem in einer angesichts seines hohen Alters bemerkenswerten geistigen und körperlichen Frische. Herr Breitschmid nimmt heute noch regen Anteil an allen politischen und wirtschaftlichen Fragen und weiss vor allem, aus dem Born seiner langjährigen Erinnerungen schöpferisch manches Interesse zu erwecken an der damaligen „guten Zeit“. Möge dem Jubiläum auch weiterhin eine gute Gesundheit und mit ihr dereinst noch die Zentenarfeier beschieden sein. J. L.

Geschäftliche Mitteilungen

(Ohne Verantwortung der Redaktion)

Rationelle Behandlung der Wäsche.

In jedem Betriebe steckt ein mehr oder weniger grosser Posten von Wäschestücken, die einen ziemlichen Betrag gekostet haben. Es ist daher eine Pflicht, diesem Inventargute alle Aufmerksamkeit zu widmen. In kleinen Betrieben hat es unter Umständen verhältnismässig viel Wäschestücke und kommen nicht alle regelmässig an die Reihe im Gebrauche, in Grossbetrieben ist

oft das Gegenteil der Fall und müssen die einzelnen Stücke zeitweise stark herhalten (saum gebrauch), müssen sie rasch gewaschen und gemängt werden zum Wiedergebrauch). In beiden Fällen ist es aber ein Nachteil für die Gewebe und daher zu vermeiden.

Am besten verwendet man reine Seifen. Seifen-flocken geben z. B. eine gut schäumende Seifen-lauge; für die Weisswäsche gibt man ein wenig Enka dazu, das auf mildeste Weise flecken-reinigt, bleicht und desinfiziert wirkt. Nur Wäsche ein frisches, sauberes Aussehen gibt und sie auch bestens schmeckt. Gibt es eine bessere Empfehlung für ein Hotel, als saubere Bett- und Tischwäsche? Das ist so wichtig, wie eine sorg-fältige Küche.

Nicht unwichtig für die Wäschebehandlung ist auch, dass dem Waschprozeesse genügend Zeit gewidmet wird. Auch beim Mängen der Wäsche muss sehr sorgfältig vorgegangen werden, wenn man sich die Wäschestücke lange erhalten will. Man schenke auch der Menge selbst ge-bührende Beachtung, die Bezüge an der Menge sind von Zeit zu Zeit abzunehmen, an luftigem, sonnigem Orte zu trocknen, man rolle sie wieder sorgfältig auf die Walzen, man lasse die Menge nie überhitzen. Bei Arbeitsunterbruch soll nicht nur die Beheizung abgestellt, sondern auch die Wälze hochgehoben werden: „Die Wäsche im Umwicklung.“ Sind Teile der Umwicklung schach-tig geworden, so scheue man deren Ersetzung nicht; ein gutes Mängen ist nur bei richtiger Umwicklung möglich.

Fachmännliche Beratung erteilen gerne die Geschäftsleitung und die Reisenden der Firma „ESWA“, Dreikönigsstrasse 10, Zürich.

Redaktion — Rédaction:

Dr. Max Riesen (abwesend)

A. Matti

Ch. Magne

Avec l'autorisation du Conseil fédéral, le produit de la collecte de la Fête nationale (vente de cartes postales et d'insignes du 1^{er} août) est destiné cette année à la

lutte contre la tuberculose

La collecte a donc un but essentiellement noble et d'utilité publique. Malgré la crise, l'hôtellerie ne refusera pas son active collaboration. — Les hôtels commandent les insignes et les cartes-menus gratuites au **Secrétariat du Comité de la Fête nationale**, place de la Gare 9, à Zürich.

L'échec de la politique d'adaptation

(D'après l'allemand du Dr St.)

La session d'été des Chambres fédérales a pris fin sans éclaircir le problème des mesures économiques de crise et sans prendre de décisions fermes à ce sujet. Ainsi les hommes d'affaires ne savent pas à quoi s'en tenir et le peuple est laissé dans l'incertitude sur le sort qui l'attend. Aussi longtemps cependant que l'on n'aura pas déterminé en haut lieu une politique précise et énergique dans le domaine économique, on continuera à discuter sur l'adaptation ou la dévaluation. L'autorité a décrété qu'il n'y aurait pas de dévaluation volontaire. Mais cet arrêté est impuissant devant la menaçante éventualité de la dévaluation forcée. De plus en plus, les profondes divergences d'opinions s'accroissent dans le monde économique suisse. Les frottements deviennent toujours plus rudes entre les groupes économiques dont les intérêts diffèrent. Dans ce chaos de tendances opposées, aucune mesure large et sérieuse n'est prise pour réagir contre la crise et pour chercher à en sortir.

Dans le camp socialiste, on ne veut rien savoir d'une adaptation et une majorité est hostile aussi à la dévaluation. On veut dans ces milieux pratiquer une politique économique dans le sens de la fameuse initiative de crise si énergiquement repoussée par le peuple suisse.

Les paysans repoussent également la dévaluation, mais ils repoussent non moins catégoriquement une adaptation par la contrainte. Les agrariens veulent que l'adaptation se produise à l'extérieur, c'est-à-dire que l'étranger élève ses prix pour les porter au niveau des nôtres. Cette tournure impossible des événements est même prophétisée d'un ton tout à fait sérieux par des chefs influents de la classe paysanne suisse. Ces bons apôtres recommandant au tourisme et à l'hôtellerie de « tenir » jusqu'à ce que l'étranger ait eu la complaisance de s'adapter aux circonstances qui régissent chez nous. Mais le professeur Laur se garde bien, et pour cause, de nous dire comment le tourisme et l'hôtellerie doivent « tenir », tout en se sacrifiant pour la classe agricole. L'agriculture, classe privilégiée, largement appuyée de subventions chaque année renouvelées et de mesures protectionnistes constamment renforcées, n'éprouve qu'un mince intérêt pour les industries d'exportation et pour le tourisme. Le paysan sait qu'il ne risque rien, que ses prix de vente couvriront toujours les frais de production, que l'écoulement de ses produits est forcé, qu'il n'a qu'à dire un mot pour faire prendre aussitôt des mesures de contingentement, de majorations de droits de douane ou autres qui garantiront la bonne marche de ses affaires. Pendant ce temps, les autres classes économiques s'épuisent à lutter contre les manifestations d'une crise interminable. Sans s'occuper le moins du monde des répercussions de ces mesures sur le monde des consommateurs, on a fait hausser artificiellement les prix du beurre et du bétail de boucherie à un niveau où l'hôtellerie ne peut plus couvrir ses frais de revient. Peu importe pour les paysans! L'hôtellerie n'a qu'à « tenir » jusqu'au retour de temps meilleurs!... Les conséquences néfastes de cette politique égoïste ne semblent nullement préoccuper les autorités, qui semblent n'avoir devant les yeux que les besoins de l'agriculture.

Par contre, l'Union suisse des arts et métiers s'est prononcée résolument, dans sa

dernière assemblée générale, pour l'encouragement des industries d'exportation et pour l'intensification du mouvement touristique. Elle a eu la sagesse de comprendre que c'est dans ces deux domaines qu'il faut rechercher les moyens de donner une impulsion nouvelle à notre vie économique. Le nouveau parti des « indépendants », au Conseil national, s'est engagé dans la même voie. Tous les industriels exportateurs se sont rangés parmi les partisans de l'adaptation, car les prix imposés par leurs frais de revient trop élevés ne parviennent plus à soutenir la concurrence des prix mondiaux.

L'hôtellerie attendait beaucoup de promesses d'adaptation faites en haut lieu, mais elle a été cruellement déçue. Bien loin d'adapter les prix des denrées alimentaires, principal facteur des frais de revient de l'hôtellerie, à ceux du marché mondial, on les a fait monter artificiellement, dans l'espace d'une seule année, de plus de 15%.

Comment s'étonner dans ces conditions si l'hôtellerie, se voyant fermer le chemin de l'adaptation, en cherche un autre pour sortir de l'impasse?

Il résulte de l'étude de toutes ces tendances opposées la conviction qu'un programme clair et précis de restauration de notre économie nationale est d'une nécessité urgente et inéluctable. Le peuple réclame impérieusement ce programme et surtout l'exécution de ce programme. Il en a assez de notre politique économique opportuniste, qui se borne commodément à des solutions partielles, souvent contradictoires.

Dans son message du 7 avril 1936, le Conseil fédéral a déclaré qu'il s'abstenait de présenter le programme en question, parce que la politique économique était déjà réglée alors par des arrêtés encore en vigueur et qu'il fallait tout d'abord se rendre compte des résultats pratiques de ces arrêtés avant de songer à d'autres mesures. Le Conseil fédéral demandait seulement de nouveaux pleins pouvoirs pour élargir sa liberté d'action. En reconnaissant la nécessité de l'adaptation à l'étranger, le Conseil fédéral s'est hâté d'ajouter qu'il ne saurait être question d'une adaptation complète. Selon lui, les possibilités de réductions de prix doivent être étudiées de cas en cas. Donc, pas d'adaptation générale.

Est-ce qu'une pareille politique est susceptible de réduire les frais de production et de contribuer à l'adoucissement de la crise? L'expérience nous a appris que jusqu'à présent jamais nos pouvoirs publics n'ont appliqué une véritable et sincère politique d'adaptation. Dans la dernière session des Chambres, on a renforcé la surveillance des prix des marchandises. Mais il est plus que douteux que le contrôle des prix nous rapproche de l'adaptation, car il a pour principe de ménager tout le monde à la fois: producteurs, revendeurs et consommateurs. On commence par établir un prix dit « équitable » pour le producteur, c'est-à-dire un prix qui couvre et au delà les frais de production. De cette manière, un prix reste équitable même si le consommateur n'est pas en mesure de le payer. Le Conseil fédéral a déjà déclaré du reste dans son message que les prix actuels des produits agricoles sont équitables et justifiés. On constate clairement que les pouvoirs publics ont en vue exclusivement les intérêts de la production et négligent en principe ceux de la consommation.

Une conséquence tragique de cette politique unilatérale, c'est que l'hôtellerie, qui est forcée de tirer de la production indigène plus de 80% de ses denrées alimentaires, ne

peut pas du tout compter sur un rapprochement de ses frais de revient de ceux de la concurrence étrangère. Théoriquement, l'autorité dit qu'elle veut prêter aide à l'hôtellerie et pratiquement elle annule totalement cette promesse en déclarant que les prix des principales marchandises nécessaires à l'hôtellerie, à leur niveau actuel intenable, sont parfaitement justifiés. Les interdictions d'importations rendant forcé l'écoulement de ces produits, le consommateur n'a qu'à se soumettre dans le rôle effacé qu'on lui attribue.

Un autre exemple typique de l'échec total de la prétendue politique d'adaptation pratiquée actuellement, c'est le maintien au même niveau des droits, taxes, patentes et autres prélèvements de l'Etat, ainsi que des tarifs pour l'électricité, le gaz, l'eau, etc., autres éléments extraordinairement importants des frais de revient de l'hôtellerie. A une pétition de la Société suisse des hôteliers à ce sujet, le Conseil fédéral a répondu que ces taxes étant prélevées par les cantons et les communes, elles échappent à l'influence des autorités fédérales. Dans d'autres domaines, le domaine fiscal notamment, la Confédération ne se gêne aucunement d'empiéter sur les prérogatives cantonales.

On voit les difficultés auxquelles se heurte chez nous une réelle politique d'adaptation. En Suisse, le mot « adaptation » est vide de sens sur les lèvres des économistes officiels. Le danger de voir l'adaptation se produire irrésistiblement d'une autre manière, sous la contrainte d'événements plus forts que la politique protectionniste des pouvoirs publics, n'en est que plus menaçant. Etant donnée l'attitude unilatérale des autorités, c'est de ce côté probablement qu'il faut attendre un adoucissement à la crise.

Extrait du procès-verbal des délibérations du Comité central de la S. S. H.

les 9 et 10 juillet 1936
à l'hôtel Schweizerhof à Berne

Sont présents:

MM. le Président central Dr. H. Seiler, Zermatt.
le Vice-Président L. Meisser, Klosters.
Fr. Bortler, Wengen,
Ed. Elwert, Zurich,
W. Fassbind, Lugano,
J. Haecy, Lucerne,
T. Halder, Arosa,
H.R. Jaussi, Montreux-Territet.
O. Jeanloz, Lausanne,
F. Kottmann, Rheinfelden,
le Dr M. Riesen, Directeur du Bureau central.

Séance du 9 juillet à 17 heures

Après avoir souhaité la bienvenue aux deux nouveaux membres du Comité central, MM. Elwert et Kottmann, M. le Président central déplore le triste événement qui vient de réunir les membres du Comité aux obsèques de leur ami et collègue, M. Hermann Marbach. M. le Dr Seiler exprime la reconnaissance de la S.S.H. pour les services rendus par le défunt, dont il souligne les grandes qualités comme homme d'affaires, comme citoyen et comme père de famille, la fidélité au devoir et la noblesse de caractère. Notre Société perd en lui l'un de ses meilleurs membres, qui s'est toujours voué entièrement à la sauvegarde de nos intérêts professionnels. — Les membres du Comité se lèvent de leurs sièges en l'honneur de leur collègue défunt.

M. le Président central donne ensuite des renseignements sur une conférence avec des représentants des autorités, qui a eu lieu dernièrement au Palais fédéral au sujet de la création d'un *franc suisse de tourisme*. Il rappelle la décision de l'Assemblée des délégués de St-Gall et déclare que par l'attitude qu'elle a prise à cette occasion, la S.S.H., en principe, s'est engagée dans le bon chemin.

Le décès inattendu de M. Marbach exigeait son remplacement dans diverses commissions spéciales. Les affaires de la Commission scolaire seront dirigées provisoirement par le vice-

président de cette commission, M. H.R. Jaussi. M. Marbach est remplacé à la Commission du Service de renseignements économiques par M. Kottmann et M. J. Haecy est nommé président de cette commission.

On passe ensuite à l'ordre du jour.

1. Réorganisation de l'Office suisse du tourisme (postulat de M. le conseiller national von Almen).

Le rapport sur cette question, présenté par M. le Directeur du Bureau central, est suivi d'une assez longue discussion, roulant principalement sur l'unification de la propagande touristique suisse, prévue dans le postulat. Comme conclusion des délibérations le Comité central, pour des raisons tactiques, financières et psychologiques, à certaines objections, à faire contre la création d'une organisation nouvelle de propagande et donne la préférence à un perfectionnement de cette action par les organes actuels. D'autre part, le Comité considère qu'il est d'une urgente nécessité de renforcer dans les organes dirigeants de la propagande l'influence des hommes qui sont dans la pratique, c'est-à-dire des représentants de l'hôtellerie et des chemins de fer.

2. Cotisations de propagande obligatoires pour tous les intéressés.

Les lourdes charges supportées par les membres de la S.S.H. pour la propagande soulèvent la question de savoir si l'on ne devrait pas s'efforcer d'obtenir, par la voie législative, une réorganisation dans ce domaine. Cette réorganisation obligerait les hôtels outsiders à verser également des cotisations pour la propagande touristique. Ce problème réclame une solution déjà du fait de la subvention de la Confédération au montant de 500.000 francs, pour une action extraordinaire de propagande. Au Département fédéral compétent, on envisage une meilleure et plus étroite concentration des moyens disponibles. M. le Directeur Dr Riesen présente là-dessus un rapport détaillé. Après discussion et sur la proposition du Président central, le Comité, avec quelques réserves, se déclare d'accord d'étudier avec le Département l'introduction d'une cotisation obligatoire générale pour la propagande touristique.

3. Informations de presse sur la paralysie infantile.

A la suite de demandes téléphoniques d'informations provenant des milieux de nos membres, le Comité s'occupe du bruit répandu par plusieurs journaux de la Suisse et de l'étranger suivant lequel une épidémie de paralysie infantile sévirait en Suisse. Le Comité décide d'intervenir immédiatement et par téléphone auprès de l'Office sanitaire fédéral, de l'Office suisse du tourisme et des Chemins de fer fédéraux, en leur demandant de réagir aussi promptement que possible contre cette assertion absolument fautive, afin de prévenir des conséquences judiciaires pour le mouvement touristique en Suisse. (Dès le jour suivant, l'Office sanitaire fédéral a lancé dans la presse un démenti formel du bruit en question. La conférence des directeurs cantonaux de l'hygiène a déclaré la nouvelle d'une épidémie complètement fautive. Les quelques cas sporadiques de paralysie infantile qui ont été constatés comme on en constate chaque année dans d'autres pays ne permettent pas de parler d'une épidémie. *Red.*)

4. Situation présente de l'hôtellerie et du tourisme.

Aux délibérations sur ce point de l'ordre du jour et le suivant participe M. le Dr. Franz Seiler, Directeur de la Société fiduciaire suisse pour l'hôtellerie, qui a bien voulu collaborer à l'étude de ces problèmes. Les rapports des membres du Comité central montrent que la situation est extrêmement inquiétante dans tous nos centres saisonniers et régions de tourisme, depuis les Grisons et le Tessin jusqu'au Léman. Le nombre des hôtesses a diminué dans des proportions que l'on n'avait jamais vues encore jusqu'à présent. De pareilles conditions réclament impérieusement une aide large et énergique de la Confédération. Le Comité décide d'adresser à l'Office fédéral de l'industrie, des arts et métiers et du travail et à l'Office fédéral du trafic des pétitions attirant l'attention des autorités nationales sur le danger où se trouve une grande partie de l'hôtellerie, menacée d'une ruine financière générale. Si les choses ne s'améliorent pas, il est à craindre qu'à la fin de la saison de nombreuses entreprises ne seront pas même en mesure de payer leur personnel.

5. Franc de tourisme, chèque hôtelier ou chèque de tourisme.

M. le Dr Franz Seiler s'est chargé du rapport sur cet ensemble de questions. Il donne connaissance au Comité d'un projet élaboré après l'Assemblée des délégués à St-Gall dans des conférences avec le Département fédéral de l'économie publique, tendant à la création d'un chèque hôtelier ou chèque de tourisme. Ce projet s'appuie en principe sur l'exposé présenté à St-Gall par M. le Dr Franz Seiler, mais reste sur une base beaucoup plus modeste en ce qui concerne le financement de l'entreprise. L'affluence des touristes étrangers a diminué à tel point que seule une action de grande envergure est capable de

auver l'hôtellerie. Cette action ne peut pas être faussée sans l'appui de la Confédération. L'organisation projetée du chèque de tourisme constituerait un placement productif, dont les effets seraient certainement avantageux pour le marché du travail et réduiraient les charges occasionnées au chômage.

Après une discussion très animée, le Comité constate que la situation de l'hôtellerie exige absolument le lancement d'une action pour l'encouragement et le développement du tourisme et pour le sauvetage de l'industrie hôtelière. Le Conseil fédéral ayant refusé la dévaluation du franc suisse et la création d'un franc de tourisme, le Comité central estime que la dernière solution possible est l'institution d'un chèque hôtelier ou chèque de tourisme. Après avoir entendu le rapport de M. le Dr F. Seiler et avoir pris connaissance du projet élaboré sur la matière, le Comité partage à l'unanimité les opinions qui y sont exposées. Il décide d'adresser au Conseil fédéral une pétition à ce sujet. Il charge MM. les Directeurs Dr Fr. Seiler et Dr Riesen de préparer et d'expédier cette pétition aussi promptement que possible. En même temps, le Comité exprime l'espoir que les travaux des autorités dans cette affaire seront poussés assez rapidement pour pouvoir lancer l'action projetée dès le début de la saison d'automne. La situation de l'hôtellerie est telle que cette industrie n'est plus capable de supporter un plus long retard.

6. Grève automobile du 5 juillet.

Cette affaire provoque une discussion assez longue, où l'on critique spécialement l'extension à l'hôtellerie du mouvement de grève. Le Comité unanime approuve les démarches entreprises par la Direction du Bureau central auprès des organisations d'automobilistes et décide de protester auprès de ces organisations contre le boycott du tourisme suisse le 5 juillet et contre le préjudice grave causé ainsi à l'hôtellerie durement frappée par la crise. Une lettre s'inspirant de ces idées doit être envoyée à la *Via vita*.

Les délibérations sont ici suspendues à 23 heures et matin et la suite est ajournée au lendemain matin.

Séance du 10 juillet à 8 heures

7. Tourisme germano-suisse.

M. le Directeur Dr Riesen rapporte longuement sur la question. Il expose d'abord dans ses grandes lignes l'accord intervenu entre l'Allemagne et la Suisse. Puis il s'étend plus spécialement sur certains particularités du mouvement touristique. Il relève notamment que le système des bons en espèces et en nature, appliqué déjà l'automne dernier, est remis en vigueur. Il expose ensuite l'institution des *bons d'hôtels suisses*, établis sur la base des *Funding Bonds* délivrés aux créanciers financiers suisses de l'Allemagne. Le montant en est malheureusement prélevé sur le contingent de devises accordé à l'hôtellerie. La convention qui est en vigueur provisoirement jusqu'au 31 décembre 1936, ne peut aucunement satisfaire nos milieux hôteliers, spécialement à cause de la diminution du contingent réservé au tourisme. En tous cas, l'hôtellerie ne doit pas se faire d'illusions sur le mouvement touristique d'Allemagne en Suisse à l'avenir. D'après un tableau soumis aux membres du Comité, il ne reste en effet à destination de l'hôtellerie pour les six derniers mois de cette année, sur les 21 millions que doivent procurer nos importations de charbon allemand, que 8 millions en chiffre rond. Pareille situation ne peut absolument pas satisfaire l'hôtellerie.

La discussion révèle la grande déception causée par l'accord. La proposition est faite en conséquence de s'efforcer de compenser le plus possible le déficit inévitable dans le tourisme germano-suisse et intensifier davantage notre propagande dans d'autres pays.

8. Collaboration avec l'Union Helvetica.

Les discussions roulent sur un mémoire, remis aux membres du Comité central, rendant compte d'une récente conférence entre représentants de l'U. H. et de la S. S. H. Il s'agit d'éclaircir la question de savoir s'il est possible de trouver une base d'action commune en vue de sauver l'hôtellerie suisse et de déterminer cette base d'une manière précise. Les propositions présentées rencontrent pour ainsi dire toutes l'approbation de principe du Comité, qui charge la Direction du Bureau central de poursuivre les pourparlers avec l'Union Helvetica, pour élargir des propositions définitives à l'intention du Comité central de la S. S. H.

9. Service de renseignements économiques de la S. S. H.

M. J. Haecy présente un bref rapport sur les délibérations et les décisions d'une récente réunion de la Commission du S. S. H. Après discussion, M. le Président central exprime le vœu que le travail élaboré l'automne dernier sur les charges à supporter par l'hôtellerie soit publié sous forme de brochure. Il s'agit d'une documentation extrêmement importante pour les pourparlers du Comité avec les autorités et avec d'autres groupements économiques. Il serait regrettable de laisser cette étude dormir dans un tiroir.

10. Règlement du pourboire.

Le Comité entend un rapport explicatif de M. le Directeur Riesen qui expose notamment les résultats de la séance constitutive de la Commission paritaire de surveillance prévue dans le nouveau Règlement du pourboire. Comme président neutre de cette commission, le Département économique fédéral a nommé M. le juge Blumenstein à Berne. La discussion roule surtout sur le

contrôle du pourboire dans les hôtels de la S. S. H. sur la couverture des frais. Le Comité décide de prélever à cet effet, pour cette année, une cotisation uniforme de cinq francs par établissement. Un montant forfaitaire fixe est accordé comme subside à la Commission de surveillance.

11. Rapport de la Direction sur les affaires courantes.

M. le Directeur Riesen rend compte de sa conférence du 2 juillet avec M. Gabler, hôtelier à Heidelberg, représentant de l'hôtellerie allemande. Le Comité prend acte de ce rapport et décide de continuer l'étude de la proposition de M. Gabler tendant à la création d'un système de bons hôteliers internationaux.

La Direction parle ensuite de la PAHO et notamment du projet de prime forfaitaire à payer par les employeurs. Ce projet a été provisoirement retiré par la PAHO elle-même. L'attitude des autorités cantonales du Valais à propos de l'assurance-chômage des employés saisonniers provoque des difficultés. L'Office cantonal valaisan du travail ne veut pas considérer ces employés comme soumis à l'assurance et refuse en conséquence de subventionner la PAHO pour cette catégorie de personnel. Le Comité décide d'intervenir auprès de l'Office valaisan, en contact avec la Société des hôteliers du Valais.

Le rapport directorial traite ensuite de la demande de maintien pendant toute l'année des billets du dimanche. La Direction générale des C.F.F. a promis d'étudier cette question. Le rapporteur parle ensuite de la diffusion des prospectus et de la réduction des charges qui pèsent sur l'hôtellerie. A propos de cette dernière affaire, l'Office fédéral de l'industrie, des arts et métiers et du travail prépare, en contact avec notre Service de renseignements économiques, une circulaire aux gouvernements cantonaux.

12. Divers.

Le Comité délibère encore sur diverses questions d'ordre interne et établit l'ordre du jour pour sa prochaine réunion, prévue pour la fin d'août.

La séance est levée à 12 heures et quart.

Vente du 1er août

Le Comité suisse de la Fête nationale nous écrit:

Notre comité met en vente, comme les années précédentes, à l'occasion du premier août, un insigne de fête. Au lieu d'un insigne de soie ou de métal nous avons choisi cette fois une *plaque de bois*, un travail très réussi des sculpteurs de Brenz, afin de venir en aide à une industrie durement éprouvée (il s'agit d'un demi-million d'insignes environ). La décision du comité, qui se demandait comment les sculpteurs bernais résoudraient la question nouvelle qui leur était posée, n'a pas été prise sans appréhension. Mais les premiers modèles présentés à l'occasion de l'assemblée générale du comité furent approuvés sans réserve et avec une grande satisfaction par tous les comités locaux. L'insigne actuel est en bois d'ébène et représente un carré posé sur la pointe avec la croix fédérale sur fond rouge; à la partie inférieure on observe une couronne de montagne avec au milieu du champ la croix double, emblème de la lutte contre la tuberculose. Un ruban rouge et blanc porte la date du premier août en trois langues.

L'insigne coûte un franc, comme d'habitude, et sera mis en vente le premier août. Nous espérons et croyons qu'il plaira et trouvera un écoulement rapide, puisqu'il s'agit d'un produit suisse, simple et solide, fabriqué avec amour par des centaines de personnes diligentes pendant les longues soirées d'hiver. Le résultat de la vente des insignes et des cartes postales est destiné, avec l'approbation du Conseil fédéral, à la lutte contre la tuberculose.

Nous nous permettons d'adresser un pressant appel au grand public, en particulier à toutes les personnes qui occupent d'œuvres sociales en les priant de renoncer à organiser des collectes spéciales comme cela arrive encore de temps à autre, pendant les semaines consacrées à la collecte du premier août. Avec un peu de bonne volonté il doit être possible d'éviter tout ce qui pourrait contrecarrer une œuvre nationale qui a pour objet le bien du pays tout entier.

De nombreux collaborateurs et collaboratrices se sont mis avec un notable empressement au service de notre action. La Société suisse des Hôteliers, elle aussi, nous promet, comme par le passé, sa précieuse collaboration pour la vente des insignes et des cartes postales.

Nouvelles des Sections

La Section de Glaris et du lac de Wallenstadt de la S. S. H., réunie dernièrement à Obstallden (lac de Wallenstadt), a entendu d'abord le rapport de son président, M. K. Hühn, de Glaris, relatant les nombreux travaux de la société régionale pendant l'année écoulée, ainsi que les efforts de la société centrale suisse. M. Hühn rendit compte également de la récente conférence des présidents de sections à Bâle. M. Hesser présenta un rapport sur l'assemblée des délégués de la S. S. H. à St-Gall. Il souligna que la direction des affaires de la société suisse est en bonnes mains et que le comité central réalise des efforts considérables. M. Gallati, représentant l'assemblée sur le Bureau de renseignements et sur la propagande pour la saison d'été. Un nouveau guide des hôtels a été largement diffusé en Suisse et à

l'étranger. La propagande s'est effectuée également au moyen d'affiches, d'insertions en Suisse et en Hollande, d'illustrations et d'articles de presse, d'expositions dans des vitrines, à la Foire d'échantillons à Bâle et à l'Exposition du weekend et du sport à Zurich. D'autres facteurs de propagande sont en préparation, notamment la diffusion d'une carte du Klausen. Le Journal des étrangers, édité par la section a été encore amélioré. Dans sa séance de l'après-midi l'assemblée s'est occupée de trouver de nouveaux fonds pour le Bureau de renseignements et la propagande, en déchargeant si possible l'hôtelier. M. le président Hühn mit en garde contre les contrats conclus avec l'Hôtel-Plan au-dessous des prix minima de la S. S. H. et fit appel à l'esprit de solidarité et de confraternelle collaboration professionnelle.

Sociétés diverses

L'Automobile-club de Suisse a tenu le 11 juillet à St-Moritz une assemblée de délégués où étaient représentés 22 sections. L'assemblée a approuvé une proposition du comité central concernant la révision du règlement. M. E. Mende, président central, a commenté l'action du 5 juillet. Son rapport a été accueilli par de chaleureux applaudissements. Le président a constaté que les automobilistes de tout le pays appuient la direction de l'association et que la politique de la *Via vita* a rencontré la sympathie du public.

La Société de développement des Grisons a tenu à Lenzerheide, dans les premiers jours de juillet, son assemblée annuelle des délégués. Les nombreux participants ont entendu un rapport de M. L. Meisser, de Klosters, sur les grandes questions actuelles de propagande touristique, et un autre de M. le Dr Senger, de l'Office suisse du tourisme, sur les films de propagande. M. L. Meisser a été élu président de la société et M. Hans Bon, à St-Moritz, vice-président. L'hôtellerie compte encore cinq autres représentants dans le comité. L'assemblée a voté une résolution énergique en faveur de la construction d'une route longeant le lac de Wallenstadt.

La Société de développement d'Interlaken, dans sa récente assemblée générale annuelle, a entendu un rapport de son directeur, M. Reu, sur un voyage de propagande qu'il a fait dans la seconde quinzaine d'avril en France, en Belgique et en Angleterre, où il a visité les organes de tourisme des principaux centres. Partout il a rencontré beaucoup de sympathie pour la Suisse comme pays de tourisme et de vacances. Il a emporté l'impression qu'à moins d'événements politiques graves, la saison d'été verrait un développement très satisfaisant du tourisme en provenance de ces pays. Quelques critiques cependant lui ont été exprimées, notamment en ce qui concerne le manque de guide illustré, la politique des prix de l'hôtellerie suisse et le manque d'unité dans la propagande suisse à l'étranger. — Le président de la société, M. Alder, directeur de banque, a souligné notamment les réductions de taxes accordées par les entreprises de transport de l'Oberland bernais, l'introduction d'abonnements de vacances et la forte amélioration des horaires dans la région oberlandaise.

Informations économiques

Prix de gros. — L'indice suisse des prix de gros n'a que très faiblement varié en juin de cette année (-0,1%). Il s'inscrivait à la fin du mois à 91,9 contre 100 en juillet 1914 et à 64,1 contre 100 en 1926-1927. Par rapport à son chiffre de fin juin 1935, il marquait une hausse de 3,7%.

Coût de la vie. — L'indice suisse du coût de la vie (prix de détail) n'a guère subi en juin qu'une variation de caractère saisonnier, provoquée par l'introduction sur le marché des pommes de terre de la nouvelle récolte. Il s'inscrivait à 130 à fin juin (+0,5%), comme à la fin du mois précédent, contre 127 à fin juin 1935. L'indice de l'alimentation était à 120 à la fin de juin 1936, contre 119 à la fin du mois de mai (+0,8%) et 113 à la fin de juin 1935.

Destruction de pommes de terre. — Après les destructions en masse de café, d'orange et de harings, voici qu'on se met à éliminer des pommes de terre. Ceci se passe en Hollande, où les pommes de terre hâtives amenées sur le marché n'y trouvaient qu'un difficile écoulement, en dépit d'une forte baisse des prix. Lors de mises de pommes de terre aux enchères publiques, d'importantes quantités de cette marchandise n'ont pas trouvé des acquéreurs et ont été abandonnées. On en a détruit 13.200 caisses en deux jours à Gravenzande, 2.000 caisses à Monster et 1800 caisses à Wouterweg. — Chez nous, pendant ce temps, l'indice spécial des pommes de terre calculé par l'Union suisse des sociétés de consommation était porté artificiellement par des mesures protectionnistes à 185 contre 100 en juin 1914 et à 160 contre 100 au 1er juin 1935. Voilà où conduisent les mesures de contingentement chères aux régimes bureaucratiques.

Nouvelles diverses

Renseignements pour la propagande. — L'Argus, doyen des bureaux d'extraits de presse

de la France et des autres pays, vient de faire paraître une nouvelle édition, la septième, de sa nomenclature des publications en langue française du monde entier. C'est un volume très documenté, genre de travail unique, classé méthodiquement, contenant plus de 15.000 noms de journaux et périodiques différents en langue française.

Trafic et Tourisme

Les postes alpestres ont transporté 22.669 voyageurs du 6 au 12 juillet, dont 21.907 sur les semaines correspondantes de 1935. On a enregistré par conséquent un extraordinaire déficit de 10.639 voyageurs pour une seule semaine. A part cinq plus-values, assez faibles du reste, tous les services sont en recul. Le nombre des personnes transportées a diminué de 1306 au 1er juillet et de 1169 à la Maloja. Il faudrait du beau temps pour modifier cette triste situation.

L'hôtellerie des Grisons a enregistré 63.590 nuitées du 1er au 10 juillet, au lieu de 83.549 pendant la période correspondante de 1935. On a noté 7902 arrivées et 6775 départs. Principaux chiffres de nuitées: Suisse 39.929 (45.853), Allemagne 11.097 (25.330), Pays-Bas 3.089 (2.822), Grande-Bretagne 2.177 (2.273), France 2.086 (2.061), Italie 1.156 (1.158), Autriche 508 (541), Etats-Unis d'Amérique 510 (493), Tchécoslovaquie 494 (467), Belgique et Luxembourg 431 (434). Du 1er au 10 juillet, l'hôtellerie des Grisons a enregistré 437.209 nuitées, au lieu de 486.236 pendant la période correspondante de 1935.

Le Touring-scours, qui a commencé à fonctionner le 1er juin dans le canton de Vaud, Neuchâtel et en Suisse romande aux cantons de Neuchâtel et du Valais et va être sous peu au territoire genevois. Pendant son premier mois d'activité dans le canton de Vaud, le Touring-scours a eu à répondre à une dizaine d'appels, dont deux provenant d'automobilistes étrangers. On sait que le service de Touring-scours est mis gratuitement à la disposition de tous les automobilistes et motocyclistes. Le Touring-club suisse prend à sa charge l'intervention du dépanneur. Seuls les frais d'appel téléphonique à la centrale, soit cinquante centimes, sont à la charge de l'automobiliste en panne.

Le tourisme suisse en mai. — Le Bureau fédéral de statistique communique que pendant le mois de mai 1936, en entreprises hôtelières et exploitation (contre 64 en mai 1935), comptant au total 137.000 lits (136.900), lui ont été annoncés 222.000 arrivées (211.000) et 832.000 nuitées (856.000). En comparaison avec le mois de mai de l'année dernière, le nombre des arrivées s'est accru de 5,5%, tandis que celui des nuitées a diminué de 2,7%. Le trafic touristique de Pentecôte, compris l'année passée dans le mois de juin, a donc fait monter de très peu le nombre des arrivées seulement. Les nuitées des hôtes étrangers participent de nouveau dans une plus forte mesure que celles des hôtes domiciliés en Suisse à la régression du chiffre global des nuitées. Pour l'ensemble de la Suisse, le taux moyen d'occupation des lits a fléchi de 20,2 à 19,6%. Par rapport à mai 1935, le Tessin a enregistré une diminution de plus de 30.000 nuitées, dont 22.000 d'hôtes étrangers. Le taux moyen d'occupation est tombé dans ce canton de 32 à 25%. Pour l'hôtellerie de la région du Léman, moins fréquentée d'habitude par la clientèle allemande, a vu plus de visiteurs en mai dernier qu'en mai 1935.

L'hôtellerie de la ville de Zurich a constaté en juin dernier un mouvement des voyageurs inférieur de 6% à celui de juin 1935. Elle a enregistré 66.000 nuitées contre 70.600 en juin de l'an passé et 23.000 arrivées contre 26.100. Le recul du nombre des nuitées concerne exclusivement la clientèle suisse et la clientèle allemande. Les Suisses ont fourni 1900 nuitées de moins (-6%) et les Allemands 2700 (-15%). Les autres pays étrangers se sont maintenus au niveau de juin 1935, avec 21.200 nuitées contre 21.215. Il y a eu des diminutions pour la France et l'Autriche, mais des augmentations sensibles pour la Grande-Bretagne, les Pays-Bas et les Etats-Unis d'Amérique. Les principaux chiffres de nuitées ont été les suivants: Suisse 30.000 (31.900), Allemagne 14.700, France 3500, Italie 2800, Autriche 286, Grande-Bretagne 2700, Etats-Unis 2200, Pays-Bas 1900. Le taux d'occupation moyenne est tombé de 48% en juin 1935 à 44,9% en juin dernier. Les pourcentages d'occupation ont été les suivants d'après la catégorie des établissements: 1er rang 41,7%, 2me rang A 42,1%, 2me rang B et C 46,8%, 3me rang 25,3%, pensions 63,8. On a constaté une légère amélioration par rapport à juin 1935 dans les hôtels de 1er rang et les pensions, mais une diminution du nombre des hôtes dans toutes les autres catégories d'établissements.

 **WHITE HORSE WHISKY**
AGENCE GÉNÉRALE POUR LA SUISSE
BERGER & Co. LANGNAU (BERNE)

 **SIROCCO Kaffee**
Gut muss er sein...
Ihr Kaffee, aber auch ausgiebig Gut, damit Ihre Kunden wiederkehren - preiswert!
Damit Sie etwas daran verdienen. SIROCCO Kaffee ist beides zugleich.
Preiswertes Angebot durch
Gross-Händler Willmann-Lauber, Luzern

Englische Sprachschule in London
mit od. ohne Pension
The Mansfield School of English, 6, Nicoll Road, London N.W. 10

 **Persil**
Welch ein köstliches Gefühl - Frische Wäsche durch Persil


1er AOUT
Feux d'artifice
Articles d'illumination
Drapaux

Expéditions promptes et soignées.
Depuis Fr. 10.- à 1000.-.

PETITPIERRE FILS & Co.
NEUCHÂTEL - Spécialistes

 **Hotel-Direktor**
Erfolgreicher, gut präsentierender

Mit Initiative u. Organisationstalent (34 J., alt, ledig), momentan in 2 bestbekannt. erstklass. Häusern der Schweiz tätig (Sommer- u. Winterort), sucht für nächsten Sommer (1937) die Sommerstationen zu wechseln. Frei ab 10. April bis 15. Okt. Für detaillierte Auskunft u. Referenzenangabe wenden man sich bitte unter Chiffre N. O. 2855 an die Hotel-Revue, Basel 2.

 **HENNESSY**
Le nom qui a fait le renom du COGNAC

Agence exclusive pour la Suisse
LA MAISON DARPHIN, Zoug
Téléphone 40.496

Studenten der englischen Sprache sind gebeten vorzumerken
The Thomas School of English
485/7 Oxford Street, London W.1. Bestes System. Kleine Klassen. Bescheidene Preise. Verlangen Sie Prospekt.

Ihre halbfertigen Früchte und Beeren für Gebilde der Natur, die arm an Nährwert und Bedeutung seien. Oft sieht Ihr darin sogar einen unnötigen Luxus; aber das Obst und die Beeren enthalten höchste Nähr- und Gesundheitswerte; sie sind niemals Luxus, sondern stets natürlichste Nahrung des Menschen.

(Dr. med. Bircher-Benner im „Wendepunkt“)

Ihre Feriengäste aus der Stadt sind über den Wert der Früchte aufgeklärt. Früchte gehören heute zu ihrer Ernährung wie das tägliche Brot. Sie werden in den Ferien ungern auf Früchte verzichtet. Sie erwarten bei Tisch vor allem auch Früchte, mehr Früchte.

Aprikosen, Pflaumen, Birnen, Pfirsiche, Melonen, Bananen, Äpfel, Johannisbeeren, Stachelbeeren



Die B-Preisliste orientiert wöchentlich über den Fruchte- u. Gemüsemarkt. Verlangen Sie deren regelmässige Zustellung!

Telephon 27.071

... aber gewiss, nur bei Inserenten kaufen!

Für Ihre Gäste das Beste!



Orangina

Etude de Me. Georges Boillot notaire à Delémont

Öffentlicher Verkauf des Café-Restaurant de la Poste in Delémont

Samstag, 25. Juli 1936, 16 Uhr, bringt im Café de la Poste in Delémont der Besitzer, Herr Louis Aubry, Restaurateur in Neuchâtel, das genannte Gebäude zum öffentlichen und freiwilligen Verkauf, umfassend:

Das Café-Restaurant, 2 Gesellschaftssäle, 4 Wohnungen, wovon eine für den Wirt, Waschküche, alles in bestem Zustand. Glänzende Lage im Geschäftsviertel. Antritt: 15. Oktober oder nach Uebereinkunft. Kataster-Schätzung Fr. 62,930.—, Feuerversicherung Fr. 64,500.—. Das Betriebsmaterial wird ebenfalls verkauft.

Delémont, den 14. Juli 1936.

Im Auftrag: G. Boillot, Notaire.

Per 1. Oktober zu vermieten: In St. Gallen

Hotel „Hirschen“ (50 Betten) mit gröss. Speise-Restaurant

an ganz vorzüglicher Lage. Komplettes Inventar vorhanden. Tüchtige Fachleute, die über einiges Kapital verfügen, wollen sich melden bei der Löwenstr. Zürich A. G., Zürich S., vorm. 3-11 Uhr, Telefon 39.844.

1. August 1936

Bundesfeier - Menukarten

in verschiedenen Sujets nach Original-Entwürfen bekannter Schweizer Maler auf fein weiss Kunstdruckkarton. Preis per 100 Stück einfache Karten Fr. 10.— „ „ 100 „ Doppelkarten Fr. 15.— Spezieller Textendruck unter billigster Berechnung. Man verlange Muster. KOCH & UTINGER, CHUR



Haco-Gesellschaft A.G., Gümligen (Bern)

DAS GEHEIMNIS

des erfolgreichen Küchenchefs liegt darin, dass er versteht, den Speisen eine gelungene pikante Note zu geben, die selbst den verwöhntesten Gourmet zur Anerkennung zwingt.

TEXTON Würze ist sein bester Helfershelfer. Sie würzt die Speisen zur Vollendung, ohne einen prägnanten aufdringlichen Geschmack zu verleihen. Ein Versuch lohnt sich!

Muster und Offerten stehen gerne zu Diensten.



1. August



Fahnen Flaggen



Lampions Beleuchtungsgläser



Feuerwerk Raketen Bengalpulver

Weitaus die grösste Auswahl

Franz Carl Weber A.G. Zürich Bern - Luzern - Genf Lausanne

Ich komme

überall hin, um Abschlüsse, Nachtragungen, Neueinrichtungen, Inventuren zu besorgen u. Bücher zu ordnen

Emma Eberhard Bahnpostfach 100, Zürich Telefon Kloten 987.207 Revisionen - Expertisen

Zu vermieten kleines

Restaurant

an bester Lage einer Kantonshauptstadt per 1. Okt. 1936. Nur finanziell gut ausgw. Ehepaar fällt in Betracht. Offerten unter Chiffre OF 1739 S an Orell Füssl-Annoncen. Solothurn.

Gesucht für Wintersaison

Barman für Bar-Dancing Bar-Serviertochter evtl. Barkellner Offerten mit Photo und Zeugnisabschriften an Central-sporthotel, Davos-Platz. Nur bestqualifizierte Kräfte werden berücksichtigt.

Hoteliers!

Berücksichtigt in erster Linie die Inserenten Eures Fach-Organ!

.Fen' Cafémaschine 1935 100% Ausnutzung Fen A.G. Basel 5

Wir offerieren **Masthähnli** zu günstigen Preisen gegen Nachnahme. Geflügelarm Ipsach b/Biel.

HOTEL

mit Restaurant und Terrasse, 30 B., bekanntes, gut frequentiertes Geschäft, in Lage an erstklass. Winter- u. Sommerkurort des Berner Oberlandes, mit Zentralheizung und fließendem Wasser **sehr günstig zu verkaufen.** Anzahl. Fr. 25-30'000.— Kaufpreis Fr. 128'000.— Offert. unt. Chiffre B. O. 2824 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

alkoholfreies Restaurant

Jüngeres, fachkundiges Ehepaar wünscht gutgehendes oder kleinere Hotel-Pension zu übernehmen und ersucht um detaillierte Offerten unter G. 3975 Y an Publicitas Bern.



Rolladenfabrik A. Griesser & Aadorf BASEL Gundeldingerstr. 202 Tel. 29.849 LAUSANNE Boulev. de Grancy 14 Tel. 33.272 ZÜRICH Militärsstr. 108 Tel. 37.398

Feine lebende Schweizer Forellen



Badh und Regenbogen liefern prompt u. in gewünschten Grössen **Forellenfischerei und Fischzuchtanstalten** Augst (Baselland) Aug. Hohler, Tel. 61.010, und **Zeningen** (Aargau) Aug. Hohler & A. Lützeltschwab, Tel. 87

Die Wiederholung vervielfacht die Wirkung der Insetate!

Unsere Einnahmen- und Ausgabenbücher

sind unentbehrlich für Monats- und Jahresabschlüsse. — Muster stehen zu Diensten

KOCH & UTINGER, CHUR

GESUCHT mit Eintritt Herbst

TÜCHTIGER Hotel-Direktor

für grosses Hotel allerersten Ranges (Wintersport). Nur erstklassige Kräfte wollen sich melden. Ausführliche Offerten unter Chiffre A. R. 2857 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

1. August

Bestellen Sie sofort Papierlaternen, Guirlanden, Papierservietten, Trinkbecher, Trinkhalme



Verlangen Sie Muster und Preisliste Telefon 44.603

J.H. WASER

LIMMATQUAI 122 - ZÜRICH

Ferner Jasskarten, Tischdeckpapier in Rollen, Bonnbücher, Garderobeblocks, Eintrittskarten, Wirtschaftsblocks, Closetpapier.

Ananas- Orange- und Tomato-Juice

Für Ihre Bar!

Verlangen Sie gefl. Muster und Offerten auch für meine weiteren Hotelspezialitäten.



Hans Giger, Bern Lebensmittel-Grossimport Gutenbergstrasse 3 Tel. 22.735

Hotelpacht oder Direktion gesucht

Tüchtiger, bekannter Hotelfachmann, in fester Sommerposition, sucht auf kommenden Winter mittelgrosses, gut eingerichtete Hotel an Winterresortplatz (vorzugsweise Davos, Arosa oder Engadin) unter günstigen Bedingungen zu pachten oder Direktion zu übernehmen. — Offerten unter Chiffre H. P. 2868 an die Hotel-Revue, Basel 2.

Zu verkaufen eventl. zu vermieten

kl. Hotel-Restaurant

an zukunftsreicher Fasananlage im schwyz. Voralpgebiete mit schöner Aussicht auf Bergsee, 900 m hoch, Autozustellstelle, 65 km von Zürich, 14 Betten, Touristenlager, Terrasse, Baumstübeli. Occas. Preis Fr. 48000.— inkl. komplettem Inventar, Jahresbetrieb. Anzahlung nach Uebereinkunft. Offerten unter Chiffre H. R. 2860 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

In erstkl. Fremdenort des Genfersees ist ein gutgehendes, mit aller treuer Kundschaft eingeführtes, modern eingerichtetes

mittleres Hotel

in bester, zentraler Lage bei Schiff und Bahn, aus Gesundheitsrücksichten und Ablauf des Pachtvertrages zu übergeben. Passend für junges Ehepaar oder Küchenchef. Interessenten, die über einen Barbetrag von 20-30 Mille verfügen, erhalten näheres Auskunft unter Chiffre N. E. 2836 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

Lugano

Infolge Todesfall ist gutgehende, modern eingerichtete

Hotel-Pension (20 Betten) in zentraler Lage am Quai

zu verkaufen. Selbstinteressenten belieben sich zu wenden unter Chiffre E. L. 2862 an die Hotel-Revue, Basel 2.

HAUS IN DAVOS

(beste Lage), geeignet für Pension oder billiges Sporthaus (22 Zimmer, 28 Betten), günstig zu verkaufen evtl. zu vermieten Offerten unter Chiffre O F 3316 D an Orell Füssl-Annoncen Davos.

Die Gäste wollen s'Weggli und den Fünfer

Es ist heute wahrlich nicht leicht, die hohen Ansprüche der Gäste mit dem immer stärkeren Zwang nach Verbilligung der Preise in Einklang zu bringen! Und doch muss ein Ausweg gefunden werden.

Hotels, die früher auf Butterküche schwörten, sind in letzter Zeit vielfach auf eines unserer guten Kochfette übergegangen. Aus den regelmässigen Nachbestellungen ersehen wir, dass sie sehr zufrieden sind. Unsere Kochfette stehen sowohl punkto Geschmack, Aroma und Ausgiebigkeit der Kochbutter nicht nach — sind aber viel billiger und ersparen dem Hotelier eine hübsche Summe im Jahr.

Wir offerieren Ihnen

„Kaspar-Gold“	mit 10% Tafelbutter, etwas Feines für die gepflegte Küche	Fr. 2.75
„Kaspar-Rot“	ein sehr feines Kochfett, ausgiebig und besonders preiswert	Fr. 2.15
„Haka-Weichfett“	gut, ergiebig, monatelang haltbar	Fr. 1.90

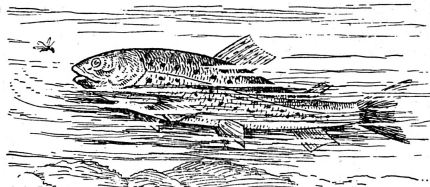
Welchem dieser 3 Kochfette Sie auch den Vorzug geben, wir können Ihnen garantieren, dass Sie damit gut fahren werden. Wir besitzen eine langjährige Erfahrung in der Kochfetherstellung und bieten Ihnen allererste Qualität zu Preisen, die sowohl den hohen Ansprüchen der Gäste wie der schweren Lage der Hotellerie angepasst sind.

Machen Sie bitte einen Versuch! Wenn Sie nicht voll und ganz zufrieden sind, nehmen wir den angebrochenen Kessel zum vollen Preis zurück. Sie riskieren also nichts... wirklich gar nichts, da wir sogar das Porto Ihrer Karte oder die Telefonspesen auf der Faktura abziehen. — Wollen Sie nicht gleich einen Probe-Eimer verlangen?



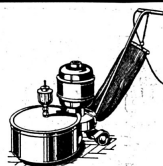
Hans Kaspar A.G., Zürich 3
Tel. 57.730 Trustfreie Speisefettfabrik

Die feinen Forellen von Brunnen beziehen, heisst



vorteilhaft einkaufen! — Reduzierte Preise!
Zuverlässige Lieferung lebender und küchenfertiger Forellen, exakte Grösse, jede Menge vorrätig.

AD. GROPP & CO. A.-G., BRUNNEN
FORELLENZUCHT TELEFON 80



Warum noch lange warten?

wenn Sie die bewährte Bodenputzmaschine Universal ja doch einmal anschaffen? Besser schon jetzt, denn Sie können dann sofort von den enormen Einsparungen profitieren. — Vorführung jederzeit und unverbindlich.

Suter-Strickler Söhne, Maschinenfabrik, Horgen

Hoteliers, Mitglieder des S. H. V.

wenden Sie sich bitte bei Bedarf von

Lieferanten-Adressen

stets an die Administration der Hotel-Revue



und einer sagt's dem andern!

„Man muss in diesen Zeiten zusammenhalten und nichts versäumen, wenn einer dem andern helfen kann...“

Und das ist doch wirklich oft mit ein klein wenig Überlegung möglich. Zum Beispiel: Sie können Passagier-Theophil für Ihre Gäste bestellen. Dabei erhalten Sie ein absolut unverfälschtes Mineralwasser und die Brunnenverwaltung als gutes Mitglied des Wirte- und Hoteliersvereins versichert Sie bester und stets gleich reeller Bedienung.

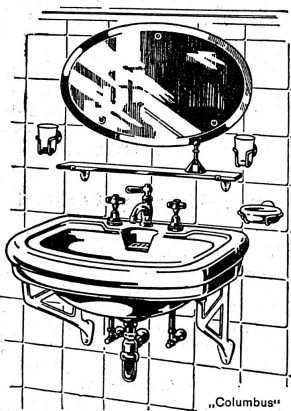
Passagier ist reell

Ihr Hotel ist stets besetzt

wenn Sie in Ihren Zimmern Waschtische mit fließendem temperiertem Wasser haben

BAMBERGER, LEROI & CO., ZÜRICH

Aktien-Gesellschaft
Fabrik sanitärer Einrichtungen



„Columbus“

Votre hôtel sera toujours au complet

■ les lavabos avec eau courante et tempérée sont installés dans toutes vos chambres

BAMBERGER, LEROI & CO., ZÜRICH

Société Anonyme
Fabrication d'appareils sanitaires



Die FERIENGÄSTE sind da..

alles ist bereit.

Servieren Sie nun in dieser Saison mehr Käse. Sei es zum Frühstück, zur Suppe oder als Dessertplatte, immer ist er willkommen.

Richtlinien für Sortenwahl, Eignung und Behandlung senden wir Ihnen gerne gratis. Schweiz. Milchkommission, Bern

den Käse nicht vergessen!



JGGG + WÜRCH



Zum 1. August

Ballonlaternen, einfarbig, in allen Farben, Durchmesser 27x24 cm
100 Stück Fr. 33.—, Stück Cts. **40**

Ballonlaternen, rot mit Schweizerkreuz, Durchmesser 27x24 cm,
100 Stück 36.50 Stück Cts. **40**

Illuminationsgläser mit farbiger Papierhülle, rot, blau, grün, gelb, orange oder weiss, Dtzd. 2.80, Stück Cts. **25**

Lichtstöcke hiezu 2 1/2-3 Stunden Brenndauer
100 Stück 7.50, Dtzd. 95, Stück Cts. **10**

Hotel-Fahnen mit Hissvorrichtung, Ecken verstärkt, 1a Qualität Croisé
Grösse 100x100 cm 6.60
Grösse 100x120 cm 8.—
Grösse 160x160 cm 14.—

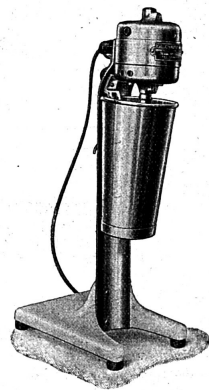
Flaggen mit Querstangen, Eichen und Seil, zum Aufhängen, prima Coutilstoff, rot-weiss oder blau-weiss
Grösse 80x400 cm 15.80
Grösse 80x600 cm 24.—
Grösse 80x800 cm 29.—

Grosses Lager in Festartikeln und Dekorationen

Prompter Nachnahme-Versand
Telefon 70.270 oder 71.270

Jelmoli

Haus für Qualitätsware, Zürich



Der elektrisch betriebene GETRÄNKE-MIXER

darf auf keinem Buffet fehlen, sei es für die Bar, das Restaurant oder für das Hotel. Für die Zubereitung von Frappés, Cocktails etc. leistet er vortreffliche Dienste.

Auch Trinkhalm, Zitronenpressen, Eiscoupses und Glacéöffel kaufen Sie vorteilhaft bei:

SCHWABENLAND & CO. A.G.
HOTEL-KÜCHEN- & KONDIKTORENRICHTIG ZÜRICH

„AKO“

das unübertroffene, garantiert chlorfreie Bleichwaschmittel

Seifenmehl-Spezial und Seifennudeln
garant. reine Seife, liefert vorteilhaft

Chemische- und Seifenfabrik Stalden in Konolfingen