

**Zeitschrift:** Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels  
**Herausgeber:** Schweizer Hotelier-Verein  
**Band:** 47 (1938)  
**Heft:** 9

**Heft**

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 30.01.2025

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

# SCHWEIZER HOTEL-REVUE

N<sup>o</sup> 9  
BASEL, 3. März 1938

FACHORGAN FÜR DIE HOTELLERIE UND DEN FREMDENVERKEHR

N<sup>o</sup> 9  
BASEL, 3 mars 1938

INSERATE: Die einseitige Nonpareillezelle oder deren Raum 45 Cts. Reklamen Fr. 1.50 per Zeile. Bei Wiederholung entsprechender Rabatt.

ABONNEMENT: SCHWEIZ: jährl. Fr. 12.—, halb j. 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.

Eigentum des  
Schweizer Hoteler-Vereins



Propriété de la  
Société Suisse des Hôteliers

Erscheint jeden Donnerstag

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., A. G., Basel

Compte de chèques postaux No. V 85

## Inhaltsverzeichnis:

Herunter mit den Zinsen! — Kulturpropaganda — Bundesfinanzreform — Ausländische Autogäste in der Schweiz im Jahre 1937 (S. 2) — Ein unklarer Kopf (Zum Kapitel Kollektivreklame) — Österreich — Staatsgarantie für Bankdarlehen an Hotels — Frage und Antwort (S. 3)

— Marktmeldungen — Milchlieferungen an die Hotellerie — Steuerrekurs des Schweiz. Wirtvereins — Nachruf Johann Peter Fopp — Ideen und Einfälle schriftlich festhalten — Kurzmeldungen (S. 4) — Warnungstafel — Geschäftliche Mitteilungen.

## Kulturpropaganda

(Dr. T.) Wenn in den nachstehenden Ausführungen von Kulturpropaganda die Rede ist, so hat dieser Begriff selbstverständlich nichts zu tun mit jener Propaganda, die in den letzten Jahren zu einem wichtigen Instrumente autoritär registrierter Staaten geworden ist; die Schweiz hat weder die Absicht noch die Möglichkeit, ihre kulturelle Eigenart andern Völkern anzupreisen oder gar aufzudrängen. Als kleines, auf friedliche und friedliche Entwicklung eingestelltes Land begnügt sie sich damit, durch ihr Beispiel für den Frieden in der grossen Völkerfamilie zu wirken, dessen erneute Gefährdung die Zukunft der Menschheit geradezu in Frage stellen muss. Wenn heute die Schweiz trotz ihrer Kleinheit unter allen Ländern der Erde eine ihre politische oder wirtschaftliche Bedeutung weit überragende Stellung einnimmt, so verdankt sie das in erster Linie dem Umstande, dass es ihr im Laufe einer freilich langen und keineswegs kampfbefohlenen Entwicklung gelungen ist, Menschen verschiedener Rasse, verschiedener politischer und professioneller Gesinnung, verschiedener sozialer Schichtung zu einer Volksgemeinschaft zu vereinen, die zwar auch in Zukunft in einzelnen Fragen vorübergehend auseinanderfallen mag, aber im Willen zur Erhaltung dieser Gemeinschaft unerschütterlich bleibt. Zu diesem an sich schon unschätzbaren Vorzuge kommt noch hinzu, dass die Schweiz von der Natur zwar nicht mit Bodenschätzen, dafür aber mit einem Reichtum an landschaftlicher Schönheit beschenkt wurde, um den uns mit Recht die andern Völker beneiden.

Wir haben es nun zweifellos verstanden, diese Vorzüge in den Dienst unserer Interessen zu stellen; hunderteausende von ausländischen Gästen besuchen alljährlich unser Land, zu ihrem Genusse und zu unserm sehr materiellen Vorzuge, ohne den unsere wirtschaftliche Selbstständigkeit über kurz oder lang ihr Ende finden müsste. Freilich, unter dem verhängnisvollen Einflusse der nachkriegszeitlichen Entwicklung, die man heute vielleicht besser als eine vorkriegszeitliche bezeichnen würde, hat die Anziehungskraft der Schweiz als Fremdenland nachgelassen und kann nur mehr durch einen kostspieligen propagandistischen Aufwand zurückgewonnen und aufrechterhalten werden. Diese Propaganda hat sich naturgemäss auf das zu konzentrieren, was den Fremden in erster Linie interessiert: die Schönheit der Schweiz als Ferienland im Sommer und als Sportgebiet im Winter, die erstklassigen Leistungen der Transportanstalten und der Hotellerie, die dem Fremden zu durchaus konkurrenzfähigen Bedingungen zur Verfügung stehen. Das aber, was ich eingangs als Kulturpropaganda bezeichnet habe, hat bis heute im Rahmen unserer Verkehrswerbung noch lange nicht jene Beachtung gefunden, die ihr als anziehendes Element im internationalen Konkurrenzkampf zukommt.

Gewiss, tausende von Fremden kommen in unser Land, erfreuen sich an dessen landschaftlichen Reizen und geniessen anerkennend eine hochentwickelte Gastfreundschaft, ohne sich weiter um unser kulturelles Leben zu kümmern; die Hast, mit der viele Gäste ihre kurz befristeten Ferien bei uns absol-

vieren müssen, lässt ihnen auch gar keine Zeit dazu. Allein, es gibt auch andere tausende von Fremden, die unserm Lande, von seiner Schönheit abgesehen, ein weiteres, höheres Interesse entgegenbringen, die von uns mehr wissen möchten, als was sie von der Bahn, vom Schiff oder vom Aussichtspunkte auf einem Berggipfel aus zu sehen bekommen. Dafür nur ein Beispiel aus persönlicher Erfahrung. Im letzten Sommer kam ich auf dem Quai in Luzern ganz zufällig mit einem älteren Herrn aus Kapstadt ins Gespräch, der sich auf einer Europareise befand und zwei Wochen einem Aufenthalt in der Schweiz widmete. Er machte mir zunächst die üblichen Komplimente für die Schönheit der Schweiz, die Güte der Hotels und der Bahnen usw. und begann mich dann über unsere politischen und kulturellen Einrichtungen, über unsere wirtschaftlichen Existenzmöglichkeiten in einer Art und Weise auszufragen, dass ich fast an mein Doktorexamen erinnert wurde. Dieser Südafrikaner, ein reicher Farmbesitzer, der sich zur Ruhe gesetzt hatte, wusste von der Schweiz nicht viel mehr, als dass sie irgendwo in Zentraleuropa liegt und wegen ihrer landschaftlichen Schönheit berühmt ist; nun, die meisten von uns wissen ja von Südafrika auch nicht viel mehr, als dass dort Diamanten und Gold gegraben werden! Was mich aber an diesem Südafrikaner freute, das war der Drang, von seinem Aufenthalte in der Schweiz etwas mehr nach Hause zu bringen, als die Erinnerung an schöne Ausflüge und gute Hotels und dass dieser Mann wissen wollte, wie wir leben, wie wir unser Leben verdienen und einrichten und wie wir uns, verglichen mit seiner eigenen Heimat, politisch und kulturell betätigen.

Ich führe dieses Beispiel deshalb an, weil es zeigt, dass wir in bezug auf die Fremdenverkehrswerbung noch über Reserven verfügen, die mehr als bisher herangezogen werden sollten. Der ausländische Gast, der sich über die natürlichen Reize unseres Landes hinaus für dessen kulturelles Leben interessiert und hier richtig und taktvoll aufgeklärt wird, bildet für uns ein Werbemittel, das durch keine andere, noch so gute Propaganda wettgemacht werden kann. Wir brauchen dabei keineswegs mit Superlativen zu arbeiten und es ist auch nicht nötig, dass wir ihm eine staatsrechtliche oder volkswirtschaftliche Unterrichtsstunde erteilen. Der fremde Gast wird uns verstehen, wenn wir ihm etwa folgendes sagen: wir sind ein kleines, in vier Sprachen und verschiedene Konfessionen aufgeteiltes Volk, das sich im Laufe einer fünf- bis sechshundertjährigen Entwicklung auf der Grundlage einzelner Kantone zu einer statalichen Gemeinschaft zusammengefunden hat, die nach innen vom Grundsätze der Demokratie und nach aussen vom Prinzip der absoluten Neutralität in allen internationalen Konflikten beherrscht wird. Da unser Land über keine Rohstoffe verfügt, sind wir auf den Welthandel angewiesen und haben daher, von der hochentwickelten Hotellerie abgesehen, eine Exportindustrie ins Leben gerufen (Uhren-, Maschinen- und Seidenindustrie), deren Erzeugnisse Weltruf geniessen. Die Schweiz, im Schnittpunkte der grossen europäischen Verkehrslinien ge-

## Herunter mit den Zinsen!

Angesichts der grossen Geldflüssigkeit, die bei unseren Banken unvermindert anhält, haben in letzter Zeit verschiedene Bankinstitute den Zinsfuss für ihre Hypothekdarlehen andern Darlehen herabgesetzt. So beschlossen die leitenden Organe der Zuger Kantonalbank kürzlich, ab 1. Mai 1938 den Zinsfuss für Eigentumshypotheken von 4% auf 3% zu reduzieren und diese Zinsermässigung auch auf Darlehen I. Hypothek sowie auf Darlehen an Kantone und Gemeinden auszuweiten. Die gleiche Massnahme trifft ferner die Kantonalbank von Appenzel a. Rh., die ab 1. Juli d. Jahres den Zinsfuss für erste Hypotheken auf landwirtschaftlichen Grundstücken und Wohnhäusern ebenfalls auf 3% ermässigt. Ähnlichen Tendenzen huldigt man auch im Kanton Zürich, dessen Regierungsrat den Zins für alle Schuldbriefdarlehen des Staates, sowie für die Darlehen an Gemeinden und Genossenschaften für bestehende Darlehen ab 1. Juli, für neue Darlehen mit sofortiger Wirkung auf 3% reduzierte. Und nun ist diesem Beispiel auch noch die Hypothekerkasse des Kantons Bern gefolgt, indem sie den Zinssatz für ihre sämtlichen Darlehen von 4% auf 3% ermässigte, für neue Darlehen mit sofortiger Wirkung und für ältere Posten mit Wirkung vom nächsten Zinstag 1938.

Man wird in unseren Geschäftskreisen sowie in der Landwirtschaft diese Erleichterungen, deren Zweischneidigkeit uns gut bekannt ist, mit Interesse zur Kenntnis

legen, verfügt über ein intensiv ausgebautes Verkehrsnetz, dessen elektrisch betriebene Bahnen und modern ausgebaute Strassen allen Anforderungen des internationalen Verkehrs in hohem Masse genügen. In kultureller Hinsicht ist es uns trotz der sprachlichen Verbundenheit mit unsern Nachbarstaaten gelungen, ein eigenes, typisch schweizerisches Kulturleben zu entwickeln und so einen Beitrag an die Kultur der Menschheit zu leisten, der die territoriale Kleinheit unseres Landes mehr als auszugleichen vermag.

Wenn es uns, dem Hotelier, dem Hotelangestellten und schliesslich jedem Bürger, der dazu in die Lage kommt, gelingt, dem Fremden, der bei uns nur Berge, Seen, Hirten und Kühe anzutreffen glaubt, ein anschauliches Bild unseres staatlichen, wirtschaftlichen und kulturellen Zusammenlebens zu machen, dann liegt darin eine Propaganda, deren Bedeutung gar nicht übertrieben werden kann. Gerade heute, in

nehen und daran wohl vielfach die Erwartung knüpfen, das Vorgehen der genannten Bankinstitute werde auch noch anderwärts Schule machen. Nachdem sozusagen überall die Zinssätze für Sparheftanlagen und Obligationen ganz bedeutend herabgesetzt wurden, ist die Reduktion der Hypothekarzinsen zweifellos ebenfalls gerechtfertigt. Und zwar auch für Hypotheken der Hotellerie! Leider scheinen aber gerade in dieser Beziehung viele Bankiers ausserordentlich schwerhörig zu sein, müssen doch die Hoteliers für ihre Hypotheken nach wie vor Zinssätze von 4½–5 und noch mehr Prozent in Kauf nehmen, an denen sie wirtschaftlich mehr und mehr verbluten. Wir wären in der Lage, mit Dutzenden solcher Beispiele aufzuwarten — von den uns nicht bekannten Fällen ganz zu schweigen — und richten daher an unsere Vereinsmitglieder die dringende Aufforderung, unter Hinweis auf die enorme Geldflüssigkeit und die dadurch ausgelöste Tendenz einer allgemeinen Zinssenkung bei ihren Bankiers im Sinne einer Reduktion der bisherigen Zinse energische Vorstellungen zu erheben. Das Zentralbureau S.H.V. stellt sich für derlei Schritte jederzeit zur Verfügung der Mitgliedschaft und ist bereit, eventuell im Kontakt mit der Hotel-Treuhand-Gesellschaft, auch in dieser Angelegenheit die Interessen der Gesamthotellerie mit allem gebotenen Nachdruck zu wahren und zu verteidigen.

einer Zeit allgemeiner Unsicherheit und Spannung, in einer Periode der Umwälzung bisher verbindlicher Begriffe wird es beim Fremden doppelten Eindruck machen, wenn er erfährt, dass die Schweiz bis heute ausserhalb der Welthandel geblieben ist und den festen Willen hat, es auch in Zukunft zu bleiben. Der fremde Gast wird diesen Vorzug nicht bloss für sich selbst zu schätzen wissen, sondern er wird auch zuhause sagen, dass die Schweiz nicht nur ein schönes, sondern auch ein wohlgeordnetes Land ist und dass Ferien in diesem Lande sich in jeder Hinsicht lohnen.

Kulturpropaganda in diesem Sinne, Werbung nicht bloss durch die natürlichen Reize unseres Landes, sondern ebenso durch das durch dessen kulturellen Vorzüge, das scheint mir ganz besonders heute ein Gebot der Stunde, das nicht verkannt werden sollte.

## Bundesfinanzreform

### Anträge des Experten Ausschusses

Der Ausschuss der Expertenkommission des eidg. Finanz- und Zolldepartements für die Bundesfinanzreform hat letzte Woche seine Beratungen abgeschlossen. Über deren Ergebnis sind der Presse folgende offizielle Erklärungen gemacht worden:

Als Hauptaufgaben der Neugestaltung des Bundes-Finanzhaushaltes werden die dauernde Beschaffung der Mittel für einen ordentlichen Vorschlagsbedarf von jährlich etwa 500 Millionen Franken, die Erschliessung einer Einnahmenquelle zur raschen Deckung ausserordentlicher Aufwendungen für militärische Landesverteidigung und die Aufstellung von Vorschriften über die Ausgabenpolitik betrachtet. Dem Bund sollen als neue ordentliche Einnahmen zur Verfügung gestellt werden der volle Ertrag aus der fiskalischen Belastung gebrannter Wasser und alkoholischer gegorener Getränke, der Ertrag der zu einer Kapitalertragssteuer nach dem Quellenprinzip ausgestalteten Stempelabgabe, wobei die bisherige kantonale Beteiligung an den Stempelabgaben beibehalten werden soll, sowie  $\frac{1}{2}$  des Militärflichtersatzes. Überdies soll die Stempelabgabepflicht auf Kontokorrentguthaben und Depositen ausgedehnt werden. Der Plan

einer Umsatzsteuer wird aufgegeben. Die finanzielle Tragweite dieser Vorschläge erreicht zusammen etwa 25 Millionen Franken. Zur Verzinsung und Tilgung der ausserordentlichen Aufwendungen für die militärische Landesverteidigung soll der Bund eine Steuer vom Vermögen, vom Einkommen oder Vermögen und Einkommen sowie eine Kriegsgewinnsteuer erheben können. Bis zum Inkrafttreten der Steuer vom Vermögen oder Einkommen erhebt der Bund zur Verzinsung und Tilgung der in den Jahren 1933/37 bewilligten, noch nicht getilgten Militärkredite — es betrifft dies in der Hauptsache die Wohnleihen — eine Steuer vom Vermögen und Einkommen nach dem Grundsatz der zurzeit erhobenen Kriegsabgabe.

Der Ausschuss empfiehlt im allgemeinen, den Vorschlägen des Departementes über Verfassungsbestimmungen zur Ausgabenpolitik zuzustimmen. Der Verwendung des Ertrages aus der Tabakbesteuerung für die allgemeinen Bundeszwecke wird unter dem Vorbehalt einer annehmbaren Übergangslösung für die Alters- und Hinterlassenenversicherung zugestimmt, doch sind die Beratungen über diese Frage noch nicht abgeschlossen.











### Sommaire :

**Un recul économique dans l'hôtellerie — Les touristes étrangers en Allemagne durant l'été 1937 — Les automobilistes étrangers en séjour en Allemagne — Les personnes séjournant dans nos hôtels doivent-elles posséder un permis de séjour? — Délais de carence dans l'assurance chômage — Le trafic des étranger**

**gers en Suisse en décembre 1937 — Publicité pour le concurrent — Quelle est l'origine de nos cepts sélectionnés — Foire Internationale de Lyon — L'Egypte est devenue un centre du mouvement touristique — Nouvelles de l'étranger — Nouvelles économiques — Petites nouvelles suisses — Statistique des étrangers.**

# Un recul économique dans l'hôtellerie

La dévaluation du franc et une reprise générale des affaires ont tout d'abord donné une bonne saison d'hiver 1936/1937 à notre hôtellerie qui en avait bien besoin après 6 désastreuses années déficitaires. Les chiffres des affaires et des hôtes enregistrés durant l'été de 1937, qui a pris fin si brusquement, peuvent également être considérés comme satisfaisants bien qu'ils ne soient que de 20% supérieurs à ceux de 1936, année la plus défavorable. Malheureusement la saison d'hiver en cours, sur laquelle on fondait tant d'espoirs, va aboutir à un sensible recul de rendement. Sans attendre les chiffres de la statistique officielle, nous pouvons déjà déclarer maintenant que de nombreux hôtels et stations indiquent une considérable régression du trafic touristique. Il est possible que les centres dont les hôteliers pouvaient compter sur la clientèle anglaise et hollandaise s'en ressentiront moins. Il est certain que si les touristes de ces deux dernières nations nous avaient également fait défaut, notre saison d'hiver aurait été un échec complet. Ce fait démontre donc clairement combien il était nécessaire d'adapter notre monnaie à celle des Anglais et dans quelle situation déplorable nous nous trouverions si notre franc n'avait pas été dévalué.

Quelles sont les causes de ce recul? En relevant que les touristes anglais et hollandais furent encore nombreux, nous avons touché ces causes du doigt. Ces deux pays se trouvent dans une bonne situation économique. Les revenus y sont tels que les milieux aisés peuvent s'accorder des séjours d'hiver de plusieurs semaines en Suisse. La Belgique semble être un peu plus mal en point. Mais cette dernière nation joue un rôle moins important pour les sports d'hiver. Il en est de même des pays scandinaves.

Par contre la situation dans laquelle la France se débat actuellement nous est très défavorable. Ce sont d'ailleurs les Français qui, pour la plupart, on renoncé contre toute attente à affecter leur séjour de fin d'année en Suisse. Outre l'insécurité politique, c'est surtout la diminution de leur pouvoir d'achat qui nous prive de ces hôtes. Leurs revenus ne sont plus proportionnés au renchérissement constant du coût de la vie dans ce pays et aux charges fiscales qu'on leur impose. C'est la raison pour laquelle la clientèle française des stations de sports d'hiver s'est pour la première fois rendue dans ses propres centres touristiques qui avaient fait l'essai d'une propagande de grande envergure. En Suisse nous constatons à peu près les mêmes symptômes. La population citadine se plaint de la diminution des affaires. Nos restaurants et nos cinémas se vident. D'importantes maisons de commerce situées sur les artères principales déclarent qu'elles ont de la peine à tourner par suite de l'absence des acheteurs. Cela est compréhensible lorsqu'on songe que le renchérissement du coût de la vie a sensiblement réduit les revenus. A cela vient encore s'ajouter la diminution du rendement des fortunes par suite de l'abaissement des taux d'intérêts des obligations et des dépôts en banque. Mais le trafic touristique de nos centres de sports d'hiver dépend également dans une forte mesure des billets du dimanche et des courses en autocar à prix réduit. Vu que les communications avec nos stations de sports d'hiver deviennent toujours meilleures, nos concitoyens peuvent économiser le prix élevé des billets à plein tarif, souvent aussi les frais

d'hôtel et dans tous les cas, un séjour de vacances prolongé.

Ce sont les hôtes allemands qui nous font le plus défaut. Notre accord touristique avec l'Allemagne a pour la première fois exercé tous ses effets au cours de l'été dernier et cet hiver. Les hôtels dont le 80 à 90% de la clientèle se composait précédemment d'Allemands, n'en enregistrent plus que le 10%. Il est bien rare que ce déchet soit comblé par d'autres hôtes. Nous estimons qu'à la longue cette situation va devenir intenable. Si nous ne parvenons pas à conclure avec l'Allemagne un accord touristique plus favorable il faut prévoir qu'avec le temps des centaines d'hôtels ne pourront plus tourner. Mais si toute une partie de nos hôtels ne rendent plus, cela nuira également à ceux qui s'en tirent encore.

On peut dire la même chose de l'Italie et des pays de l'Est bien que les hôtes qui nous en viennent n'ont pas la même importance pour nous que les Allemands. En résumé vu les résultats décevants enregistrés cet hiver, il est à craindre que l'amélioration espérée pour notre hôtellerie et notre trafic touristique, soit compromise. Si nous en tirons déjà aujourd'hui les conclusions ci-dessus avant la fin de cette saison d'hiver, c'est qu'à notre avis il y a lieu d'envisager immédiatement toutes les mesures propres à nous tirer si possible de cette désagréable situation.

Quelles seront ces conclusions et quelles mesures faut-il prendre? Relevons tout d'abord que les charges financières, capitaux et intérêts, sont trop lourdes. Déjà l'année dernière, alors que les bons effets de la dévaluation se faisaient encore sentir, on s'était rendu compte que même si les chiffres d'affaires augmentaient de 30 à 40%, il serait impossible de payer les intérêts de capitaux trop élevés. A notre avis il est aujourd'hui certain qu'en ce qui concerne de nombreux hôtels une grande partie de ces capitaux sont perdus. Il faut penser que le rendement d'un lit durant la dernière année favorable ne couvrirait même pas sa quote-part des intérêts, donc inutile de songer à effectuer des amortissements ou constituer des réserves destinées à l'indispensable entretien de l'établissement.

Les créanciers hypothécaires devront tôt ou tard consentir à des réductions de leurs titres. Si ces réductions ne sont pas effectuées de bon gré ou par l'Etat, on aboutira à des liquidations forcées. Mais si l'on se place au point de vue de la propagande, chaque liquidation forcée constitue un danger pour l'établissement et même pour toute notre hôtellerie. Aujourd'hui il faut aussi protester contre les intérêts hypothécaires trop élevés. Il fallait payer encore récemment 5% d'intérêt pour la première hypothèque, commission comprise, et dans certains cas même davantage. Un établissement déjà écrasé par les capitaux engagés, ne peut absolument pas acquitter des intérêts aussi élevés. Malheureusement les créanciers hypothécaires, la plupart du temps des banques, considèrent que les capitaux engagés dans l'hôtellerie constituent une affaire aléatoire dont il faut chercher à compenser le risque en augmentant le taux des intérêts. On tient beaucoup trop peu compte du fait qu'un semblable raisonnement compromet finalement toute l'exploitation de nos établissements. Les entreprises financières ne cherchent qu'à assurer leur gain sans s'occuper du préjudice qu'elles causent ainsi à toute l'économie nationale.

En outre il est absolument nécessaire de faire certaines réparations dans nos hôtels. Depuis 1930 bien peu d'entre eux ont pu effectuer les travaux d'entretien indispensables. Durant 7 ans on n'y a rien modifié ni amélioré. Actuellement il serait possible de passer des commandes se chiffrant par millions à nos entrepreneurs et à bien d'autres industries à condition que le rendement de nos établissements le permette. D'ailleurs il y a relativement peu de réparations à faire. Nos hôtels répondent absolument aux exigences modernes. Il n'est pas nécessaire d'en construire de nouveaux. Au contraire, ils rendraient la situation encore plus difficile vu que cela compromettrait totalement le rendement des capitaux engagés dans les établissements actuels et qu'il ne peut être question de les fermer. Nos hôtels actuels devraient donc être mieux protégés. Tout le pays a intérêt à ce que les subventions que la Confédération et les cantons accordent aux travaux publics ne soient pas en grande partie utilisés à la construction de superbes édifices publics dont l'utilité est encore à démontrer, mais que l'économie privée, qui lutte si à peine, en touche aussi sa part. Actuellement l'on veut que cette économie privée et surtout l'hôtellerie prenne à sa charge plus du 60% des frais de rénovation et d'entretien. Avec le ralentissement actuel des affaires il lui est absolument impossible de se procurer les montants nécessaires. Ainsi notre hôtellerie ne peut donc guère bénéficier pour ses frais d'entretien des fonds mis à disposition par la Confédération et les cantons.

Qu'en est-il maintenant de la question des prix? Durant ces derniers mois l'hôtellerie a tenté d'améliorer son rendement en augmentant un peu ses prix. Elle a été obligée de le faire par suite du renchérissement des produits qu'elle utilise. Ces derniers ont augmenté de plus de 10% dans certains cas, le 20% est même dépassé. L'augmentation des prix ne devait pas seulement permettre d'acquitter les arriérés, mais de perfectionner toute l'exploitation. On songe également au traitement des employés qui se plaignent de ne pas gagner assez. Non seulement l'hôtellerie absorbe des capitaux importants, mais comparativement à d'autres groupements économiques elle occupe un nombre relativement élevé d'employés. Avec l'augmentation actuelle du chômage nous avons tout intérêt à ne pas réduire notre personnel. Durant les périodes de forte conjoncture économique nous pouvons donner du travail à plus de 60.000 employés. Une réduction de plusieurs milliers d'employés aurait de graves conséquences pour tout le pays.

Il serait vraiment très regrettable que l'on recommence à exercer une pression sur les prix comme ce fut le cas avant la dévaluation. Ce sont surtout les touristes qui ont profité largement de la désastreuse situation de l'hôtellerie sans se donner la peine d'ex-

aminer sa situation de plus près. Beaucoup de gens doivent encore apprendre qu'il ne suffit pas d'exiger de l'hôtelier une chambre et des bons repas à un prix aussi bas que possible. Une semblable manière d'agir compromet également le rendement de l'établissement, et même toute notre économie nationale en souffre. Il ne peut pas être indifférent à nos artisans, à nos commerçants et à tous nos agriculteurs que l'hôtellerie achète dans son ensemble pour 300 millions de produits comme en 1928/29 ou pour 100 millions seulement comme ce fut le cas en 1936.

Nous devons unir toutes nos forces. L'existence d'une grande partie de notre peuple, surtout des montagnards, dépend de notre trafic touristique et de notre hôtellerie. Nos autorités et nos concitoyens doivent donc vouer toute leur attention à ce problème. Malheureusement bien des gens estiment qu'il est plus important de s'occuper de l'interdiction d'importer du bétail, de restreindre l'importation des poissons ou même d'écouler le solde de la récolte des vins de 1937, malgré qu'elle fut bien maigre.

Si nous continuons à pratiquer un protectionnisme aussi borné, nous allons nous retrouver dans la même situation qu'avant la dévaluation. Mais elle sera encore aggravée par le fait que les revenus et les fortunes ont sensiblement diminué chez nous. On noircit des pages et des pages pour soutenir artificiellement les prix du lait, de la viande et ceux d'autres produits. Par contre nos écoles ne se demandent pas comment elles pourraient procurer au plus vite 100 à 200 millions de devises de plus à notre pays. Ce problème devrait pourtant être résolu d'urgence, mais cela ne peut se faire que si tous nos groupements économiques ont des égards les uns envers les autres. Il faut à tout prix éviter une nouvelle augmentation du coût de la vie qui ne nous permettrait plus de tirer un parti avantageux de la situation du marché mondial. Il faut absolument alléger les charges financières des groupements intéressés au trafic touristique. Les accords touristiques conclus avec nos voisins doivent être révisés. Nos communications avec l'étranger et celles du pays doivent être mises au point, puis nous devons tout particulièrement insister pour que des crédits plus importants soient mis à la disposition de notre propagande.

Trois de nos voisins immédiats soutiennent très énergiquement leur trafic et leur propagande touristiques. Leurs mesures nous sont très défavorables. Si nous nous laissons faire sans répondre aux coups portés et nous contentons de faire preuve d'une largeur de vue qui n'est absolument plus de mise, nous allons inmanquablement provoquer l'effondrement de notre trafic touristique et la ruine de notre hôtellerie.

(Traduction d'un article de M. Riesen, paru dans la N.Z.Z.)

### Les touristes étrangers en Allemagne durant l'été 1937

La presse professionnelle allemande vient de publier des résultats partiels de l'enquête effectuée par l'Office de statistique du Reich concernant le trafic touristique durant l'été 1937. Il en ressort que du 1er avril au 30 septembre l'hôtellerie allemande a enregistré 14,97 millions d'étrangers et 66,28 millions de nuitées. Ces chiffres dépassent de 11% ceux des arrivées et des nuitées de l'année précédente (saison d'été). Les arrivées des touristes étrangers ont augmenté de 5%, elles ont passé à 1,72 millions, par contre les nuitées ont diminué de 4,67 millions. Cette évo-

lution est due au fait qu'en 1936 les hôtes venus assister aux jeux olympiques sont restés assez longtemps en Allemagne et ont ainsi contribué à l'augmentation des nuitées. — Plus de la moitié des nuitées des hôtes, c'est à dire 35,50 millions ou le 54% et plus d'un tiers de celles des étrangers (1,81 millions ou le 30%), proviennent pour l'été 1937 des stations balnéaires et de cures dont quelques-unes enregistrent des augmentations de 10 à 30% alors que le nombre des visiteurs des villes importantes diminue.

### Les automobilistes étrangers en séjour en Allemagne

Selon un tableau publié par les « Deutschen Hotel-Nachrichten » durant l'exercice de 1936/37 747.000 voitures de touristes automobiles étrangers sont entrées en Allemagne, contre 553.000 en 1935/36. Cela représente une augmentation de 194.000 voitures ou de 35%. La nationalité de ces touristes-automobilistes fut la suivante: 147.000 étaient des Autrichiens, 144.700 des Hollandais, 91.000 des Suisses, 77.000 des Tchécoslovaques, puis viennent la Belgique, le Danemark, la France, cette dernière avec plus de 50.000 et finalement l'Angleterre avec 39.000 voitures automobiles. La Suisse fournit donc le 11% du tourisme automobile allemand. L'année dernière les Suisses se sont de nouveau rendus plus nombreux dans ce pays (91.000 contre 82.000 en 1936). Les automobilistes de toutes les autres nations, excepté la Hollande — sont également

en augmentation constante, surtout ceux des pays de l'Est. Dans ce domaine les accords précédents ont eu de très bons effets.

91.000 automobilistes suisses se sont donc rendus en Allemagne l'année dernière. Cela représente presque le double des voitures allemandes venues en Suisse. Ces dernières furent au nombre de 47.000 en 1937. Nous tenons à faire ressortir ici ce fait vraiment frappant, afin d'inviter nos autorités à examiner encore de plus près la situation et les conditions dans lesquelles se déroule actuellement l'accord touristique conclu avec notre voisin du Nord. Lors des pourparlers tendant à la conclusion du prochain accord touristique avec le Reich il faudra absolument insister encore davantage sur l'importance du trafic touristique Suisse-Allemagne.





# Treppeläufer

**Bouclé  
Cocos  
Tournay**

vom einfachsten Läufer bis zu  
der stärksten, strapazierfähigsten  
**Hotel-Qualität.**

Vorteilhafte Preise.

TEPPICHHAUS

**W. Geelhaar**  
Bern A.G.  
GEA 1869  
Thunstrasse 7 · Heveliplatz · Thunstrasse 7  
Telephon 21.058

Garantiert unschädlich und zuverlässig ist

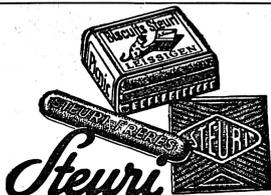
„AKO“

das unibertreffene, chlorfreie Bleichwaschmittel, sowie

**Seifenmehl - Spezial  
und Seifenudeln**

garant. reine Seife. Vorteilhaftes Preise

**Keller & Co., Chemische- und  
Seifenfabrik Stalden in Konolfingen**



**BISCUITS FINS · WAFFELN**  
la Tafelkunsthonig  
Telephon: Leissigen 50.09

## 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**

si les lavabos avec eau courante et tem-  
pérée sont installés dans toutes vos chambres

**BAMBERGER, LEROI & CO., ZÜRICH**  
Société Anonyme  
Fabrication d'appareils sanitaires

**Europas Herren  
bei Ihnen zu Gast**

ER. Achtung! für bargeldlosen Zahlungsverkehr, würde die  
südliche Banknoten mit den leicht fälschbaren, aber  
nie zerrissenden Baus lobend begutachten.  
Grosse und kleine Banknoten, Couponnoten für Regal-  
kassen. Wer auf Qualität und Preis schaut, wendet sich  
immer nur an

**L.M. KOHLER**  
BERN

**Pflege der Böden  
ein Gebot der Hygiene!**

Trocken-Reinigung verhindert  
die Ansammlung von Krankheits-  
keimen. Darum empfiehlt sich die  
Universal-Bodenputzmaschine  
durch ihre glänzende Arbeits-  
methode und Leistung. — Unver-  
zichtliche Vorführung.

**Suter-Strickler Söhne, Maschinenfabrik, Horgen**

**Schinken  
von  
Bell**  
besonders fein  
und ausgiebig

**PLYMOUTH'S  
Dry Gin**

Generalvertretung für die Schweiz:  
**Fred. Navazza  
Genf**

**Goldene Regeln**  
in Versen, für das Verhalten der  
Hotelgäste. 40 cm hoch. Zum  
Einführen. Per Stück Fr. 1.—,  
10 Stück Fr. 7.—. Zu beziehen  
bei G. Maurer A.G., Spiez.

Horgen-Glarus-Stühle  
sind beste Schweizer  
Qualitäts-Arbeit.

**HORGEN-  
GLARUS**

A.-G. Möbelfabrik  
Horgen-Glarus in Horgen

**Hoteliers . . .**

berücksichtigt in erster  
Linie die Inseraten Eu-  
res Fachorgans!

**Amor**  
ALBERT  
Berne.

**sind gut**

Verlang, Sie Gratismuster u. Preise  
**AMOR**  
Schokolade-, Coniserie-  
und Biscuits-Fabriken A.G., Bern

**KAFFEE**  
Abschlag

Trotz Verbilligung blei-  
ben unibertroffen in Güte  
unsere

**Hotel-Special-  
Mélanges**

Personal . . .	2.20
Frühstück . . .	2.40
Hotel-Special . . .	2.80
Wiener Extra . . .	3.—
Mocca Turco . . .	3.20
Coffeinfrei . . .	3.50

Verlang, Sie Probenstellung

**Grossrösterei  
Willmann-Lauber  
Luzern**  
Weysstr. 17 Tel. 20.733

**Zu verkaufen**  
in der Zentralschweiz,  
an erstklassigem Som-  
mer- und Winterkurort

**HOTEL**  
mit 80 Betten

Jahresgeschäft. Eventl. Tausch  
mit kleinerem Geschäft. Grössere  
Anzahlung ist nötig. — Offerten  
unter Chiffre S. W. 2822 an die  
Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

**ZU VERKAUFEN**  
**Hotel - Restaurant**  
an bek. Fremdenkurort des Tes-  
sins. Komfort; Boiler, Z'heiz., Ter-  
rassen, Garage, gr. Palmen- und  
Plantanengart. Gartentrest, Bio-  
ciabahn, Tanzplatte. Kompl. möbl.  
Preis Fr. 65.000. Anz. n. Übereink.  
Off. sub Chiffre AS. 2800 Leo. an  
Schweizer Annoncen AG. Locarno.

**Zu verkaufen**  
in aufblühendem Sommer- und Winter-Sportkurort  
Graubündens, alt renommiertes und gut gehendes

**HOTEL**

mit 100 Betten. Offerten zu richten unter Chiffre S. W.  
2828 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

Am Fusse des Salève, in wunderschöner Lage

**Hotel - Restaurant**

mit Dependancen und Garage, grosser Park,  
Garten, Land,

**zu verkaufen**

Preis Fr. 180.000.—, Mindest-Anzahlung Fr.  
35.000.—. Näheres durch Hotel du Château  
Veyrier, Genf.

**Hôtel 28 lits**  
complètement renové, altitude 1500 m.,  
Alpes valaisannes,  
**à vendre**

Offres sous chiffre H. E. 2910 à l'Hôtel-Revue à Bâle 2.

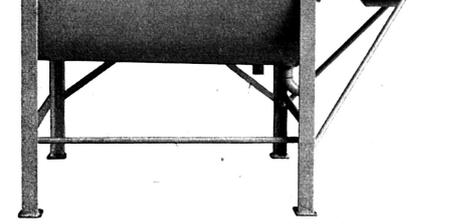
Auf kommende Sommersaison in grösstem Kurort des  
Berner Oberlandes, infolge vorgerücktem Alter

**zu verkaufen**  
**HOTEL**

2-Saison-Geschäft, komfortabel ausgestattet, teilweise mit  
flüss. Kalt- u. Warmwasser, gross. Umschwung, Garten,  
eig. Eisbahn, Spielwiese, Weide, etwas Wald etc. sowie  
hübsches Dependence-Chalet. Bettenzahl ca. 50. Objekt  
eignet sich ebenfalls vorzüglich für besseres Erholungs-  
heim, Ferienheim etc. Nötiges Kapital Fr. 35.000.—. Gefl.  
Anfr. unter Chiffre B. O. 2898 an die Hotel-Revue, Basel 2.

## Ihre Gäste schätzen es

wenn Sie ihnen gepflegte Silber-  
Geschirre und Bestecke aufstellen



Diesen sehr hervorragenden Dienst am  
Kunden erreichen Sie 100prozentig:  
mit der Silberpoliermaschine  
**TAHARA Mod. 37**  
**WENGER & CO. S.A. DELEMONT (SUISSE)**

Inserate lesen  
erwirkt vorteilhaftern Einkauf!

**AUFZÜGE SCHLIEREN**

Personen- und  
Warenaufzüge

Neubau  
Umbau  
Revision

Telephon 917.411 Schlieren

**SCHWEIZ. WAGONS- UND AUFZÜGEFABRIK AG.**  
SCHLIEREN-ZÜRICH

Marque déposée

**Compagnie Viticole de Cortailod S.A.**

bringt Ihre be-  
kannten Spezialmarken des  
ausgezeichneten Weinjahres 1937

**Neuenburger Weiß 1937<sup>er</sup>**

„CLOS DE LA REINE BERTHE“ (mild, spritzig)  
„CHAMBLEAU“ (Auslesequalität)

Führen Sie diese herrlichen Weine; Ihre Kundschaft wartet darauf.  
Bestellen Sie ausdrückl. obige Markenweine bei Ihrem bisherigen Lieferanten.