

**Zeitschrift:** Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels  
**Herausgeber:** Schweizer Hotelier-Verein  
**Band:** 47 (1938)  
**Heft:** 21

**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

Nº 21

BASEL, 26 Mai 1938

FACHORGAN FÜR DIE HOTELLERIE UND DEN FREMDENVERKEHR

Nº 21

BASEL, 26 mai 1938

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

ABONNEMENT: SCHWEIZ: jährl. Fr. 12.—, halb, 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 Hotelier-Vereins



Propriété de la  
Société Suisse des Hôtelières

Erscheint jeden Donnerstag

Siebenundvierzigster Jahrgang  
Quarante-septième 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., A. G., Basel

Compte de chèques  
postaux No. V 85

## Inhaltsverzeichnis:

Konkurrenz der Chalets und Ferienwohnungen — Verzinsung des Kaufpreises im Getränkehandel — Reisebureau und Hotel — Die Fahne hoch (S. 2) — Verkehrs-

werbung aus der Touristenperspektive — Das Einfrieren von Geflügel von innen — Zur Delegiertenversammlung S.H.V. (S. 7) — Markt-meldungen — Kurzmeldungen.

## Konkurrenz der Chalets und Ferienwohnungen

(Korr. aus Mitgliederkreisen)

In der letzten Zeit häufen sich die Klagen über die Konkurrenz, die von seiten der Privatvermieter, Ferienwohnungen und Chalets den Hotels gemacht wird. Die Polemik wird nicht immer mit der notwendigen Sachlichkeit geführt, die allein zu einer gerechten Lösung des Problems verhelfen kann; sie entbehrt häufig des Verständnisses für eine Entwicklung im Fremdenverkehr, die immer weiter um sich greift und die wir genau so wenig werden verhindern können wie die Mobilisation der Gäste durch das Automobil — und die ist doch zunächst auch keine erfreuliche Erscheinung: sesshafte Gäste sind naturgemäss interessanter als „vagabundierende“. Die folgenden Zeilen wollen ein Beitrag zur objektiven Abklärung der Frage sein und ein Versuch zu konstruktiver Lösung.

Zunächst: warum wollen so viele Gäste „möbliert“ wohnen?

1. Das „Neue Bauen“ und alles, was damit zusammenhängt, haben in der Zeit nach dem Krieg eine tiefgreifende Wandlung der Wohnsitten bewirkt, oder genauer ausgedrückt: es ist schon der Ausdruck, das Produkt einer Wandlung der Wohnsitten. Man lässt sich nicht mehr in Kasernen zusammenpferchen, sondern strebt nach Möglichkeit zum Eigenheim. Man will: keinen Nachbarlärm, von der zu engen Berührung mit Mitmenschen loskommen, auf einem bestimmten Fleck Erde wenigstens möglichst wenig Rücksicht auf andere nehmen müssen. Kein Wunder, dass man diese Bequemlichkeit besonders in den Ferien wünscht, in denen man sich doch erholen will. Es sind nicht die schlechtesten Gäste, die das primitive „Eigen“-Chalet der Hotel-Wohnmaschine vorziehen.

2. Parallel mit der Wandlung der Wohnsitten ändern sich die Ansichten über das „Essen“ erheblich. Der Pensionspreis der Hotels basiert auf dem Menu-„Zwang“, Arbeitsteilung, Gross-Einkauf und „Einheits“-Menu ermöglichen es dem Hotelier, seinem Gast für einen bestimmten Geldbetrag weit mehr zu bieten, als in der Familie für dasselbe Geld herstellbar ist. Aber darauf kommt es dem Gast in vielen Fällen gar nicht mehr an. Er will essen, wonach er gerade Lust hat — von Diätnotwendigkeiten, Vegetarismus usw. ganz abgesehen —, er will auch essen, wann es ihm gerade passt. Alle diese Dinge gehen natürlich im Hotel nicht, oder er muss „à la carte“ essen und das ist teuer. Der Gast entwickelt also auch im Essen neuerdings ein Freiheitsbedürfnis, dem das Hotel wenigstens zum normalen Pensionspreis nicht genügen kann. In einem Chalet, „en famille“, geht das ohne grössere Schwierigkeiten, jedenfalls ohne Mehrkosten, höchstens, dass die Hausfrau schimpft; aber auf die kommt es nicht an.

3. Es reist heute eine andere Schicht von Gästen als vor zwanzig Jahren. Sie ist — Ausnahmen bestätigen die Regel — bedürfnisloser, was Bedienung und Komfort angeht. Sie ist naturhungrig, erholungsbedürftig (die Technik sorgt dafür!) und hat

wenig Geld. Leider gehören auch dazu immer mehr unsere Schweizer, für die die Abwertung den kalten Lohnabbau bedeutet. Familienferien in einem Hotel und auch schon in einer Pension, für drei oder vier Wochen, gehen gleich in die Hunderte von Franken. Was tun? Man zieht notgedrungen in eine billige Ferienwohnung, lebt bescheiden, aber frei und vernünftig, und lässt die Hausfrau arbeiten. Denn auf diese kommt es nicht an. Darf es nicht ankommen, solange die Mittel zu klein sind. Dass das „ersparte“ Geld später vielleicht für eine überarbeitete Hausfrau an Arzt, Apotheke oder gar ein Krankenhaus wieder ausgegeben werden muss, darf im Augenblick leider nicht in Betracht kommen. Eine Statistik der „weiblichen“ und „männlichen“ Logiernächte in der Schweiz würde zu ganz bestürzenden Ergebnissen führen.

Nach dem Gesagten scheinen uns die Ferienwohnungen und Chalets einem weit verbreiteten Bedürfnis zu entsprechen, und es wäre zwecklos, gegen sie den Vater Staat zu Hilfe zu rufen. Mit administrativen Zwangsmassnahmen löst man ein wirtschaftliches Problem nicht. Mit der loyalen Konkurrenz der Ferienwohnungen werden wir uns abfinden müssen.

Mit der loyalen Konkurrenz! Damit treffen wir auf den Kernpunkt aller Klagen seitens der Hotels, und ohne diese im einzelnen wiederholen zu wollen, formulieren wir sofort konstruktiv, was uns dazu notwendig erscheint.

1. Da die Privatvermieter, Ferienwohnungen- und Chaletbesitzer doch offenbar ihr Geschäft nicht aus reiner Nächstenliebe betreiben, sondern ganz natürlich Zins für die Wohnung und Lohn für eventuelle Arbeitsleistung beanspruchen, so sind sie ebenso wie die berufsmässigen Hoteliers Fremdenindustrielle. Als solche sollen sie in gleicher Weise auch an den Lasten des Beherbergungsgewerbes beteiligt werden: Kurtaxe, Kollektivpropaganda-Beiträge an die Verkehrsvereine, entsprechende Steuern zahlen — überhaupt im Rahmen ihres Geschäftsumfangs als Gewerbetreibende angesehen werden. Ein Wohnungsvermieter, der hundert Betten in zehn oder zwanzig verschiedenen Häusern vermietet, ist genau so ein Grosshotelier wie derjenige, der seine hundert Betten in einem einzigen Kasten beisammen hat.

2. Es liegt nicht im Interesse des Gemeinwesens, wenn das möblierte Vermieten, von geschäftsunkundigen Leuten betrieben, zu nichts anderem führt als zum langsamen Ausverkauf von Möbeln und Wohnung. Das ist nämlich eine schleichende, aber weit verbreitete Krankheit. Dass das möblierte Vermieten verheerend über Möbel und Wäsche hergeht und diese daher rascher als im Privathaushalt amortisiert werden müssen, wird nicht von Anfang an eingesehen. Nach fünf Jahren ist das Haus heruntergewirtschaftet, Reserven konnten aus dem zu niedrigen Zins nicht gebildet werden, und am Ende

steht das Betreibungsamt. Dieses arbeitet aber nur für den lachenden Dritten — nicht für den betäubten Vermieter und auch keineswegs im volkswirtschaftlichen Interesse. Neben den äusseren Lasten des Gewerbes muss also der möblierte Vermieter durchaus in seinem eigenen Interesse auch die inneren Lasten für sein Objekt tragen, d. h.: er muss einen vernünftigen, gerechten Mietzins verlangen.

Da nun aber das Gros der Vermieter sich aus Menschen rekrutiert, die von diesem Gewerbe nichts verstehen, sollte eine Art Kontrollstelle dafür sorgen, dass sie sich nicht durch zu billigen Zins ausverkaufen und dadurch genauer und richtiger rechnende Leute mit in das Preisesastre ziehen und zu Schaden bringen. Zu verlangen, dass an diesem Punkt ein staatlicher oder kantonal Hebel angesetzt werde, haben die Hoteliers allerdings alles gute Recht.

## Verzinsung des Kaufpreises im Getränkehandel

(Korr.)

-bl- In denjenigen Schuldverhältnissen, wo der Schuldner seinen Verpflichtungen auch noch nachträglich nachkommen kann, ohne dadurch die Interessen des Gläubigers in einer Weise verletzt werden, die es ausschliesst, ihm das durch die Verspätung verursachte Opfer zuzumuten, sieht das Obligationenrecht davon ab, an die mangelhafte Leistung von Gesetzeswegen sofort eine Schadenersatzverpflichtung zu knüpfen. An und für sich wird also dem Schuldner die Möglichkeit nachträglicher Bezahlung belassen; aber es wird dem Gläubiger auch nicht zugemutet, sich ohne weiteres mit einer nachträglichen Erfüllung zu begnügen, denn nachträgliche Erfüllung ist nicht richtige Erfüllung.

Für solche Fälle hat das Gesetz den Ausgleich der gegenseitigen Interessen in der Weise geregelt, dass für den Schuldner die Nachteile seiner Pflichtverletzung erst eintreten, wenn er in Verzug gekommen ist, d. h. vom Gläubiger eine Mahnung erhalten hat, in der dieser erklärt, dass er die Leistung verlange. An diesem Erfordernis wird in der Gerichtspraxis streng festgehalten; namentlich wird verlangt, dass dieser Wille bestimmt und klar zum Ausdruck gebracht wird. So genügt z. B. eine blosser Äusserung, wie „es wäre mir angenehm, wenn etc.“ oder die Zustellung einer weiteren

Illoyale Preisunterbietungen durch falsche Kalkulation brauchen sie sich nicht gefallen zu lassen.

Wenn diese beiden Forderungen erfüllt und auf ihrer Erfüllung die Mietpreise für Ferienwohnungen aufgebaut werden, wird sich herausstellen, dass der Preisunterschied zwischen der möblierten und der Hotelwohnung wesentlich im Arbeitslohn besteht, den die Hausfrau — nicht bekommt. Und dagegen ist kein Kraut gewachsen, solange der Mann Herr im Hause oder Schmalhans Küchenmeister ist. Gegen die Konkurrenz der billigen Hausfrau sind wir Hoteliers machtlos, kein staatlicher Machtspruch kann uns da helfen. Hier können wir nur auf bessere Zeiten hoffen, die auch der Hausfrau die Erholung ermöglichen, die ihr dringend gebührt. Keiner wünscht ihr das herzlicher als unsere Hoteliersfrau, die — weiss, was Haushaltsarbeit bedeutet.

Rechnung keineswegs, um eine rechtsgültige Mahnung mit Verzugsfolgen darzustellen, wohl aber gelten als Mahnungen die Zustellung einer quittierten Rechnung, die Androhung der Berechnung von Verzugszinsen oder Androhung einer Betreibung.

Bei Kaufgeschäften wird nach Gesetz — wenn nicht ausdrücklich etwas anderes vereinbart ist — der Kaufpreis mit dem Übergang des Kaufgegenstandes in den Besitz des Käufers fällig; und verzinslich wird der Kaufpreis weiterhin nach Art. 213 des Obligationenrechts von da ab ohne Mahnung in denjenigen Fällen, wo der Käufer „Früchte oder sonstige Erträge des Kaufgegenstandes beziehen kann“. Wie einem kürzlich in der „Schweiz. Juristenzeitung“ veröffentlichten Urteil zu entnehmen ist, liegt nun ein solcher u. a. vor, wenn Wein an einen Wiederverkäufer — Weinändler, Gastwirt, Hotelier, Spezierer usw. — geliefert wird, da der Käufer dann in der Lage ist, „Erträge“ des Kaufgegenstandes zu beziehen. Es ist also nicht etwa notwendig, dass der Wiederverkäufer von dem bezogenen Quantum effektiv schon Ware abgegeben hat oder abgibt. Um die Zinspflicht zu begründen, genügt die blosser Möglichkeit, Früchte oder Erträge des Kaufgegenstandes zu beziehen oder den letzteren gewerblich zu gebrauchen.

## Reisebureau und Hotel

Aus Reisebureaukreisen Hollands erhalten wir folgende Zeitschrift über die Beziehungen Reisebureau-Reisepublikum-Hotel. Den Wünschen an die Adresse der Hotellerie liessen sich verschiedene entgegengesetzte Postulate und Begehren des Gastgewerbes gegenüberstellen. Wir kommen gelegentlich darauf zurück und bitten inzwischen unsere Mitglieder, den Anregungen der holländischen Reisebureau volle Beachtung zu schenken und dort Abhilfe zu schaffen, wo dies im Interesse der Sache sowie der reibungslosen Abwicklung des gegenseitigen Geschäftsverkehrs notwendig erscheint.

Redaktion.

Ein grosser Teil des reisenden Publikums findet seinen Weg in die Hotels durch die direkte oder indirekte Vermittlung der Reisebureau. Dadurch entstehen verschiedene Verhältnisse, von welchen wir drei einer näheren Betrachtung unterwerfen wollen. Es entsteht durch diesen Reiseverkehr erstens ein Verhältnis der Reisebureau zum Publikum, zweitens ein Verhältnis zwischen Hotel

und Publikum und drittens ein solches zwischen Reisebureau und Hotel. Das Merkwürdige dabei ist, dass bei den Komponenten Reisebureau und Hotel das Reisebureau an allen drei Situationen interessiert ist, während das Hotel offenbar nur bei den beiden letztgenannten Verhältnissen besonderes Interesse hat. Darum ist es für das Reisebureau wichtig, bei seiner Arbeit diese drei Verhältnisse stets vor Augen zu halten, und es scheint uns interessant, diese drei Situationen einmal näher zu betrachten.

### Reisebureau und Publikum.

Das Publikum wendet sich an das Reisebureau um Auskunft für die in Aussicht genommene Reise und das Reisebureau sollte als Gegenleistung von den Reisenden den Auftrag zur Ausführung der verschiedenen Reisearrangements erhalten. Wenn daher das Reisebureau auf Grund des dieses er-



## L'hôtellerie suisse dans les Conseils du Pays

De quelques avis de Conseillers nationaux

Nous avons annoncé à nos lecteurs qu'à la suite de l'interview que nous avions obtenu de M. Henry Vallotton, vice-président du Conseil National et président du parti radical vaudois (*La Revue Suisse des Hôtels* du 5 mai 1938) sur la question de la représentation de notre hôtellerie au sein de nos assemblées législatives, nous donnerions encore ici, dans un but d'orientation générale, les avis de quelques personnalités politiques romandes. Nous avons le plaisir d'exposer aujourd'hui les opinions de trois Conseillers nationaux vaudois, que nous remercions sincèrement de leur extrême amabilité.

**M. le Conseiller national Charles Gorgerat, Président du Parti Libéral Vaudois**

— Je ne sais, nous précise M. Charles Gorgerat, avocat à Lausanne, si je possède des renseignements suffisants pour une interview sur la représentation de l'hôtellerie suisse dans les assemblées législatives, mais je veux vous dire sommairement ce que je pense de cette question.

Il est évident que l'hôtellerie suisse n'est pas représentée, comme elle le mériterait, ni à l'Assemblée fédérale, ni dans les Grands Conseils cantonaux. L'importance économique de cette branche d'activité est si manifeste que les milieux hôteliers pourraient et devraient obtenir une place beaucoup plus grande dans nos Parlements fédéral et cantonaux.

Mais, comme président du Parti Libéral Vaudois, j'ai fait au cours des années mes expériences à ce sujet. Il est très difficile et même à peu près impossible de décider un hôtelier à accepter une candidature. Ils invoquent le fait qu'ils n'ont pas le temps et surtout le fait qu'ils ne veulent pas faire de la politique active.

Dans le Canton de Vaud, nous avons eu cependant — il y a assez longtemps de cela — M. Ch. F. Buttacchi, directeur de l'Hôtel Alexandra, qui fit partie du Grand Conseil Vaudois. Egalement, à une date plus récente, M. Amiguet, hôtelier à Chesières, M. Haerberli, directeur du Savoy et du Mirabeau, à Lausanne, a siégé quelques années au Conseil Communal de Lausanne. Mais, je le reconnais, ce sont des exceptions qui confirment la règle.

Vous me demandez notamment: «De quelle manière nos milieux hôteliers pourraient-ils, sans faire de politique active, obtenir satisfaction?» Je m'empresse de répondre que sur le terrain fédéral, il est impossible d'entrer au Conseil National sans faire de politique active, si l'on entend par ces mots, se rattacher à un parti politique. La faute en est à la proportionnelle qui oblige les candidats à s'embragner dans un parti et qui ne permet pas à des indépendants ou sans-partis de parvenir au pouvoir législatif. Voici en quelques mots mon opinion personnelle sur l'intéressante question que vous m'avez soumise.

**M. le Conseiller national Eugène Hirzel, Président du Parti Radical Lausannois**

D'emblée, M. Eugène Hirzel, avocat à Lausanne, nous confia lui également son regret de constater que dans leur très grande majorité les hôteliers ne veulent pas faire de la politique. Pour des motifs d'ailleurs souvent assez divers. Or, c'est une condition, pour siéger dans une assemblée législative, il est nécessaire actuellement de «faire de la politique». Occupation absorbante, certes, et qui nécessite l'obligation de s'attacher à un parti et à son programme.

— Je suis entièrement d'accord, nous précise M. Hirzel, que dans nos centres hôteliers, des représentants de nos milieux touristiques et de la branche hôtelière devraient être aussi désignés dans les rangs des représentants du peuple. Mais, il est de toute nécessité que les hôteliers, personnellement

ou désignés par les groupements professionnels, se fassent connaître au sein des partis, au sein du parti de leur choix, qu'il s'attache directement à «la chose publique», qu'ils développent leurs opinions et leurs avis à l'occasion de manifestations publiques. Cette même remarque pourrait concerner aussi un grand nombre d'artisans, que nous ne voyons presque pas dans les assemblées politiques malheureusement. Je crois que l'ostracisme dont l'hôtellerie est frappée aujourd'hui, en diverses régions, provient précisément du fait qu'il existe entre les partis politiques et les milieux hôteliers un manque de contact tout à fait regrettable. Que ces messieurs viennent à nous, participent à nos travaux, et ils ne manqueront pas d'être entendus, d'être soutenus, d'être compris. Ce contact doit tout d'abord être pris dans les organisations locales, communales. A Lausanne, pour ne citer que cet exemple, je verrais la société des hôteliers désigner deux ou trois de ses membres, chargés du problème politique en général, et participer aux travaux des partis, du parti de leur choix.

Par ailleurs, M. Hirzel nous exposa que nos partis ne pourraient assurément pas faire d'exception en faveur de l'hôtellerie. En ce sens qu'ils ne pourraient pas admettre sans autre, sur la simple désignation du comité d'une société d'hôteliers, des «candidats» pour une représentation communale ou cantonale. Il faut que ces candidats éventuels de l'hôtellerie suivent la filière normale en usage. Sans quoi, il n'y aurait pas de raison de ne pas faire aussi d'exception en faveur des cafetiers, des boulangers, des épiciers, des médecins, des métallurgistes, et autres professions intéressantes. Nous ne vivons pas en politique le système corporatif. Il convient ainsi de respecter le système démocratique tel qu'il est institué.

— Mais je tiens à préciser très fermement, conclut M. Eugène Hirzel, qu'il n'y a aucune espèce de mauvaise volonté de la part des partis politiques, et du parti radical en particulier, dans le problème que vous soulevez.

**M. le Conseiller national Pierre Rochat, Avocat à Lausanne**

De son côté également, M. le Conseiller national Pierre Rochat (radical), de Lausanne, homme politique particulièrement en vue en terre romande et en pays vaudois, a bien voulu nous faire l'amitié de répondre à notre petite enquête. Sur l'ensemble du sujet, M. Pierre Rochat possède des opinions semblables à celles qui ont été exprimées plus haut, et qui concordent avec leur point de vue général. Et il nous exposa d'autre part:

— La question posée me paraît devoir être résolue selon les principes admis, en ce sens qu'il ne saurait être question d'envisager une représentation nationale dans laquelle chaque député aurait mandat de défendre les intérêts de sa profession, de sa région, de son parti ou de son milieu. La démocratie ne peut vivre que si les représentants du peuple mettent au-dessus des contingences et des intérêts particuliers le bien général du pays. Les députés, quel que soit leur parti, ont toujours témoigné jusqu'ici, dans leur très grande majorité, un vif intérêt à l'hôtellerie et aux problèmes du tourisme. Si les pouvoirs publics n'ont pas toujours pu aider davantage, aux yeux de certains, cette branche de notre économie, ce n'est certes pas faute d'en sentir l'importance et toute la valeur, mais parce qu'il n'est pas toujours possible de faire fi de multiples impondérables.

Et M. Pierre Rochat nous rappela, non sans raison, que les partis politiques s'inspirant d'un programme national ont toujours défendu au Parlement fédéral les intérêts de l'hôtellerie suisse.

### Propos et commentaires

Les avis de personnalités politiques romandes éminentes qu'il nous a été possible de recueillir et de commenter dans ces colonnes, concordent tous avec ce point de vue général: rien ne s'oppose à une saine représentation de notre hôtellerie dans les conseils du pays.

Mais ils établissent aussi qu'il serait heureux, et même obligatoire que les milieux hôteliers prennent résolument contact avec les partis politiques de leur choix, qu'ils y délèguent des personnalités désireuses de consacrer une partie de leur temps à la chose publique, et que ces personnalités acceptent de militer au cœur d'un parti national, et d'y travailler à l'image de tous les autres candidats.

Il ce qui revient à dire que dans les «conclusions» que nous avons présentées ici-même, à l'issue de notre première série d'é-

tudes sur l'objet qui nous préoccupe, nous n'avions pas fait erreur en remarquant en quelque sorte qu'il appartenait à l'hôtellerie elle-même de sortir de son isolement, par l'action personnelle de certains de ses membres.

En résumé, voilà le problème tranché. Il revient aux milieux hôteliers à se déterminer, et nous croyons qu'il ne serait pas inutile — ainsi que M. Henry Vallotton le signalait lui aussi — que les comités de nos sociétés locales et régionales étudient à fond la question, qu'ils suscitent éventuellement un colloque sur le plan cantonal, à l'issue duquel des décisions motivées pourraient être prises. Telle est notre impression, et il nous a semblé intéressant et utile de pouvoir en trouver la confirmation dans quelques interviews de Conseillers nationaux romands qui ont toujours porté à notre hôtellerie suisse et à notre tourisme, l'attention et l'intérêt les plus réels.

Ernest Naef.

## Propagande touristique à l'occasion de l'Exposition nationale

Nous avons annoncé, dans notre première convocation à l'assemblée des délégués de la S.S.H. à Coire, que le chef du service de propagande de l'Exposition nationale, M. C. A. Weiland a été invité à faire, à cette occasion un exposé sur la même affaire à l'ordre du jour: «L'Exposition nationale de 1939 à Zurich». A notre vif regret, un voyage qu'il doit faire à l'étranger empêche M. Weiland de participer à notre congrès de Coire. Il est donc obligé de renoncer à sa conférence. Par contre, M. Weiland a transmis à notre direction le programme de la propagande que l'Exposition nationale projette de faire à l'étranger. A titre de renseignement, nous en extrayons pour nos lecteurs quelques données relatives à la propagande touristique:

### I. Organisation, moyens et action de propagande.

Le service de propagande de l'Exposition nationale établit le projet de cette action en coordination avec l'Office national suisse du Tourisme à Zurich, et le service de publicité des C.F.F., à Berne.

En ce qui concerne la propagande touristique (invitation à visiter l'exposition), on envisage les moyens suivants:

#### A. Publications.

a) Dépliant rédigé en dix langues, édition d'environ 500.000 exemplaires, donnant des renseignements généraux sur l'exposition, réduction de tarifs, etc.

Prospectus destiné aux visiteurs, rédigé en dix langues, édition d'au moins 500.000 exemplaires, en couleurs. Renseignements relatifs à l'exposition. Indication des réductions de tarifs, plan des onze cartes routières pour l'automobile. Renseignements concernant les entrées les manifestations prévues, etc.

Plaquette donnant à l'occasion de l'Exposition nationale, un exposé sur le tourisme, le niveau intellectuel et l'économie publique de la Suisse. Rédigée en six langues, illustrée, édition de 80.000 exemplaires. Edition spéciale plus soignée, pour ceux qui s'y intéressent. 10.000 exemplaires destinés à être distribués lors de journées de la presse, de congrès et d'autres manifestations.

Certains prospectus spéciaux sont prévus pour certaines actions déterminées.

Bulletin de l'exposition, illustré, distribué sous forme de complément à la «Revue de l'Office national suisse du Tourisme», utilisable comme prospectus spécial. Rédigé en cinq langues.

Cartes routières pour l'automobile, onze éditions différentes, en allemand, français, italien, anglais, hollandais, tirage de 250.000 exemplaires. Voies d'accès principales de la frontière à Zurich, avec un plan spécial des artères conduisant en ville, des places de stationnement et des garages. Annuaire des hôtels, etc.

b) Affiches. Affiche de l'exposition, rédigée dans les langues des différents pays: pour la rue (triple format mondial), pour les vitrines (format royal et pour l'intérieur des immeubles (petit format).

c) Timbres-reclame: pour apposer sur les enveloppes, sur le papier à lettre, les imprimés, les affiches, etc.

d) Films: un film intellectuel adapté au but de l'Exposition nationale, un film de propagande pour les cinémas, pour les actualités (cinémas), clichés pour des projections lumineuses lors de conférences.

e) Photos: destinées à des expositions et au service de presse.

f) Matériel de décoration de vitrines: matériel-type, croquis.

g) Service de presse et de radio de l'Exposition nationale: communiqués, articles, exposés pour conférences par radio, etc.

h) Postes suisses: vente de timbres spéciaux, impression de vignettes spéciales.

#### B. Actions de propagande.

Ces actions de propagande doivent être adaptées aux différents pays et proportionnées aux crédits spéciaux accordés à nos représentants à l'étranger:

- a) Distribution de matériel de propagande aux agences de voyages, aux entreprises de transports (chemins de fer, autocars, aviation), légations, consulats, hôtels, etc. Prospectus, affiches, timbres-reclame.
- b) Affiches et pancartes spéciales, publicités dans les gares par les C.F.F.
- c) Organisation de services de presse spéciaux.
- d) Annonces: Actions spéciales en dehors du travail collectif de l'O.N.S.T. et des C.F.F.
- e) Organisation de réceptions et de conférences de propagande pour les journalistes, le personnel des agences de voyages, les propriétaires d'autocars, les sociétés, etc.
- f) Projection de films cinématographiques lors de conférences et de manifestations spéciales de sociétés, etc.
- g) Reportage par radio.
- h) Vitrines d'exposition dans les agences de voyages, les bureaux d'excursions en automobile, les maisons d'éditions de journaux.
- i) Voyages de propagande afin d'attirer à Zurich les groupes de voyage et d'excursion en Suisse.
- k) Organisation de voyages d'études en Suisse et à Zurich, à l'intention des journalistes, du personnel des agences de voyages et des propriétaires d'autocars.
- l) Organisation par les agences à l'étranger, agences de voyages, etc., de voyages par groupes en chemin de fer ou autocar, etc.
- m) Remise de cartes routières aux automobilistes étrangers. Cette distribution pourrait se faire aux aires postes-frontières, par le personnel spécial de l'exposition ou par l'intermédiaire des douaniers.

#### II. Budget.

Un crédit total de fr. 950.000.— est affecté à la propagande de l'exposition. Ce montant comprend également les frais de propagande touristique suivants:

#### A. Matériel de propagande.

Dépliant, édition de 500.000 expl.	fr. 7.500.—
Prospectus destiné aux visiteurs, édition de 500.000 exemplaires, y-compris le travail graphique coloré.	» 50.000.—
Brocure générale de la Suisse, illustrée (total fr. 60.000.—), part de la propagande touristique, édition ordinaire de 80.000 exemplaires, édition spéciale de 10.000 exemplaires, y-compris le travail graphique, les clichés, etc.	» 20.000.—
Prospectus spéciaux.	» 12.500.—
7 suppléments pour le bulletin, y-compris frais de rédaction, clichés et travail graphique, édition d'environ 80.000 exempl.	» 50.000.—
Cartes routières pour l'automobile (les fonds doivent être mis à disposition par les milieux intéressés au tourisme automobile)	» —
	fr. 140.000.—
Affiches (part destinée à l'étranger)	» 30.000.—
Timbres-reclame (part destinée à l'étranger)	» 5.000.—
Annonces collectives de l'O.N.S.T. et des C.F.F.	» 40.000.—
Matériel de décoration de vitrines	» 15.000.—
Photographies	» 10.000.—
Films, prises, copies, projections	» 60.000.—
Service de presse et de radio, honoraires, traductions, clichés, etc.	» 30.000.—
Frais généraux, frais de voyages, réception de voyages d'études à Zurich, port de lettres	» 20.000.—
Réserve pour adaptation et transformation, et participation Expo, Paris.	» 70.000.—
	fr. 420.000.—

#### B. Actions de propagande.

Les agences des C.F.F. à l'étranger disposent des fonds suivants pour la propagande à

effectuer dans les différents pays, soit pour: la distribution du matériel de propagande, les affiches, organisation éventuelle de services de presse spéciaux-publicité spéciale, en dehors de la propagande collective de l'O.N.S.T. et des C.F.F., organisation de réception et de conférences, projection de films, audition de radio, décoration de vitrines, réclames lumineuses, voyages de propagande, organisation de voyages d'étude en Suisse et à Zurich, de voyages par groupes:

Agences de		
Paris, pour la France	fr.	30.000.—
Londres, pour l'Angleterre		25.000.—
Amsterdam, pour les Pays-Bas		15.000.—
Bruxelles, pour la Belgique		15.000.—
Berlin, pour l'Allemagne		15.000.—
Rome, pour l'Italie		10.000.—
Vienne, pour l'Autriche		7.500.—
Prague, pour la Tchécoslovaquie		7.500.—
Stockholm, pour la Scandinavie		10.000.—
Agence de l'O.N.S.T., Budapest, pour la Hongrie		5.000.—
Propagande directe de l'exposition, en Alsace		15.000.—
Propagande directe de l'exposition, dans le Sud de l'Allemagne		10.000.—
Propagande directe de l'exposition, conjointement avec l'O.N.S.T., dans les Balcons et le reste de l'Europe		5.000.—
Transport	fr.	170.000.—

Transport	fr.	170.000.—
Agence C.F.F. de New York, pour les U.S.A. et le Canada		20.000.—
Agence C.F.F. du Caire, pour l'Egypte et la Palestine		5.000.—
Propagande directe de l'exposition, en Amérique du Sud et outre-mer		5.000.—
	fr.	200.000.—
Remise aux postes-frontières les plus importants de cartes routières pour l'automobile, par le personnel de l'exposition (traitements et frais généraux pour six mois)		30.000.—
	fr.	230.000.—

La répartition a été faite en tenant compte de la situation actuelle du trafic touristique.

En ce qui concerne l'Allemagne, nous devons disposer de certains fonds, pour attirer à l'exposition les touristes autorisés à se rendre en Suisse ainsi que les étrangers séjournant en Allemagne. Il en est de même pour la Haute-Italie.

Aux Etats-Unis et au Canada, nous devons concentrer notre propagande pour l'exposition surtout sur les colonies suisses. On a prévu, en plus de la propagande touristique exposée ci-dessus, un crédit de fr. 300.000.— destiné à une propagande intellectuelle et économique complémentaire. Le budget total atteint ainsi fr. 950.000.—.

## Le bureau de renseignements de l'Exposition nationale de 1939

En complément de notre article sur la propagande touristique, nous ajouterons qu'une conférence présidée par M. Bittel, directeur de l'O.N.S.T., a eu lieu à Zurich le 10 mai 1938. Toutes les régions intéressées à la propagande touristique pendant l'Exposition nationale, y étaient représentées. M. le directeur Bittel donna à cette occasion tous les renseignements concernant la création d'un bureau de renseignements spécialement destiné à la propagande touristique régionale. Ce bureau sera aménagé dans un pavillon particulier attenant à l'hôtel modèle. Cette pièce contiendra, au centre, une sorte de comptoir constituant un bureau de voyages modèle. Les parois du dit pavillon seront utilisées à des fins de propagande régionale. Chaque région aura l'occasion d'exposer sur la partie supérieure des parois, un tableau faisant ressortir ses beautés particulières. On a prévu des panneaux pour les huit régions les plus importantes et d'y ajouter des vues de nos grandes villes. Sous ces tableaux, qui seront tous l'œuvre d'artistes de renommée nationale ou régionale, on pourra exposer de grands diapositifs transparents. Une troisième partie portera des indications et des renseignements graphiques ou textuels sur les différentes régions. Les frais d'érection de ce pavillon touristique sont estimés à fr. 90.000.— à fr. 100.000.— au total, c'est-à-dire à fr. 8 à 10.000.—, en moyenne par région.

On adjoint à ce bureau de renseignements un auditoire, soit une salle de projections ciné-

matographiques dans laquelle les différents organisations régionales pourront projeter leurs films particuliers, en acquittant une taxe fixe.

L'Exposition nationale mettra de plus d'autres parois de la ville du tourisme à la disposition des régions suisses. Ces dernières pourront y faire leur publicité propre, sous forme de reproductions artistiques, par la peinture, les arts graphiques ou plastiques. Toutefois les milieux intéressés devront participer aux frais.

L'O.N.S.T. adresse ces jours une circulaire aux différentes régions, en les invitant à collaborer et à soutenir cette propagande spéciale faite en faveur des différentes régions touristiques de notre pays.

Nous sommes heureux de constater qu'on veut donner à nos centres touristiques régionaux l'occasion de faire ressortir à l'Exposition nationale leurs beautés naturelles et leurs charmes particuliers. Il nous semble que c'est indispensable. Nous espérons donc vivement que ce projet pourra être totalement réalisé.

Mais nous devons, d'autre part, exprimer le désir qu'en ce qui concerne l'aspect financier de cette propagande régionale, on veuille bien tenir largement compte de la situation actuelle de l'hôtellerie. La Société suisse des Hôtelières vient d'adresser une circulaire à ses sociétaires en leur exposant le programme de la participation de l'hôtellerie à l'Exposition nationale. Ce programme demande des sacrifices importants aux membres de la S.S.H. Nous

avons invité nos sections, en nous basant sur ces estimations, à participer aux frais occasionnés par le dit hôtel modèle qui représentera dignement l'hôtellerie suisse à notre grande manifestation nationale. Nous aurons beaucoup de peine à nous procurer les fonds nécessaires. Nous devons donc exiger qu'on mette nos sociétaires le moins possible à contribution lors du finance-

ment de la propagande touristique régionale. Nos sections voudront donc bien tenir compte de ce fait lorsqu'elles envisageront leur participation à l'exposition de Zurich.

C'est dans cette idée que nous recommandons la création d'un bureau de renseignements bien que l'hôtel modèle nous intéresse naturellement au premier chef.

## Les hôtes suisses décommandent leurs chambres

Les hôteliers de nos stations d'hiver et de nos centres sportifs se plaignent constamment que les hôtes décommandent souvent leurs chambres. Ce sont surtout les Suisses qui, dans ce domaine important, montrent une nonchalance et une indifférence record. Certains de nos compatriotes constituent, il est vrai, une louable exception à cette règle en se réservant le droit d'annuler leur arrangement en cas de conditions météorologiques défavorables. De manière générale, nos concitoyens marquent une rare indolence pour les intérêts de notre hôtellerie. Ils commandent leurs chambres bien avant le début de la saison afin de s'assurer, un bon accueil. Lorsqu'à l'approche des fêtes de Noël et du Nouvel An, les conditions météorologiques ne leur conviennent pas, ils désistent tout simplement l'arrangement conclu avec l'hôtelier, un ou deux jours avant la date fixée, sans songer un instant au tort qu'ils causent ainsi. Bien souvent, ils ne tiennent pas même compte du temps qu'il fait. Quand la neige permet de pratiquer les sports d'hiver dans toute la Suisse, cette clientèle se rend dans les stations de la plaine, plus rapprochées et meilleur marché, et lorsque la neige fait défaut, ces gens restent chez eux durant la saison d'hiver.

Il est clair qu'en agissant de cette façon, beaucoup d'hôtes causent un tort considérable à nos hôteliers et les gênent énormément dans la disposition de leurs chambres, ce qui occasionne des dommages importants. Personne ne pourra donc s'étonner que nos tenanciers donnent souvent la préférence aux étrangers, car ces derniers sont en général beaucoup plus stables; ils tiennent leurs engagements, ils ont donc droit à plus d'égards. Nous tenons à attirer encore une fois l'attention de nos concitoyens sur cette question et les invitons à respecter davantage, à l'avenir, les usages internationaux même dans leurs rapports avec l'hôtellerie suisse, comme ils

en ont d'ailleurs l'habitude lors d'un séjour à l'étranger.

Ce qui est juste pour l'un doit aussi l'être pour l'autre. Nos compatriotes devraient avoir les mêmes égards pour nos hôteliers que ceux qu'ils témoignent tout naturellement à nos concurrents étrangers. Afin de faire mieux ressortir les inconvénients que ces dédites peuvent présenter, nous extrayons le passage suivant d'un rapport du contrôleur des prix de la S.S.H. pour l'Oberland bernois:

«A ce sujet, je tiens à relever un cas typique qui m'a été cité par un hôtelier de X, lequel n'est probablement pas unique. Le 1er décembre, l'établissement en question était déjà complet pour Noël. Dès les premières chutes de neige du mois de décembre, l'hôtelier reçut, à son grand dam, presque tous les jours des dédites d'hôtes suisses. A l'approche de Noël, il en avait 32 en mains. Son établissement disposant de 60 lits, sa maison restait ainsi à moitié vide. Cette façon d'agir occasionne de graves ennuis à nos hôteliers et leur nuit considérablement.»

## Nouvelles financières

Société du Grand-Hôtel Les Avants-Montreux

qui a vendu son principal actif, assainit définitivement son bilan; après avoir versé aux actions privilégiées 14 fr. par action et une obligation de 60 fr., 3 1/2% à 10 ans, premier rang de la Sté Immobilière Folly, nouveau propriétaire de l'établissement (école), elle fixe son capital à 207.444 fr., dont 5200 privilégiées de 30 fr. et 51.444 ordinaires de 1 fr.



**WHITE HORSE WHISKY**

AGENCE GÉNÉRALE POUR LA SUISSE: BERGER & Co. LANGNAU (BERNE)

**Alles zum Waschen und Reinigen liefert prompt & billig**

**\*ESWA\***

Einkaufs-Centrale für schweizerische Wäscherei-Betriebe

**- Zürich -**

Dreikönigsstrasse 10, Telefon 32.808  
Gegründet 1912

**ENKA**

für blendend weisse Tisch- u. Bettwäsche

**Seifenflocken**

sehr ausgiebig und stark schäumend

**Fleckenreinigungsmittel**

gegen Fett- und Ölflecken, Rostflecken, Tintenflecken etc.

Schmierseifen, Putzseifen, Fensterputzlappen, Scheuertücher, Putzpapier etc.

Prompte Bedienung bei direkter Bestellung!

**F. Bertschi**  
Käse-Röster  
Wandrot., Basel  
Tel. 44.383

offiziert

**Grand-Hotel-Mischung**  
kg à Fr. 3.50

**Hotel-Mischung**  
kg à Fr. 3.—

**Frühstück-Mischung**  
kg à Fr. 2.40

Franko per Post bei 5 kg.  
Lieferant erster Hotels.  
Verlangen Sie Muster oder Proben sendung.

**Cuenod**

Handlich wie mit Gasbetrieb, aber bedeutend wirtschaftlicher.  
Leicht einstellbar.  
Kleinster Platzbedarf.  
Höchste Sauberkeit.

**Der neue KOCHHERD-OELBRENNER für: HOTELS und RESTAURANTS**

**H. CUENOD-WERKE A.-G. Châteline, GENÈVE, Löwenstr. 3, ZÜRICH**

**Sorge**

in der Zeit, so... bist Du gerüstet, wenn die Fremden einkehren und sich die Küche auf Hochbetrieb einstellt!

Ihr Chef wird Ihnen dankbar sein, wenn Sie ihm nur die besten Hilfsmittel in die Küche geben. Auch Ihre Gäste werden dies zu schätzen wissen. Das ist für den Hotelier das Wichtigste!

Bei Verwendung der anerkannt vorzüglichen

**Tex Ton - Produkte**

gehen Sie sicher, denn in Qualität und Geschmack sind sie unübertroffen und mit den Preisen werden Sie bestimmt zufrieden sein!

T.T. - Suppen, Bouillon-Produkte, Speise-Würze, Trockensulze, Küchengewürz-Mischung etc.

Verlangen Sie bemusterte Offerte.

**Haco-Gesellschaft A.G., Gümüli-Genève**

**CHAMPAGNES VINS - LIQUEURS**

toutes les grandes marques

Prix avantageux

**RENAUD FRERES BALE**

**LOCATION**

**RESTAURANT-TEA-ROOM**

**PATINOIRE et PISCINE de MONTCHOISI LAUSANNE**

La S.A. Fermière de la Patinoire et de la Piscine de Montchoisi est en soumission la location du Restaurant-Tea-Room et annexes. Pour conditions, visite des lieux, soumission, écrire à la S.A. Fermière p. a. Fiorimont 18, Lausanne, téléphone 33.781.

**A remettre**

dans chef-lieu de district du canton de Vaud, sur important passage touristique:

**Hôtel-restaurant-Brasserie**

confort moderne

Chiffre d'affaires intéressant prouvés.

Nécessaire Fr. 55.000.— comptant.

Ecrire offres sous chiffre C 27388 L à Publicitas, Lausanne

**Hotel-Sekretärkurse**

Spezialausbildung in allen für den modernen Hotel- und Restaurantbetrieb notwendigen kaufmännischen und betriebswirtschaftlichen Fächern, einschliesslich alle Fremdsprachen und höheren Disziplinen. Sonderlehrgänge für den Réceptions-, Dolmetscher-, Traducteur- und Reisebegleiterdienst. Kurse von kürzerer und längerer Dauer. Diplom. Stellenvermittlung. Jeden Monat Neuaufnahmen. Man verlange Auskunfts und Prospekt von **Gademanns Fachschule, Zürich, Gessnerallee 32.**

Für die Sommersaison wird tüchtiger

**Chef de réception-Direktions-Stellvertreter**

in grösseres Hotel gesucht.

Es wird nur auf Bewerber mit gründlichen Fach- und Sprachkenntnissen reflektiert. Offerten mit Zeugniskopien und Bild, Angabe von Referenzen, Alter und Gehaltsansprüche unter Chiffre E.D. 2323 an die Hotel-Serve, Basel G.

Sympathisches, gebildetes, sehr geschäftstüchtiges Fräulein, 29 Jahre alt, in geordneten Verhältnissen, wünscht ernste

**BEKANNTSCHAFT ZWISCHEN HEIRAT**

mit Hotel-Direktor oder -Besitzer in gesicherter Stellung. Zuschriften möglichst mit Bild sind vertrauensvoll erbeten unter Chiffre D. M. 2314 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2. (Anonymes und Agenten verboten).

**Musik**

für Konzert und Tanz, in jeder Besetzung, vermittelt Ihnen die Stellungsvermittlung des Schweiz. Musikerverband, Zürich, Hedwigstrasse 10, Telefon 27.632.

**Die Wiederholung**

vervielfacht die Wirkung der Inserate!

**ENGLAND**

**ECOLE INTERNATIONALE, HERNE BAY**

Englische Sprache und Handelskorrespondenz erlernen Sie in kürzester Zeit durch Einzelunterricht. Komfortables Heim, Zimmer mit fliessendem Wasser, diverse Sports, Schmalmaterial, alles im Preise von £ 9.— monatlich gebühren. Für weitere Auskunft wende man sich an H. Dufhaler, Pension Ellis, Bern, oder direkt an A. H. Outler, Principal.

**Gesucht für Hotel-Landgasthof**

für sofort, gewandte

**Serviertochter**

ca. 23-28 Jahre, franz. erforderl., fr. 1. Aug. selbständige

**Köchin**

in Jahresstelle. Offerten mit Gehaltsansprüchen, Zeugnissen schriftlich sowie Bild erbeten unter Chiffre S. T. 2315 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.









# Treppenläufer

**Bouclé  
Cocos  
Tournay**

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

Vorteilhafte Preise.

TEPPICHHAUS

**W. Geelhaar**  
Bern A. G.  
GEGR. 1869  
Thunstrasse 7 · Helvetiaplatz · Thunstrasse 7  
Telephon 21.058



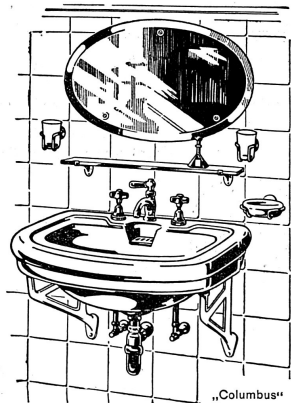
**KÜCHEN  
ARTIKEL  
MASCHINEN**

**Christen & Co.**  
BERN 28 MARKTGASSE 28

## 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



## Votre hôtel sera toujours au complet

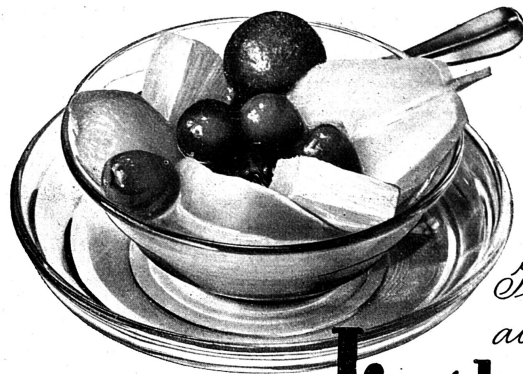
si les lavabos avec eau courante et tem-  
pérée sont installés dans toutes vos chambres

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

# CHIANTI RUFFINO



Die führende  
Weltmarke  
Vertretung:  
**Henry Huber & Co.**  
Weinhandlung  
**ZÜRICH**  
SIHLQUAI 107  
TELEPHON 32500



Jeder Gast freut sich  
auf den guten

# Lenzburger Dessert!

Unsere

## Einnahmen- und Ausgabenbücher

(Rekapitulation)

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

**KOCH & UTINGER, CHUR**

Inserate lesen erwirkt  
vorteilhaftern Einkauf!

## Pat. Schleppseil- bahnen für Skisport

Grosse Leistungsfähigkeit und Betriebsicherheit, kombinierte Beförderung durch Schieppen und Sitzgelegenheit. Anpassungsfähig an jedes Gelände. Niedrige Anschaffungs- und Betriebskosten durch Wenigfall der Seilstützen. Verlangen Sie unverbindlichen Kostenvorschlag. A. Wulschleger, Transportanlagen, Olten.

## Wegen Nichtgebrauch zu verkaufen

## Mineralwasser- maschine

„Reginaria“ samt Syphonapparat, Flaschen und Zubehör. Offerten unter Chiffre R. E. 2318 an die Hotel-Revue, Basel 2.

## Maroc-Casablanca

Bar, café, restaurant, à remettre après fortune. Belle situation. Berger, géant, Gd. Pont 10, Lausanne.

## A VENDRE:

**A Lausanne: hôtel 2me rang**  
55 chambres, avec immeuble local, nécessaire pour traiter fr. 270.000.—

**Entre Lausanne et Genève:**  
Localité importante, hôtel-buget de gare. Nécess. pour traiter fr. 60.000.—

**Locarno: très bon hôtel 2me rang**  
30 lits, nécessaire pour traiter fr. 40.000.—

**Lugano:**  
hôtel de 34 lits plus une maison locative, nécessaire pour traiter fr. 100.000.—  
Gérance BURNIER, Lausanne, 5 rue de Bourg.

## Gartenmöbel

Patentierte, schachtelbare  
feuerverzinkt  
zweckmäßig  
preiswert

**O. von Arx-Meyer**  
OLTEN  
Rötzmatt 30 Tel. 25.39

## Empfehlenswerte Crème - Pulver

in Vanille, Haselnuss, Praliné, Chocolat, Mandeln etc. Zum Herstellen von Crèmes, Glaces, Puddings, Bavarois, Russischer Charlotte etc. — Bitte verlangen Sie Preis-Offerte. Rezept-Büchlein bei jeder Bestellung.

Wilh. Zimmermann, Chef-Pâtis-  
sier, Hardturmstr. 284, Zürich 5,  
Telephon 57.868.

## HOTEL

on cherche à acheter  
ou reprendre,  
avec bonne clientèle. 30 à 60  
chambres. Ecrire offres détaillées sous chiffre P 1218 L à  
Publicitas, Lausanne.

## Vente d'immeubles

2me enchère

Le jeudi 16 juin 1938, à 15 heures, en Maison de Ville, Les Planches-Montreux, l'Office soussigné procédera à la vente aux enchères publiques (2me enchère), des immeubles appartenant à WEBER Elisabeth, fille de Georges Kuratli, veuve de Walter-Frédéric, à savoir:

Commune du Châtellard  
**Hôtel Mont-Brilliant, à Baugy s. Clarens**  
soit bâtiments, prés, vignes aux lieux dits: En la Sorretta, En Avois, En Beguère et En la Minjarde, d'une superficie totale de 41 ares 76 ca. Hôtel de 40 lits. Estimation officielle, sans le mobilier, fr. 165.850.—. Taxe de l'office, y compris le mobilier fr. 100.000.—. Les conditions de vente et l'état des charges pourront être consultés dès le 1er juin 1938.  
Montreux, le 29 avril 1938.  
Office des poursuites: J. Marguet, préposé.

## Zu verkaufen

aus Gesundheitsrücksichten ein gutgehend., bestbekanntes

## Kleinhotel-Restaurant

in guter Industrie- und Seegegend, an Hauptstrasse mit prächtiger Terrasse und Seeaussicht. Sehr passend für Küchenchef. Auskunft erteilt: A. Edwin Gautschi, Notar, Reinach (Aargau).

# ESKIMO Gross-Küchen



Herde, Pâtisserieöfen  
Kochkessel, Anrichten

Für Gas, Kohle, Dampf und Heiss-  
wasser, bewährte Bauarten

**Affolter, Christen & Co., A.-G.**  
Basel



**OTTO RUFF / ZÜRICH**  
WURST- UND CONSERVEN-FABRIK

## Vorteilhaft für jeden Betrieb sind unsere PRIMA SEIFEN

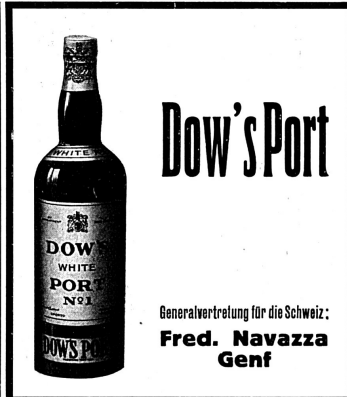
Spezialseifen, Wasch-, Flecken-, Desinfektions- und Putzmittel, in garantiert prima Qualität. Man verlange Offerten

**Keller & Cie., Chem. Seifenfabrik**  
Stalden, Konolfingen  
Erste Auszeichnungen und Referenzen

## HOTELFAHREN

In jeder Ausführung und Grösse,  
solidfarbig, fabriziert und liefert

Hch. Stüssi-Heftli, Mollis (Glarus)



Mangels pass. Verbindungen sucht auf diesem  
Wege sympathische, fachkundige, strebsame u.  
vermögl. Witwe, Mitte der 50er Jahre

## Bekanntschaft zwecks Neigungsehe

mit sympathischem, gutsituiertem, tüchtigem Restaurateur oder Kü-  
chenchef, geflügelte Erscheinung nicht über 50 Jahre. Aufrichtige,  
vertrauensvolle Offerten unter Chiffre B. H. 2317 an die Hotel-  
Revue, Basel 2. Berufsvermittler zwecklos. Diskret. selbstverständlich.



# Knorr Basler-Suppe

Basler-Suppe ist neu, Basler-Suppe ist  
gut. Drum keinen einzigen Tag verlieren,  
Basler-Suppe noch heute probieren.  
Basler-Suppe von Knorr...

Herrlich mundet die Basler-Suppe zu jedem  
Essen, oder als Ratsch-Suppe nach Festen  
und Anlässen. Rasch zubereitet und billig!

**NEU**