

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 49 (1940)
Heft: 8

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: 06.02.2025

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

SCHWEIZER HOTEL-REVUE

Nº 8

Basel, 22. Februar 1940

FACHORGAN FÜR DIE HOTELLERIE UND DEN FREMDENVERKEHR

Nº 8

Bâle, 22 février 1940

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 Tage von 30 Cts. zu entrichten.

Eigentum des Schweizer Hotelier-Vereins



Propriété de la Société Suisse des Hôteliers

Erscheint jeden Donnerstag

Neunundvierzigster Jahrgang Quarante-neuvième année

Paraît tous les jeudis

ANNONCES: La ligne de 6 points ou ses espaces 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'ÉTRANGER abonnement direct: 1 an, 15 fr.; 6 mois, 8 fr.; 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. 112, Basel Verantwortlich für Redaktion und Herausgabe: Dr. Max Riesen

TELEPHON No. 27934

Rédaction et Administration: Gartenstrasse No. 112, Bâle Druck von Emil Birkhäuser & Cie., A.G., Basel

Compte de chèques postaux No. V 85

Werbung um den Schweizer Gast

Wir müssen uns damit abfinden, einer Kriegs-Sommersaison entgegenzugehen, von der vom Auslande her noch weniger zu erwarten ist als in diesem Winter. Trotzdem muss die Wirtschaft weitergehen. Es wäre Selbstvernichtung, der düsteren Aussichten wegen bedauernd und klagend die Hände in den Schoß zu legen und auf den allgemeinen wirtschaftlichen Untergang zu warten, weil er ja doch nicht aufzuhalten sei. Nein! Es gilt nicht nur die militärischen Kräfte mobil zu machen, sondern auch die wirtschaftlichen.

In normalen Zeiten ist es leicht, die Wirtschaft in Gang zu halten. Die Hochkonjunktur zwingt uns mitzugehen. In so schwierigen Verhältnissen, wie wir sie heute durchleben, müssen wir die Lage meistern. Gerade in bösen Zeiten besiegen wir die Verhältnisse nur dann, wenn wir uns auf unsere eigenen innern Kräfte besinnen und verlassen. Die Leistungen, die man heute von uns verlangt, können nicht mit den Methoden von gestern erfüllt werden. Auf allen Gebieten lässt sich stets von neuem feststellen, dass der, der sucht und kämpft, immer wieder neue Wege und Möglichkeiten erschliessen wird. Heute braucht es Leute mit Initiative, Leute, die sich umstellen und Veraltetes über Bord werfen können; Leute, die planmässig arbeiten und vor keinem Hindernis zurückschrecken.

Der Fortbestand der schweizerischen Hotellerie hängt davon ab, ob es gelingt, Schweizer an Stelle der ausbleibenden Ausländer als Feriengäste zu gewinnen. Darum wollen wir uns mit der wichtigen Frage, wie wir den Erfolg um den Schweizer Gast, befassen.

Wohl ist es nicht möglich, fixfertige Rezepte auszugeben. Dazu ist der Raum eines Zeitungsartikels zu eng und die örtlichen und betrieblichen Verhältnisse zu verschieden. Es kann sich hier also nur um generelle Anregungen handeln, von denen einige neu und die andern in vereinzelt Fällen bereits mit Erfolg durchgeführt wurden. Es soll hier ausschliesslich von der Gästewerbung in unserem Lande gesprochen werden.

Vor allem möchten wir dem guten Werbefrieden den Vorrang geben. Zuerst denken wir aller ehemaligen Gäste. Dabei kann dem Einwand: Nun sind wir Schweizer für eure Hotels wieder gut genug, entgegengehalten werden: Sie können sich jetzt ganz besonders in guter Schweizer Gesellschaft heimisch fühlen. Die schweizerische Gastlichkeit darf aber nicht nur im Werbefrieden zu spüren sein. Das Hotel muss sich ganz auf schweizerische Eigenart und Gepflogenheit ein- respektive umstellen. Dies geht auch die Hoteliere an. Wie oft hört man Leute nach einem Ferienaufenthalt sagen: Es war sehr gut dort, und doch waren wir froh, nach drei Wochen heimzufahren, wo wir unser gewohntes Essen haben. Man darf die sich gestellten Aufgaben nicht nur vom eigenen engen Berufsstandpunkte aus anpacken, sondern muss ein Problem als Ganzes erfassen, die Gesamtlage überblicken und an alle fernliegenden Zusammenhänge denken. Das Erforschen der Bedürfnisse und Wünsche der Gäste ist weit wichtiger als eine teure Reklame. Die Hotelwerbung richtet sich an Menschen, um ihnen ganz persönliche Dinge anzubieten!

Weiter regen wir an, den pensionierten Beamten, aber auch den Kaufleuten, besonders günstige Monats-Abkommen zu offerieren. In dem Werbefrieden müsste gesagt

werden, dass der Preis (Bahnfahrt, Kurtaxen, Trinkgelder inbegriffen) fest und im voraus zu bezahlen ist.

Hoteliers, die ihren Betrieb nicht öffnen, könnten die Adressen ihrer Schweizer Gäste den andern Ortskollegen geben. Da viele Wintergäste auch im Sommer in die Ferien gehen, könnten Hotels, die im Sommer geschlossen sind, ihre Gästeadressen ebenfalls für die Sommerwerbung ausleihen. Kleine Photos, die vom Treiben im Hotel und von der Umgebung erzählen, werden dem Werbefrieden beigelegt. Sie sagen mehr als die meisten Prospekte und sind auch billiger. Die Prospekte und Inserate geben überhaupt zu wenig wahre Stimmung (sie scheinen alle nach einem feststehenden Einheitsmuster geschaffen zu sein), und darauf kommt es an.

Badehotels bearbeiten Leute aus bestimmten Berufen in gesetztem Alter, die zu den vom betreffenden Badeort behandelten Krankheiten neigen. Hotels, die man nur mit einer teuren Bahnkarte erreicht, wählen ihre Adressen unter den Bahnbeamten aus, die billig oder unentgeltlich fahren. Abgelegene Kurorte, die dem Autovekehr verschlossen sind, werben um ältere Leute. Der Brief betont die Ruhe und Beschaulichkeit, schildert den Reiz der Fahrt und hebt das einfache, zuträgliche und gepflegte Essen hervor. Ausflugsstätten schreiben an Schul-, Vereins- und Stationsvorstände, an Lehrer und Autocarunternehmer. Dabei sind ausführliche und genaue Menu- und Preisvorschläge nötig (billigste und interessanteste Fahrt oder Tour). Aus eigener Erfahrung weiss ich, dass man besonders den Lehrern nicht ausführlich genug berichten kann. Begrifflich, haben sie doch meist die ganze Verantwortung über Gelingen oder Misslingen des Ausfluges zu tragen. Zwischen der Ankunft und Mahlzeit hält man eine herzliche Ansprache. Damit ist der Kontakt mit den Tagesgästen hergestellt. Eine solche kurze Rede muss vor allem das Wohl des Gastes in den Vordergrund stellen. Bei Vereinen sorgt man dafür, dass nach dem Essen Gelegenheit zum Tanzen gegeben ist. Für Schulen werden Spiele veranstaltet, um die Lehrer für eine kurze Zeit zu entlasten und die Kinder zu Freunden zu machen. Kinder sind die besten Werbeträger! Eine Ausflugsstätte kann auch regelmässig am Donnerstag Sonntagsmenüs mit Preisangaben an Automobilisten im engern Umkreis schicken. Auch durch Veranstalten von Kinderfesten kann man sich gute Freunde schaffen. Ist ein Betrieb für Hochzeiten eingerichtet, dann bearbeitet er Adressen von Familien guter Kaufkraftklassen mit Söhnen im Alter von 25—30 Jahren und Töchtern von 20—26. Familienhotels, wobei ein Kinderzimmer, eine Kindergärtnerin und ein grosser Spiel- und Sportplatz die mindesten Voraussetzungen sind, wenden sich an bessergestellte Familien mit Kindern.

Sowohl Gäste als Vereine und Schulen müssen mit einer bestimmten Gegend vor der Reise völlig vertraut gemacht werden. Heute gilt es mehr denn je, dafür zu sorgen, dass man rechtzeitig und immer wieder von uns hört, damit wir nicht vergessen werden. Darum nützt man jede Gelegenheit, sich die Freundschaft der alten Gäste zu erhalten: Geburtstagswünsche, Gratulationen zu Beförderungen, Jubiläen, Weihnachten, Neujahr, Ostern usw. In solchen Briefen tritt das Geschäft ganz in den Hintergrund.

Das Entwerfen eines Werbefriedes scheint auf den ersten Blick eine einfache Sache zu sein. Dass dem nicht so ist, beweisen die vielen schlechten Werbefriedetexte, die beim Empfänger natürlich eine gegenteilige Wirkung erzielen. Es gibt Werbefriede, die an einem einzigen Werbefried tagelang arbeiten. Ein guter Werbefried kann auch nicht zu jeder Zeit entworfen werden. Es braucht dazu eine produktive Stimmung. Worte, die wir mit dem Schwung der Begeisterung schreiben, wecken diese Begeisterung auch im Leser. Wer sich in die Wunschträume des Lesers hineinräumen kann, wer die Akkorde und Motive dieser Wunschträume beherrscht, der findet bestimmt die Wege zum Herzen seiner Leser. Was von Herzen kommt, geht zu Herzen. Zu seinem eigenen Vorteile lässt sich jeder gerne beeinflussen!

Wenn wir nicht selbst fähig sind, einen Werbefried zu schreiben, dann übergeben wir diese Arbeit dem, der es kann. Die Auslagen dafür sind weit kleiner als der Ärger und Schaden, den wir uns durch den Versand schlechter Werbefriede zufügen. Zirkulare sind keine Werbefriede, sondern Drucksachen, die meist ungelesen in die Versenkung des Papierkorbes wandern.

Der persönliche Besuch ist die beste Werbung. weit besser als alle andern Werbemittel zusammen. Allgemein wird diese Werbeart für die Hotellerie kaum durchführbar sein, aber in ganz bestimmten Fällen werden vereinzelte Hotels — vorab Heilbäder — diesen Weg einschlagen können und damit Erfolg haben. Der Besuch muss angezeigt werden: schriftlich oder telephonisch. Das Gespräch, das anlässlich der Gästebesuche gehalten werden soll, muss gründlich vorgedacht worden sein. Auch hier hängt der Erfolg von der eingehenden Vorbereitung ab. Dabei müssen wir uns in die Sache des andern hineinfinden, empfinden, um ihm aus der Seele sprechen zu können. Wer nur stets von seinem eigenen engen Berufsstandpunkte aus denkt, spricht und handelt, dem gelingt es nicht, mit Menschen ständig in Verbindung zu bleiben. Je sicherer wir die Vorzüge unseres Hauses und der damit verbundenen Dienstleistung begründen können, je ruhiger und überzeugender wir die Begründung vorbringen, um so wirksamer ist sie. Um den Gast für uns zu gewinnen, müssen wir indirekt werben. Das Hotel, seine Einrichtung, die gastliche Atmosphäre, der Dienst am Gast, die Küche, Umgebung, Ausflugs-, Sport- und Vergnügungsmöglichkeiten müssen derart „sprudeln“ und begeisternd geschildert werden, dass der Zuhörer unwillkürlich alles miterlebt. Nur so bringen wir unsern Freund zum Mitgehen, zur Begeisterung und schliesslich zum Entschluss. Selbstverständlich darf nur das Versprochen werden, was auch gehalten werden kann. Für solche Besuche ist es ausserordentlich wertvoll, die persönlichen Verhältnisse des andern zu kennen oder sie in Erfahrung zu bringen. Jeder Mensch hat irgendeine Liebhaberei, sein Steckenpferd. Sprechen wir von dem, was den andern interessiert, dann wird er sich auch für uns interessieren. Den Gast geht es nichts an, worunter ich persönlich leide und welche persönlichen wirtschaftlichen Schwierigkeiten ich zu überwinden habe.

Für die Vorbereitung und Auswirkung jeder Reklame braucht es Zeit. Für die persönliche Werbung erst recht! Wer glaubt, mit einem einzigen, kurz vor Saisonbeginn verschickten und in aller Eile entworfenen Werbefried Erfolg zu haben, der wird bald das Gegenteil erfahren. So einfach ist es nicht!

S. Lötcher-von Büren

Inhaltsverzeichnis:

Seite 2: Amerikas Hotelwoche — Aus dem Leserkreis — Kleine Chronik. Seite 3: Kriegswirtschaftliche Massnahmen — Saisonchronik. Seite 4: Aus den Sektionen — Paho — Personalrubrik — Totentafel.

Umschau

Die Kantonsgebühren für Aufenthaltsbewilligung von Gästen

An dieser Stelle wurde schon wiederholt auf die Kurzsichtigkeit kantonaler Instanzen hingewiesen, von den Auslandsfremden, die ausschliesslich für einen Aufenthalt in Hotels, Sanatorien oder Bädern nach der Schweiz kommen, eine möglichst hohe Kontrollgebühr zu erheben. Die Gebühr verhängt nicht nur, sondern verteuert den Aufenthalt, was umso sorgfältiger vermieden werden sollte, als der Auslandsplast mit Nebenauslagen in Form von Pass- oder Visumgebühren und anderen staatlichen Spornen aller Art schon reichlich genug bedacht ist, bevor er überhaupt zu uns kommen kann. In seinen Weisungen hat das eidg. Justiz- und Polizeidepartement den Ansatz von fünf Franken als obere Grenze für die kantonale Aufenthaltsgebühr erwähnt, was trotzdem die Mehrzahl der Kantonsbehörden dazu veranlasste, die Abgabe auf diesen Maximalsatz festzulegen, gerade als ob es gälte, den Fremden möglichst fern zu halten, anstatt anzuziehen. Der Kanton Bern ist dann, auf Eingaben aus Fremdenverkehrsreisen hin, mit dem guten Beispiel vorangegangen und reduzierte die Staatsgebühr auf einen Franken bei einem Aufenthalt bis zu einem Monat. Für zwei Monate beträgt sie zwei Franken und bis zu drei Monaten sind drei Franken zu entrichten. Dazu käme noch eine Gemeindegebühr von je einem Franken, auf welche die Gemeindebehörden gemäss ihrem freien Ermessen aber auch verzichten können. Mit diesem Entgegenkommen dokumentiert die Berner Regierung, dass es ihr tatsächlich nicht darum zu tun ist, mit den Kontrollmassnahmen ein Geschäft zu machen. Der zu entrichtende Obolus soll nur die den Behörden entstehenden unmittelbaren Kosten decken, was ja auch das Charakteristikum der Gebühr ist. Leider hat bei Kantonen und Gemeinden allzusehr die Praxis eingegrissen, die Gebühr als willkommene Gelegenheit zu einem besonderen Nebenverdienst zu missbrauchen und sie auf diese Weise zu einer versteckten Steuer umzubiegen. Auf dem Gebiete des Fremdenverkehrswesens ist eine solche Gebührenhandhabung aber allen Beteiligten, also auch dem Fiskus abträglich. Der Gast, der sich an einem Orte wohlfühlt und möglichst lange verweilt, bringt der dortigen Wirtschaft und damit dem Staate wesentlich mehr ein, als der Besucher, der abgeschreckt durch behördliche Inkommmodierungen aller Art möglichst bald wieder abreist oder aus Verärgerung nie mehr wiederkehrt.

Die wenigen Ausländer, die als Gäste während der Kriegszeit nach uns ins Ausland kommen, sind dem Braten sowieso nicht fett. Dagegen bedeutet jeder Zusschuss an fremden Devisen eine wertvolle Entlastung der neuerdings sehr passiv gewordenen Aussenhandelsbilanz. Das Berner Beispiel verdient daher Beachtung und Nachahmung, denn wie in vielen anderen Fällen, gilt auch hier, dass Weniger Mehr wäre!

Autoreisen noch teurer!

Erst kürzlich machten wieder offensichtlich offiziell inspierte Meldungen über den befriedigenden Stand unserer Einfuhr auf allen Gebieten der lebens- und betriebswichtigen Roh- und Hilfsstoffe die Runde. Man dürfte daher auch annehmen, dass die Benzinversorgung ebenfalls zu keiner besonderen Besorgnis oder unerwarteten Massnahmen Anlass geben werde. Da platzt nun von einem Tag auf den anderen eine weitere Erhöhung des Säulenpreises um 5 Rp. auf 55 Rp. in die scheinbar friedliche Ruhe auf dem Benzinmarkt. Diese weitere Verteuerung des Automobilbetriebes wird bedauerlicherweise auch ihre Auswirkung auf den beschiedenen Rest von inner-schweizerischem Autotourismus haben, der seit der Rationierung und der Requisition noch geblieben ist. Das Autofahren wird allgemach so kostspielig, dass sich auch die Fahrzeughalter, denen das Benzin dem Quantum nach noch zu einer Sonntagsfahrt reichen würde, immer mehr auf die ausschliesslichen Geschäftsfahrten beschränken werden. Die Folge davon wird die, dass der automobilstische Ausflugs- und Sportverkehr bald ganz aufhört und das auf ihn angewiesene Gastgewerbe einer noch schlimmeren Zeit entgegengeht, als es bereits hinter sich hat.

Man müsste sich in fatalistischer Ergebenheit in das Unvermeidliche fügen, wenn diese neuerliche Preiserhöhung ausschliesslich auf ein ent-

REVUE SUISSE DES HOTELS

Bâle, 22 février 1940

N° 8

ORGANE PROFESSIONNEL POUR L'HOTELLERIE ET LE TOURISME

Bâle, 22 février 1940

N° 8

L'impôt sur le chiffre d'affaires — une question vitale pour l'hôtellerie

Une majorité déterminante du peuple suisse s'approprie à approuver la volonté du Conseil fédéral de rétablir l'équilibre des finances de la Confédération en prenant de nouvelles mesures fiscales, mesures qui permettraient aussi un amortissement méthodique des dettes extraordinaires résultant de la mobilisation et de notre défense nationale. Mais pour cela, il faut que les contribuables se rendent bien compte que ce but ne sera atteint que si l'ensemble de la population y contribue selon la capacité financière de chacun et en faisant un réel sacrifice. Il ne suffit pas de se contenter de verser une obole. Si, grâce à un heureux destin et à la capacité défensive de notre armée, notre pays sort indemne de cette seconde guerre mondiale, nous ne devons rien négliger pour lui assurer des bases financières qui lui permettront de continuer à vivre. Que nous servirait-il de conserver notre indépendance si, pour nous, le résultat de cette guerre devait être la faillite du pays. Car il n'y a aucun doute sur ce point, si les dépenses occasionnées par la mobilisation et la défense nationale continuent à s'accroître à ce rythme, sans que la Confédération ne voie en même temps de nouvelles sources de revenus, il en résultera une augmentation considérable de la monnaie en circulation, ce qui aura à son tour pour conséquence une augmentation des prix qui nous conduira directement à l'inflation. Le danger d'une augmentation générale des prix et d'une inflation ne pourra être évité et notre franc ne pourra être maintenu que grâce à l'effort commun et solidaire du peuple suisse tout entier.

L'absolue nécessité de nouveaux impôts est particulièrement pénible pour l'hôtellerie qui, avant la guerre déjà, passait par une crise économique très grave. Chaque augmentation des charges se traduit par un affaiblissement du chiffre d'affaires d'un effet durable. Les excédents de recettes qui, aujourd'hui déjà, sont insuffisants diminueront encore de façon catastrophique et, pour certaines entreprises l'équilibre financier qu'on essayait d'obtenir au prix de longues et pénibles efforts se faisant le sacrifice, dans de nombreux cas, du capital même, sera gravement compromis. Mais, malgré tout, l'hôtellerie ne veut pas chercher à éviter d'apporter sa contribution au maintien de la situation financière de la Suisse. Elle veut participer au sacrifice que fait chacun en faveur de la défense nationale et elle acceptera l'impôt même si, pour de nombreux hôteliers, la façon dont ils le supporteront et la façon dont il obéira le compte d'exploitation reste encore une énigme.

Ce qui constituerait justement un danger pour certaines exploitations et d'ailleurs pour toute l'industrie hôtelière, ce serait l'introduction de l'impôt sur le chiffre d'affaires relatif aux marchandises. Comme nous l'avons déjà signalé dans des considérations de principe (voir la Revue Suisse des Hôtels No. 2) et, comme le confirme le message du Conseil fédéral relatif au nouveau programme financier de la Confédération du 19 janvier 1940, l'impôt sur le chiffre d'affaires agit comme un impôt de consommation indirect qui sera supporté par le consommateur. La charge fiscale constituée par l'impôt sur le chiffre d'affaires relatif aux marchandises doit, comme les autres facteurs constituant les frais généraux (élévation des prix sur le marché mondial, augmentation des frais de transport et d'assurance), être compris dans les calculs faits par les fournisseurs pour établir leurs prix de vente et c'est donc le consommateur qui le supportera. Mais, à notre époque de renchérissement, cette façon de faire n'est plus possible dans certains cas.

Depuis un certain nombre d'années déjà, les conditions de l'hôtellerie sont telles qu'il paraît absolument exclu de faire supporter le poids d'un tel impôt à nos hôtels. La demande est si faible par rapport à l'offre que, cet hiver par exemple, l'hôtellerie n'aurait même pas pu songer à tenir compte dans ses prix du renchérissement moyen de 10 pour cent qui a pourtant été constaté pour les diverses marchandises utilisées dans l'hôtellerie. L'hôtelier doit même au contraire se défendre avec acharnement contre les demandes répétées de réduction des prix. Nombreuses sont les maisons qui ont beaucoup de peine à s'en tenir aux prix minima, car les clients croient pouvoir profiter de la situation et pensent que l'hôtelier leur fera toutes les concessions qu'ils désirent. Si cette augmentation des prix continue, une certaine adaptation des prix pratiqués par l'hôtellerie ne pourra pas être évitée, mais on court le risque de voir le nombre des demandes qui est déjà très faible diminuer encore. Comme, depuis longtemps déjà, l'excédent de recettes ne permet plus de payer les intérêts complètes des capitaux empruntés, ni de verser un intérêt quelconque aux capitaux propres, ni de faire les amortissements et de procéder à l'entretien ou à la modernisation des immeubles, on ne peut plus charger un compte sans qu'il y ait des recettes correspondantes.

A cela vient s'ajouter une question qui est de toute importance au point de vue du maintien du tourisme, c'est la question de la capacité de concurrence de notre hôtellerie sur le plan international. Il ne faut pas oublier que, sur ce plan, la lutte (ce qu'on a appelé la « course aux clients ») sera rude après la guerre. A ce point de vue-là, on peut fort bien assimiler l'hôtellerie à nos industries d'exportation, la concurrence se fera sentir de même façon et cela peut avoir des répercussions graves sur notre balance commerciale. Dans tous les systèmes d'impôts, où les marchandises sont soumises à un impôt sur le chiffre d'affaires, les industries qui produisent des biens exotériques pour ne pas gêner les ventes sur les marchés étrangers par une augmentation des prix de revient et des frais généraux. Ce traitement exceptionnel est d'autant plus nécessaire

que les industries d'exportation sont déjà touchées indirectement par cet impôt et que leurs prix de revient en sont augmentés.

Au cours des précédentes discussions qui sont intervenues à ce sujet, en Suisse aussi on a estimé qu'il fallait faire une exception pour cette catégorie d'industries. On a même été plus loin, puisque, en 1936, cet impôt devait fournir les moyens de développer l'exportation de nos marchandises et le tourisme.

L'intensification de nos exportations (considéré du point de vue résultats économiques, le tourisme étranger dans notre pays produit les mêmes effets) n'est concevable que si ces exportations sont libérées de tout impôt de ce genre.

Indépendamment de cette conception, qui a été exprimée lors de discussions préliminaires concernant le programme financier de 1936, le message du Conseil fédéral laisse entendre que dans le projet financier actuel, l'ensemble des industries d'exportation ne sera pas directement soumis à l'impôt. En tous cas, dans ce message, un impôt sur le chiffre d'affaires qui serait tout à fait général, fait l'objet d'une critique indirecte et il semble qu'on devrait repousser un tel projet. En effet, il est vraiment impossible de déterminer, lors de l'exportation, la part de l'impôt qui frappe chaque marchandise au cours des différents échanges et on ne pourrait rembourser cette part aux exportateurs. Le fait que des exceptions sont prévues atténue beaucoup le texte même du projet d'arrêté qui donnait à l'Assemblée fédérale la compétence de désigner les marchandises qui pourraient être exonérées de l'impôt.

Nous aimerions pouvoir espérer, qu'aujourd'hui encore, nos autorités sont animées du même esprit qu'autrefois et qu'elles considèrent toujours que les industries d'exportation et le tourisme doivent être exonérés de l'impôt sur le chiffre d'affaires. Le Dr Herold, Privat-docent à l'Université de Zurich, a traité cette question à la Société des juristes zurichois en un rapport très complet sur l'impôt sur le chiffre d'affaires au point de vue législatif. Il affirmait aussi qu'il s'agissait d'une question extrêmement importante au point de vue de notre économie nationale, spécialement pour l'hôtellerie qui peut parfaitement être assimilée à nos industries d'exportation et il préconisait une solution libérant l'industrie hôtelière de cet impôt.

Si nous insistons ici, avant même que ces mesures fiscales ne soient en délibération devant les chambres, sur la nécessité qu'il y a de traiter spécialement les industries d'exportation et l'hôtellerie, ce n'est pas, nous le répétons, pour que l'industrie hôtelière, une des principales branches du tourisme, échappe à un colport de droits et d'impôts. Elle a plus que suffisamment l'occasion de contribuer à la consolidation des finances fédérales grâce aux impôts de toutes sortes qui lui incombent — mais c'est parce qu'il s'agit d'un impôt qu'il lui est impossible de faire supporter au consommateur et qui risque de compromettre gravement la capacité de concurrence de nos hôtels au point de vue international.

Contrat entre la SSH et la Caisse suisse de voyages

Comme nous l'avons annoncé dans le dernier numéro de notre journal nous donnons ci-dessous le texte intégral du contrat qui a été signé entre la Société suisse des hôteliers et la Caisse suisse de voyages. Nous attirons l'attention de nos lecteurs sur le fait qu'un colport de droits et d'impôts nouvelle organisation est réservée exclusivement aux hôtels appartenant aux catégories de prix précisées à l'article IV et dont fait preuve le guide des Hôtels de 1939 qui, comme on le sait, est valable pour 1940. Il ne peut être question de vouloir dépasser une maison. Nous insistons d'autre part sur le fait que la Caisse suisse de voyages limite son activité à des milieux peu fortunés. Les arrangements conclus sur la base des deux ou trois catégories supérieures constitueront donc une minorité et la grosse majorité des arrangements se fera sur la base des deux catégories de prix inférieures qui intéresseront plus particulièrement les hôtes voyageant avec la Caisse suisse de voyages.

I.

La Société suisse des hôteliers déclare accepter que les organes de la Caisse suisse de voyages invitent les membres de la Société suisse des hôteliers qui peuvent être pris en considération d'après leurs prix (art. IV), à collaborer et à participer à l'activité de la Caisse suisse de voyages. La Société suisse des hôteliers recommandera à ses membres de collaborer loyalement à la Caisse suisse de voyages. Les organes de la Caisse suisse de voyages recruteront les membres participant sans qu'aucune pression ne soit exercée sur les membres de la Société suisse des hôteliers, spécialement en ce qui concerne les prix à consentir à la Caisse suisse de voyages.

II.

La Caisse suisse de voyages s'engage à ne prendre en considération que les entreprises membres de la Société suisse des hôteliers ou de la Société suisse des cafetiers et restaurateurs. En tous cas, les entreprises avec lesquelles les membres de la Société suisse des hôteliers sont en conflit pour cause de concurrence déloyale ne peuvent être prises en considération, il en est de même pour les hôtels qui ont été exclus de la Société suisse des hôteliers pour des raisons semblables. Les organes de la Caisse suisse de voyages qui procèdent au recrutement des hôtels doivent, dans ce but, s'entendre auparavant avec le président de la section locale ou régionale de la Société suisse des hôteliers. Il est entendu que le recrutement d'hôtels qui font uniquement partie de la Société des cafetiers-restaurateurs ne sera pas rendu plus difficile pour cela.

III.

Le choix des hôtels, des localités et des régions pour les combinaisons d'arrangements de vacances, sera fait avec l'assentiment du représentant de la Société suisse des hôteliers au Conseil d'Administration de la Caisse suisse de voyages.

IV.

La Caisse suisse de voyages s'engage à maintenir les prix minima publiés par la Société suisse des hôteliers et tels qu'ils figurent dans le Guide des hôtels 1939. Un supplément de 5 pour cent est consenti sur ces prix. Si ces prix devaient subir une augmentation au cours de l'année 1940, la Caisse suisse de voyages en tiendrait aussi compte.

Pour ces arrangements de voyages, la Caisse suisse de voyages utilise uniquement les catégories de prix de pension minima suivantes: fr. 6,50, 7.—, 7,50, 8.—, 8,50, 9.—, plus le supplément de 5 pour cent prévu au premier alinéa de cet article.

V.

Pour le calcul des prix forfaitaires pour des séjours de 5 jours et plus, la Caisse suisse de voyages fera au maximum un tel projet, conformément à l'article IV tout en observant les prescriptions du règlement des prix minima de la Société suisse des hôteliers qui a été mis à disposition de la Caisse suisse de voyages, en y ajoutant le 10 pour cent pour les pourboires, la Kurtaxe locale et une taxe cantonale éventuelle sur les nuitées. Le transport des bagages de et à la gare, sera par contre compris dans ces prix, là où il n'en résulte aucune dépense spéciale pour l'hôtel et où, en général, ce transport n'est pas porté en compte.

Pour le prix forfaitaire, le client de la Caisse suisse de voyages a droit à la pension complète (une bonne chambre, trois repas). Pour des chambres particulièrement belles, l'hôtelier est autorisé à demander un supplément de fr. 0,50 à fr. 1.— par jour et par personne. Dans le cas où un supplément serait compté, l'hôtelier est obligé de mentionner à l'avance, au reçu de la commande, le montant exact de ce supplément. Les hôtels faisant usage de ces arrangements de la Caisse suisse de voyages doivent être traités comme les autres clients.

VI.

La Société suisse des hôteliers admet que la Caisse suisse de voyages aura droit à une commission de 10 pour cent de la part des membres de la Société suisse des hôteliers. Cette commission sera payée sur les bons de voyages émis par la Caisse suisse de voyages. L'obligation de payer la commission sur les forfaits de la Caisse suisse de voyages existe aussi si ce forfait est payé par le client en espèces, au lieu d'être acquitté avec les bons de voyages. L'obligation de payer la commission existe au moment où il s'agit d'une chambre qui a été réservée par un bulletin de commande de la Caisse suisse de voyages.

VII.

La Société suisse des hôteliers est prête à recommander à tous ses membres qui collaborent avec la Caisse suisse de voyages, d'accepter, sans restriction aucune, comme moyen de paiement, les bons de voyages uniformes de fr. 5.—, émis par la Caisse suisse de voyages pour le paiement des dépenses effectuées dans des hôtels ou restaurants. Ces bons de voyages ne seront remis qu'aux milieux précisés sous chiffre VIII.

VIII.

La Caisse suisse de voyages limite son activité aux milieux ne disposant que de ressources modestes. On considérera comme tels en premier lieu les personnes appartenant à des associations ouvrières ou à des entreprises qui, considérant les buts de la Caisse suisse de voyages, s'y sont affiliées pour leurs employés et ouvriers. La Caisse suisse de voyages doit veiller à ce que les associations ouvrières, les employeurs ou organisations qui entrent en ligne de compte expliquent à leurs membres, à leurs ouvriers ou employés que seuls les gens n'ayant que de faibles revenus peuvent voyager avec la Caisse suisse de voyages.

IX.

La Société suisse des hôteliers autorise qu'une liste des hôtels qui travaillent avec la Caisse suisse de voyages soit établie. Cette liste comprendra l'indication des prix et ne sera remise qu'aux milieux affiliés à la Caisse suisse de voyages et précisés sous chiffre VIII.

X.

La Caisse suisse de voyages s'engage à ne pas conclure avec la Société suisse des cafetiers et restaurateurs d'accords qui soient contraires au sens du présent contrat.

XI.

Ce contrat entre en vigueur au moment de sa signature et il est valable jusqu'au 31 décembre 1940. Il est renouvelable automatiquement pour une nouvelle année, à moins qu'il n'ait été dénoncé, au moins un mois avant son expiration, par l'une ou l'autre des parties.

XII.

Celle des parties qui contreviendrait au présent contrat paiera une amende conventionnelle pouvant aller de fr. 500.— à fr. 1000.—. Les parties se mettront d'accord sur un tribunal d'arbitrage qui décidera, en dernier ressort et en toute liberté, s'il y a eu contrevention au contrat. Chacune des parties nommera un arbitre et les arbitres choisiront le chef de ce tribunal d'arbitrage.

Fédération suisse du tourisme

Séance du comité

Au cours de la séance du Comité, précédant l'Assemblée générale qui fut tenue le vendredi 17 février au Bellevue-Palace Hôtel à Berne, le Dr I. Hotz, directeur du département de l'économie publique exposa aux membres du comité de la Fédération suisse du tourisme certaines questions actuelles concernant notre politique commerciale. Il affirma que l'on tiendrait compte et que l'on ferait particulièrement attention lors des négociations futures, comme d'ailleurs lors des négociations économiques en cours avec l'étranger, aux intérêts des associations touristiques qui souffrent spécialement de la situation créée par la guerre.

La discussion finale porta sur certains points concernant le programme économique, en temps de guerre, de la Fédération suisse et tout spécialement en ce qui concerne les relations touristiques avec l'étranger. Le Dr Rothmund, chef de la division de police du département fédéral de justice et police, assura que les demandes présentées par des hôtes étrangers désireux de venir en Suisse, étaient examinées dans un esprit de parfaite compréhension et qu'il ne serait pas fait obstacle à l'entrée d'étrangers dans notre pays, pour autant que les nécessités militaires ne l'exigent pas. Le Dr Kradolfer, de l'Office fédéral des transports, parla du domaine d'activité de la commission d'experts nouvellement créée au département fédéral des postes et chemins de fer, pour s'occuper des problèmes touristiques.

Assemblée générale

L'assemblée générale annuelle fut présidée par M. L. Meisser, hôtelier à Klosters, vice-président de la Fédération, remplaçant le président M. Gaifer, conseiller national, absent pour cause d'accident de ski. Dans une allocution, M. Meisser a tout d'abord indiqué que la guerre a porté un coup très dur à l'hôtellerie. Mais la propagande touristique ne doit pas cesser, même en temps de guerre. Le tourisme étranger est gravement affecté. En tenant compte des voyages dans les accords économiques avec l'étranger, notamment avec les pays neutres, il semble possible d'obtenir une fréquence modeste pendant le temps de guerre. Mais l'hôtellerie doit surtout pouvoir compter sur la clientèle nationale. De plus, une aide rapide de la Confédération est nécessaire. La « commission d'experts pour les affaires de l'économie touristique » nouvellement créée au Département fédéral des postes et chemins de fer, témoigne d'une manière fort réjouissante de la compréhension que le Conseil fédéral montre pour ce problème vital pour la Suisse.

L'assemblée a entendu également un exposé du Colonel Renggli, chef de l'Office fédéral de l'industrie de guerre et du travail sur les tâches économiques de guerre de la Confédération. L'orateur a notamment parlé de la constitution de réserves, des tâches économiques imposées par la guerre à la Confédération, des répercussions de la mobilisation sur l'économie du pays, du régime des dépenses dans l'armée, de la convocation militaire de chômeurs, des difficultés d'importer des denrées alimentaires et des matières premières et des difficultés d'exportation. En terminant, l'orateur a dit que jusqu'à présent les conditions ont pris une tournure plus favorable que celle qu'on redoutait. Mais il a mis en garde contre un optimisme exagéré, concluant que la guerre exige du peuple suisse de gros sacrifices financiers et qu'il doit s'attendre à de lourdes charges fiscales.

Au cours de la discussion qui suivit, divers vœux émanant de milieux hôteliers furent encore exprimés. M. Baumann, directeur de l'Union Helvétique, démontra que la guerre actuelle ne représentait pas à proprement parler une nouvelle crise de l'hôtellerie, mais qu'elle avait atteint d'une façon catastrophique le tourisme étranger qui n'a pour ainsi dire pas cessé depuis le début de la guerre. Si l'on ne veut pas aboutir à la catastrophe définitive, il faut employer tous les moyens pour maintenir le tourisme et il faut que l'Etat lui vienne en aide. Les principes de l'économie privée et la capacité de concurrence de l'hôtellerie doivent être assurés par un vaste assainissement. D'autre part, l'hôtellerie ne doit pas chercher, plus ou moins, à éviter l'organisation du travail collectif. La protection de l'industrie hôtelière implique aussi le maintien de son personnel qualifié. Si cette crise devait durer, le personnel se tournerait vers d'autres professions et il deviendrait toujours plus difficile de former des apprentis. Or ce n'est pas avec des employés ne connaissant pas leur métier, avec des employés aussi facilement remplacés, que l'hôtellerie suisse pourra soutenir la concurrence de l'hôtellerie étrangère après la guerre.

Le Dr Riesen, directeur du Bureau central, comme l'orateur précédent, ne peut partager l'optimisme dont fit preuve le colonel Renggli en exposant les perspectives que l'après-guerre offrirait au tourisme. Les résultats de cette saison d'hiver sont encore pires que tout ce que l'on avait supposé. Dans les milieux hôteliers on avait l'impression que la création d'une section de l'économie de guerre spéciale pour ce groupe économique, rentrait dans les problèmes de la guerre nous met devant des problèmes et des tâches nouvelles qu'il conviendrait de traiter spécialement dans le cadre même de notre économie de guerre. Il ne nous reste qu'à espérer que la commission d'experts qui vient d'être créée réussira à mener à bonne fin les problèmes qui auraient dû être traités par un Office de tourisme. De son côté, l'hôtellerie cherchera les voies et moyens propres à endiguer une concurrence affrénée, due en partie à un trop grand nombre de lits.

Le Dr F. Seiler, directeur de la Société fiduciaire suisse pour l'hôtellerie, précise que cette institution continue ses efforts, même pendant la guerre, pour assainir les exploitations qui sont dans une mauvaise situation. Dans ce domaine, on peut signaler l'esprit de compréhension dont font preuve les créanciers permettant ainsi souvenant le rétablissement financier des entreprises et les banques, elles aussi ont souvent fait les concessions nécessaires pour venir en aide aux débiteurs.

La tâche de la Société fiduciaire suisse pour l'hôtellerie est double: elle doit empêcher un nouvel endettement et en même temps elle doit procéder à la réduction des dettes anciennes. Or l'hôtellerie ne peut atteindre ce but sans l'appui de la Confédération. Il faut en outre prendre des mesures collectives pour la réglementation de notre industrie; il faut surtout combattre l'offre qui est beaucoup trop forte par rapport à la demande. Il y a là encore un domaine où l'initiative privée peut se manifester. On étudie actuellement les principes d'une nouvelle base légale du concordat judiciaire; il fait l'objet d'un projet de loi dont les autorités fédérales s'occuperont le plus tôt possible.

PAHO

Séance du comité

Le grand comité de la Paho a tenu sa première séance, sous la présidence de M. Stocker, président, le 12 février, à l'Hôtel Terminus à Olten. On sait que les hôteliers sont représentés à la Paho par MM. E. Pflüger, Rheinfelden, E. Elwert, Zurich, F. Cottier, Genève, A. Fanciola, Locarno, et par le Dr Riesen, Bâle. L'élargissement du comité entraînant naturellement une augmentation du nombre des membres du comité directeur. Le comité décida de déléguer à ce comité directeur le Dr Riesen, pour les employeurs et M. W. Salzmann, pour les employés. M. A. Fanciola, absent pour cause de service militaire, était remplacé à la séance par M. J. Zimmermann, Hôtel Victoria, Weggis.

Parmi les divers points figurant à l'ordre du jour, mentionnons: Les comptes pour 1939 bouclent avec un avoir en caisse d'environ fr. 430.000.—. Les primes versées par les employés se montent approximativement à fr. 82.000.—, soit environ fr. 16.000.— de moins que l'année passée, et celles versées par les employeurs atteignent environ fr. 45.000.—,

accusant une augmentation de fr. 1000.— sur l'année passée. Les paiements d'indemnités journalières aux chômeurs se sont élevés à fr. 95.000.— Nous faisons spécialement remarquer que ces chiffres ne constituent que des indications provisoires.

La principale question à l'ordre du jour était celle de la cotisation forfaitaire. Pour 1939, on a constaté de nombreux retards dans les paiements et plusieurs réclamations ont été présentées. 50 entreprises ont recouru contre la cotisation forfaitaire fixée pourtant selon le schéma établi. Dans la plupart des cas, ces recours furent admis, soit complètement, soit partiellement et ils furent réglés par une réduction adéquate de la cotisation, car il s'agissait de cas souvent difficiles.

On se demande maintenant, comment les cotisations pour 1940 seront prélevées. Le comité directeur proposa de fixer les normes maintenant déjà, pour que l'on puisse, aussi rapidement que possible, avoir une vue générale de la situation. D'après les propositions du comité directeur, le schéma établi pour 1939 devrait aussi être utilisé pour 1940, mais naturellement avec un pourcentage réduit tenant compte de la situation actuelle.

Au cours de la discussion, on se rendit compte qu'il était tout à fait impossible, aujourd'hui, d'avoir une vue d'ensemble. De nombreux hôteliers ne savent pas encore s'ils ouvriront leur maison ou non et s'ils ouvrent, ils n'ont encore aucune idée du nombre d'employés dont ils auront besoin. C'est pourquoi, à l'unanimité, le comité estima qu'il fallait renvoyer au printemps la question des cotisations et de la forme sous laquelle elles seraient prélevées.

Le comité présente, en outre, un projet de requête à adresser au département fédéral de justice et police concernant le désendettement de l'hôtellerie. Ce projet de requête traitait spécialement de l'adhésion obligatoire à la Paho et du délai nécessaire pour la participation à l'action de secours. Considérant que la question du désendettement n'est pas encore suffisamment éclaircie, le comité décida de renvoyer encore la discussion de cette requête jusqu'au moment où les travaux préparatoires du département fédéral de justice et de police au sujet du désendettement de l'hôtellerie seront plus avancés.

L'administration de la Paho présente ensuite un rapport sur la suspension, conformément aux ordres de l'armée, du paiement des indemnités journalières aux militaires licenciés et qui deviendraient chômeurs. Elle rapporta en outre sur le fonds de secours auxiliaire qui se monte

aujourd'hui à fr. 5.000.— et sur le déplacement du siège de la Paho, étant donné l'état de guerre actuel. Le comité décida de choisir Berne pour ce déplacement.

Contribution du personnel féminin aux caisses de compensation

D'après diverses questions qui nous sont posées, nous constatons que l'on a pas toujours très bien compris la façon dont on devait calculer le montant à verser aux caisses de compensation par le personnel féminin. Nous croyons donc utile de revenir sur ce point.

Pour le personnel féminin d'hôtels ou de restaurants, il n'est pas fait de distinction entre le personnel à salaire fixe et le personnel participant aux pourboires. *Tout le personnel féminin ne forme qu'une seule catégorie*, et la contribution aux caisses de compensation se calcule sur les salaires globaux fixés par les instructions du département de l'économie publique soit fr. 120.— dans les régions urbaines, fr. 100.— dans les régions semi-urbaines et fr. 80.— dans les régions rurales. Ces salaires moyens fixés par le département de l'économie publique englobent donc le salaire fixe, le salaire en nature et la part éventuelle des pourboires, et l'hôtelier n'a qu'à consulter la liste des localités faisant partie des régions urbaines, semi urbaines ou rurales pour savoir sur quel salaire il doit se baser.

Pour le Canton de Genève par exemple, Genève et Carouge figurent dans les localités à tarifs «villes». Dans ces deux localités, pour tout le personnel féminin, on calculera la contribution à verser aux caisses de compensation sur le salaire global de fr. 120.—. Ainsi l'hôtelier retiendra le 2% du salaire, soit fr. 2.40 et il ajoutera lui-même sa part de 2%, soit fr. 2.40 aussi.

On ne fait exception que pour le personnel féminin qui gagnerait plus de fr. 300.— par mois. Dans ce cas, c'est à l'hôtelier à déterminer la valeur exacte du salaire total, en tenant compte du salaire fixe, du salaire en nature qui sera calculé selon les normes spéciales fixées pour le personnel féminin soit:

pour la table et le logement fr. 1.50 par jour,
pour la table seulement ... fr. 1.— par jour,
pour le logement seulement fr. 0.60 par jour,

et de la part des pourboires qu'il fixera par estimation.

La contribution de l'employée sera donc de 2% de la somme ainsi déterminée et l'hôtelier ajoutera lui-même la contre-valeur de 2%.

Petites Nouvelles

Pour faciliter l'encaissement de la Kurtaxe.

On sait combien il est parfois difficile de faire payer la Kurtaxe par les hôtes de nos hôtels et pensions, s'ils n'ont pas l'impression que le paiement de cette taxe leur permet de bénéficier d'avantages immédiats et tangibles. Aussi, pour remédier à ces difficultés, la Société des Hôtels de Montreux, d'accord avec la Société du Kursaal de cette ville, a innové un nouveau système de perception. Cette dernière s'effectuera désormais contre délivrance d'une carte muni de coupons. Porteur de cette carte, l'étranger, fréquentant le Kursaal, ne payera plus son thé que 60 centimes au lieu d'un franc. Cette réduction lui sera comptée contre cession d'un des coupons de la carte.

Espérons que grâce à cet arrangement et aux avantages ainsi accordés à ux hôtes qui paient la Kurtaxe, l'encaissement de celle-ci ne rencontrera plus aucune difficulté à Montreux.

Nécrologie

Otto Rohrer †

Nous apprenons la mort, à Vevey, à l'âge de 78 ans, de M. Otto Rohrer, ancien hôtelier à Yverdon. Otto Rohrer avait débuté en achetant la petite pension «La Prairie» qu'il ne tarda pas à développer et il en fit le bel hôtel qu'on admire aujourd'hui. Il s'était retiré il y a déjà plusieurs années et il vécut successivement à Lausanne, Paris, Berne et Vevey où il vient de mourir. C'est lui qui découvrit la source aujourd'hui très connue sous le nom l'Arka.

Nous prions sa famille de croire à notre vive sympathie.



Das Gewicht der Verantwortung untergräbt Ihre Gesundheit

Am meisten leidet der Blutkreislauf, und deshalb ist die Arteriosklerose die typische Krankheit Ihres Berufes. Sie wissen das aus Fällen in Ihrer Umgebung. Sie wissen aber auch, daß es dagegen ein bewährtes Mittel gibt, nämlich Arterosan. Die Wirksamkeit dieses Präparates liegt in der Kombination 4 erprobter Heilpflanzen, welche das Uebel von 4 Seiten her anpacken:

1. Kreislaufregulierung
2. Blutdruckreduktion
3. Geweberegeneration
4. Herzregulierung.

Arterosan

das klassische Mittel gegen Arterienverkalkung

Erfhältlich in Apotheken zu Fr. 4.50 - Kurpackung Fr. 11.50

Schuster

Teppichhaus St. Gallen Zürich

Englisch lernen trotz Krise und Krieg

in der

englischen Schule

Oertlimatt-Krattigen

Vollkommene und rasche Lehrmethode in über 300 Unterrichtsstunden durch engl. dipl. Sprachlehrer. Nächster 10-Wochen-Kurs vom 4. März bis 11. Mai 1940. Keine Preiserhöhungen. Prospekte u. Referenzen. Fam. Zahler.

Suche für jungen, deutsch und französisch

Kochlehrstelle

in gutes Haus, wo ihm Gelegenheit geboten ist, das Fach gründlich zu erlernen. Kollegen, die auf Frühjahrs eine Kochlehrstelle frei haben, wollen sich bitte an W. Wagner, Hotel Volkshaus, Bern, wenden.

KOCHAPPARATE

zur Hälfte der Vorkriegspreise!

Solange Vorrat, geben wir ab:

- 1 kleiner Restauraions-Pressluftgasher
- 1 Pressluftgasher 3 Meter lang
- 1 Gas-Marmitkocher mit einer Kochstelle
- 1 kippbare Gas-Bratpfanne 560/800 mm Bratfläche
- 4 Gas-Wärmeschränke in verschiedenen Grössen
- 2 Gas-Wärmeschränke mit Suppen-Einsatztöpfen
- 3 Gasgrill-Salamander - 2 Gas-Plongen
- Geschirrostö - Bratschüsseln - Kupfertöpfe und einige Gas-Rechauds

Alle Apparate haben sich an der LA bewährt. Sie wurden revidiert und sind wie neuwertig. Nie mehr werden Kochapparate so billig verkauft. Machen Sie von diesem Vorzugsangebot sofort Gebrauch.

Offerten durch

SURSEE A.G. DER OFENFABRIK SURSEE

Geschäftskundiger Hotelfachmann, Schweizer, 33 Jahre alt, sucht für sofort oder später Engagement als

Direktor, Gérant, Chef de réception oder Verwalter

Offerten unter Chiffre K. W. 2412 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

Hoteldirektor mit geschäftskundiger Frau sucht Engagement für sofortige Stelle. Beste Referenzen. Offerten sind erbeten unter Chiffre H. R. 2391 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

29jährige, strebsame, mit allen Arbeiten des Hotelfaches vertraute Tochter, sucht

Vertrauensstellung

als Stütze des Patrons, Sekretärin-Gouvernante oder Gouvernante. Jahresstelle. Offerten unter Chiffre E. S. 2418 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

Kochlehrstelle gesucht auf Frühjahr 1940 in Jahresbetrieb für intelligenten und kräftigen Jüngling, deutsch u. französisch sprechend. Offerten an Bez. Berufsberatungsstelle Interlaken.

HYGIENISCHE Bedarfsartikel und Gummivarren Spezialmarke "Fronma Act" 5:30, "Neuer" 4:50 p. Die Preisliste Nr. 10 mit dem Recht auf interessanten Gutachten gratis, verschicken. Sanitätsgeschäft P. Hübscher Seefeldstrasse 4, Zürich 8.

Französisch englisch od. italienisch garant. genäufig in nur 2 Monaten. Referenz.

Handel. **Diptom** in 6 Monaten. Vorbereitung für Staatsstellen in 3 Monaten. Dolmetscher, Korrespondenten, Sekretär, Steno-Dactylo u. Sprachdiplome in 4 und 3 Monaten

ECOLE TAMÉ, NEUCHÂTEL 33 ODER LUZERN 33

Pianiste professionnelle accepterait de jouer deux heures p. jour, pendant vacances/Pâques, en échange bonne pension à la montagne. Melle Buyssens, 5, Rue Ch. Girou, Genève.

Cuisinier trav. seul, âgé moyen, la certifiants, pret. modeste, désire place. — Offres sous chiffre E. M. 2420 à la Revue Suisse des Hôtels à Bâle 2.

Damen-Orchester (3-4 Pers.) für Konzerte, Stimmung, Tanz, sucht Engagement. Offerten an Chiffre SA 5218 Z, Schweiz. Annoncen A.G., Zürich.

Die Wiederholung vervielfacht die Wirkung Ihrer Inserate!

Grand Marnier Liqueur Mondiale

Agence générale: JEAN HAECKY IMPORTATION S.A., BALE

Internationaler **Hoteldirektor** sucht neue Betätigung beherrscht die fünf Hauptsprachen, guter Organisator, würde bei guter Firma auch als Vertreter eintreten. Angebote unter Postfach No. 671 Luzern.

Gesucht per sofort in der franz. Schweiz in kleinerem oder mittlerem Hotel

Volontärstelle

für netten 18jährigen Jüngling mit Sekundarschulbildung. Gute Behandlung Hauptbedingung. Offert. unter Chiffre H. C. 2401 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

TROESCH'S HOTEL-ZIMMER-TOILETTE Triumph

Unvergleichlich in Eleganz und Qualität.

TROESCH & Co, A.-G. BERN - ZÜRICH - ANTWERPEN