

**Zeitschrift:** Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels  
**Herausgeber:** Schweizer Hotelier-Verein  
**Band:** 49 (1940)  
**Heft:** 50

**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 50**

Basel, 12. Dezember 1940

**FACHORGAN FÜR DIE HOTELLERIE UND DEN FREMDENVERKEHR**

**Nº 50**

Bâle, 12 décembre 1940

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

**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 Hôteliers

Erscheint jeden Donnerstag

Neunundvierzigster Jahrgang  
Quarante-neuvième 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'ÉTRANGER 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. 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. V85

## Fremdenverkehr und Fremdenverkehrspolitik

II.

Die erste und dringendste Aufgabe der schweizerischen Fremdenverkehrspolitik liegt in der unter allen Umständen notwendigen Anpassung des Bettenangebotes an die seit Jahren stark verminderte Nachfrage. Die Entlastung des Marktes durch Stilllegung von Betrieben ist u. E. die Voraussetzung einer gründlichen Sanierung der am Fremdenverkehr beteiligten Unternehmungen des Gastgewerbes. Die zweite Aufgabe besteht in der Entschuldung der genannten Unternehmungen. Diese sollten unter Berücksichtigung des Ertragswertes so weit entlastet werden, dass dem Eigentümer ein Unternehmungskapital erhalten bleibt und dass eine elastische — aber wohlverstandene geordnete — Preispolitik ermöglicht wird. Die Lösung dieser Aufgaben gestattet, ein Verhältnis von Angebot und Nachfrage herzustellen bei dem, die Wirtschaftlichkeit des in diesen Unternehmungen investierten Kapitals auf die Dauer erhalten bleibt. Daraus folgt die dritte Aufgabe der Fremdenverkehrspolitik, nämlich die Erreichung der zur Erhaltung dieses „Gleichgewichtes“ geeigneten Massnahmen.

Wir stellen somit fest, dass die schweizerische Fremdenverkehrspolitik drei Hauptaufgaben vor sich hat, die die Anpassung des Angebotes an die Nachfrage, die Entschuldung des Angebotes und die Erhaltung des „Gleichgewichtes“ zwischen Angebot und Nachfrage zum Ziele haben. Die Dauer der ersten beiden Perioden wird — abgesehen von den zur Anwendung gelangenden Methoden und den zur Verfügung stehenden Mitteln — im wesentlichen durch die Entwicklung der Nachfrage bestimmt, die ihrerseits von den allgemeinen wirtschaftlichen und politischen Verhältnissen abhängig ist.

### Reduktion des Angebotes

Die erste Periode gilt der Anpassung des Angebotes an die Nachfrage durch Verminderung der Zahl der vorhandenen Betten. Es steht ausser Zweifel, dass der Eingriff, soll er erfolgreich sein, radikal sein muss. Über den Umfang der Aktion und über die anzuwendenden Methoden besteht aber gegenwärtig noch Unklarheit. Es kann hier nicht der Ort sein, diese Fragen zu behandeln; ihre Verantwortung muss einem eingehenden Studium vorbehalten bleiben. Dieses Studium erfordert u. a. die Prüfung des baulichen Zustandes und der Inneneinrichtung der Gebäude, die Erforschung der bisherigen und der künftig wahrscheinlichen Entwicklung der Nachfrage in quantitativer und qualitativer Beziehung, die Untersuchung über die Möglichkeit der anderweitigen Verwendung von Beherbergungsstätten sowie die Feststellung geeigneter Methoden zur Durchführung und Finanzierung dieser Massnahmen.

Die Reduktion des Angebotes beruht auf den Voraussetzungen, dass erstens die Hotelbedürfnisklausel konsequent zur Anwendung gelangt und zweitens das Angebot an Privatbetten beschränkt wird. Es ist zudem notwendig, den Geltungsbereich der Hotelbedürfnisklausel auf alle Arten von Beherbergungsstätten auszuweiten, das Bewilligungsrecht für Neu- und Erweiterungsbauten ausschliesslich dem Bundesrat vorzubehalten, das Beschwerderecht

allen in ihren Interessen verletzten Personen zuzubilligen, die Gesuche um Baubewilligungen mit der obligatorischen Leistung eines Finanznachweises zu verknüpfen und die Schweizerische Hotel-Treuhand-Gesellschaft als begutachtende neutrale Instanz einzusetzen. Ferner ist die Vergrößerung der Logierkraft der Gasthöfe durch das Mieten von Privatzimmern zu unterbinden.

Das Problem der Privatzimmervermietung ist in der Weise zu lösen, dass eine weitere Ausdehnung dieses Angebotes an Betten vermieden wird. Diesem Zweck wird die Einführung eines Bewilligungszwanges sowie die Festsetzung einer Mindestdauer für die Abgabe der Zimmer dienen können. Zur Erzielung eines Wettbewerbs unter gleichen Voraussetzungen wären auch die Einführung des Meldewezwanges für privat wohnende Gäste sowie die Verpflichtung der Vermieter von Privatzimmern zur Leistung von Beiträgen an die Aufwendungen zur Förderung des Fremdenverkehrs und — im Falle der Verpflegung der Gäste — zur Entrichtung von Patenttaxen in Erwägung zu ziehen.

### Allgemeinverbindliche Preise

Das starke Überangebot erfordert ausserdem eine Allgemeinverbindlichkeit der Mindestpreise und Bedingungen für die Beherbergung von Gästen. Diese Massnahme kann den in dieser oder jener Form etwa auftretenden Kampf um den Kunden vermeiden oder wenigstens mildern und verhindern, dass in Zeiten steigender Kosten die Preise sinken. Eine absolute wie relative Preislenkung ist unter den herrschenden Umständen infolge der durch die verminderte Frequenz stark erhöhten fixen Kosten sowie infolge der mangelnden Voraussetzung zur Erzielung eines entsprechenden Mehrverkehres nicht zu verantworten. Eine allgemeingültige Preisnormierung wird die allzu bedenklche Verschlechterung der wirtschaftlichen Lage des Gasthofgewerbes verhindern und eine spätere Entschuldung wesentlich erleichtern können. Zudem würde die Wirksamkeit vorübergehender Stützungs- und Hilfsmassnahmen ohne Preisnormierung sehr beeinträchtigt.

Die vorübergehenden Stützungs- und Hilfsmassnahmen rechtlicher und finanzieller Natur sollen den Übergang zur zweiten Periode ermöglichen. Ihre Aufgabe liegt in der Erhaltung lebensfähig scheinender Unternehmungen durch Verhinderung einer weiteren Zunahme der Verschuldung und durch teilweise Erleichterung ihrer finanziellen Lage. Gleichzeitig wird auch ein Durchhalten des qualifizierten Personals notwendig sein. Es liegt im Interesse der künftigen Entwicklung des Fremdenverkehrs, dass der Hotellerie ein Stock geeigneter und ausgebildeter Arbeitskräfte erhalten bleibt. Die Konkurrenzfähigkeit der Schweiz im internationalen Reiseverkehr wird auch nach dem Kriege, trotz aller vorausgesagten sozialen Umschichtungen, nicht in der Billigkeit der Leistungen an und für sich, sondern in ihrer Preiswürdigkeit im Verhältnis zu ihrer Qualität liegen. Die Schweiz wird im allgemeinen nur mit Qualitätsleistungen in dieser oder jener Form, niemals aber mit Massenfabrikation konkurrenzfähig sein und bleiben können.

### Finanzielle Anpassung

Die zweite Periode schweizerischer Fremdenverkehrspolitik wird sich mit der Anpassung der finanziellen Struktur der Beherbergungsunternehmungen an den Ertragswert zu befassen haben. Auch die Lösung dieses Problems bedarf eines vorbereitenden Studiums, das sowohl über den Umfang der Abstrichungen als auch über die anzuwendenden Methoden Klarheit zu verschaffen hat. Zwei wichtigen Fragen wird dabei besondere Aufmerksamkeit geschenkt werden müssen, nämlich der künftigen Abschreibungspolitik einerseits und der Verhinderung der Wiederaufwertung der Anlagen andererseits. Bei der Entschuldung und ferner die Erhaltung eines (wenn auch kleinen) Teils des Eigenkapitals erforderlich sein, da dies zur Förderung des Unternehmerinteresses von ausschlaggebender Bedeutung ist. Wichtig ist sodann die Bestimmung der Grundlage, die der Feststellung des Ertragswertes der Unternehmungen zu dienen hat. Hierzu wird wiederum die Untersuchung der bisherigen und der künftig wahrscheinlichen Entwicklung der Nachfrage erforderlich sein. Schliesslich ist zu bemerken, dass die vorgängige Verminderung des Angebotes und die Anwendung der genannten Hilfsmassnahmen die Entschuldung wesentlich erleichtern und eine rationelle Verwendung der zur Verfügung gestellten finanziellen Mittel gewährleisten werden.

Der allgemeingültigen Preisnormierung kommt in dieser zweiten Periode der Sanierung des schweizerischen Gasthofgewerbes ganz besondere Bedeutung zu. Ohne sie würde die finanzielle Entlastung vielen Unternehmungen zu einer Verschärfung des Wettbewerbs Anlass geben, was den Erfolg des Aufbauwerkes ernstlich gefährden, wenn nicht gar in Frage stellen dürfte. Die Gefahr der Erstarrung der Preise ist infolge des internationalen Wettbewerbs im Fremdenverkehr kaum gegeben. Die Entschuldung wird überdies gestatten, auch bei allgemeinverbindlichen Preisen und Bedingungen eine elastische Preispolitik zu führen. Die Anpassung an die jeweilige Marktlage setzt jedoch eine genaue Beobachtung der Nachfrage gegenüber den angebotenen Leistungen aus Reise und Aufenthalt sowie der Geldwertänderungen, der Gestaltung der Reisekosten (Transportkosten) und der Entwicklung der Gesehungskosten im Gasthofgewerbe voraus. Zu diesem Zwecke wäre die Einführung eines sog. Hotelindexes sehr zu empfehlen; als Grundlage der Preispolitik würde er vorzügliche Dienste leisten können.

Neben der Sanierung und der Erklärung der Allgemeingültigkeit der Mindestpreise wird die Modernisierung und Rationalisierung der bestehenden Betriebe durch Meliorationskredite zu fördern sein. Diese Verbesserungen sind im Hinblick auf die Erhaltung der Konkurrenzfähigkeit der Schweiz gegenüber dem Ausland unbedingt erforderlich; sie dienen zugleich einer produktiven Arbeitsbeschaffung. Die Modernisierungsaktion bildet ausserdem die Voraussetzung für die in Zukunft unumgänglich werdende Zulassung von Neubauten.

### Ausgeglichenes Angebot

Die dritte Periode sollte durch ein sog. Gleichgewicht zwischen Angebot und Nachfrage gekennzeichnet sein. Der schweizerischen Fremdenverkehrspolitik wird dannzumal die Aufgabe zufallen, die Wiederholung einer ähnlichen katastrophalen Entwicklung, wie sie der schweizerische Fremdenverkehr in den vergangenen fünfzig Jahren erlebt

### Inhaltsverzeichnis:

Seite 2: Gedanken zur Prospektfrage — Neuordnung der Herausgabe des italienischen touristischen Werbematerials — Kleiner Wunschzettel des Hoteliers für die kommende Wintersaison — Fachecke — Der Wiederöffnung unserer Fachschule entgegen. Seite 3: Kriegswirtschaft, Massnahmen und Marktmeldungen — Saisondispositionen für Wehrmänner — Erleichterungen beim Wehroffte für Aufenthaltler — Aus den Verbänden. Seite 4: Paho — Kleine Chronik — Büchertisch.

### Im Frühjahr 1941: Beginn eines neuen Kurses

an unserer eigenen Fachschule in Lausanne. Weitere Angaben siehe im Text- und Inseratenteil der heutigen Ausgabe.

### Mitgliederbewegung — Mouvement des membres

Neuanmeldungen Demandes d'admission	Betten Lits
Hr. Robert Frick, Hotel St. Peter, Zürich (bisher pers. Mitglied) . . . . .	70
Hr. Gion Casura, Sport-Hotel Portenza, Klosters (und Hotel Freihof, Heiden) . . . . .	25
Hr. P. Secchi, Pension Secchi, Celerrina . . . . .	12
Hr. Adolf Müller, Hotel-Pension Müller, Kandersteg . . . . .	20
Hr. Emil Reiser, Hotel Alpina, Mürren	35
Mme E. Hochuli-Gerber, Hotel Victoria, Villars s/O . . . . .	100
Hr. Alex Wellig, Hotel Ravizza & National, San Bernardino . . . . .	50
Hr. Caspar Pfyl, Hotel Drei Könige, Schwyz . . . . .	15
Frl. L. Stenzel, Pension Zimmermann-Schürch, Weggis . . . . .	18

hat, mit allen Mitteln zu verhindern. Zudem werden besondere rechtliche und finanzielle Grundlagen erforderlich sein, um durch Stilllegung von überalterten und lebensunfähig gewordenen Betrieben eine ständige Erneuerung des Angebotes durch Neubauten zu ermöglichen. Die wechselnden Bedürfnisse der Nachfrage und die Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit im internationalen Reiseverkehr machen auf die Dauer eine allmähliche Erneuerung des Angebotes unumgänglich.

Diese Neubauten werden sich mit Vorteil an die Grösse eines Mittelbetriebes (50—70 Betten) halten und in ihrer äusseren Gestaltung dem Charakter der Gegend und des Landes anpassen müssen. Die innere Ausgestaltung erfordert weniger Luxus als Behaglichkeit, Zweckmässigkeit und Qualität. Die Nachahmung des „Heimastils“ ist lobenswert, aber nicht notwendig, zumal da seine allzu häufige Verwendung rasch langweilig wirkt und Hunderte von sog. Stuben auf die Dauer keine Attraktion mehr bilden. Geschmack und Mode wechseln; aus der Sünde des „Jugendstils“ kann sehr wohl die Sünde eines anderen Stils entstehen.

Diese Ausführungen über die künftige schweizerische Fremdenverkehrspolitik sind keineswegs erschöpfend, zumal da sie nur einen Teil, wenn auch den wichtigsten, der Fremdenverkehrswirtschaft behandeln. Sie wollten aber ganz besonders für diesen Sektor die Notwendigkeit einer Neuorientierung begründen und durch eine Skizzierung der wichtigsten Aufgaben zur Ablklärung dieses weitschichtigen und für unsere nationale Wirtschaft äusserst brennenden Problems beitragen. G.

\*) Siehe auch Nr. 40 der Hotel-Revue.

## Gedanken zur Prospektfrage

Anmerkung der Redaktion: In der Saisonbeilage der Neuen Zürcher Zeitung, die erfreulicherweise für Fragen der Hotellerie und der Fremdenverkehrswirtschaft stets grösstes Verständnis und Interesse dokumentiert, kommt Herr A. von Planta unter obigem Titel auf unseren Leitartikel in Nr. 23 vom 6. Juni 1940 über das Prospektwesen zurück. Seine Darlegungen, die eine wertvolle Ergänzung zu unseren eigenen Gedankengängen bilden, verdienen auch in Hotellerskreisen Beachtung. Mit frdl. Erlaubnis der Redaktion NZZ lassen wir die zitierten Ausführungen folgen:

„Regeneration des Prospektwesens“ hiess die Überschrift des in einer Juni-Nummer der Hotel-Revue erschienenen interessanten Leitartikels. Ein Thema nebenschlicher Natur? Nein, im Gegenteil, es ist ein stranges Problem in der langen Reihe „offener Fragen“ der Hotellerie und der mit ihr verbundenen Zweige. Im vorerwähnten Artikel skizziert der Verfasser die neuen Wege zu einer besseren Herausgabe und Verteilung von Prospekten, ohne aber präzisere Vorschläge zu entwerfen. Die Frage ist aber wohl zu wichtig, um auf halbem Wege stehen zu bleiben [oder gar übergangen zu werden].

Wenn der Interessent einen Prospekt in die Hand nimmt, was denkt er sich dabei? Er denkt in erster Linie an seine Reise, an das zu wählende Hotel. Wenn er aber mehrere Prospekte benötigt, vielleicht ein allgemeines, eines über die Reiseorte, von verschiedenen Hotels, wenn er drei, vier sogar zehn Werbeprospekte vor sich hat, dann fällt ihm etwas auf. Es fällt ihm das auf, was dem Auskunftsbeamten schon längst im Dorn im Auge ist: die Vielseitigkeit im Prospektwesen, im negativen Sinne. Jeder Prospekt ist verschieden, im Inhalt (das ist selbstverständlich), aber auch in der Form, im Ausmass, im Verschluss, in der Qualität von Druck, Papier und Bild. Alle nur erdenklichen Formate, vom kleinsten Kolibri bis zu grossen und grössten „Fliegenden Blättern“. Der Verschluss: den einen öffnet man längs, den andern quer, den dritten in der Mitte, und einen endlich mit einem Schnürchen, das man um einen Knopf dreht. Und das Wichtigste: Bilder und Photos. Die Photos sind meist schön recht, aber die Bilder! Eine gewisse Art von Zeichnung, oder gar Farbenansicht, die die Wirklichkeit verzerrt, ohne irgendeine künstlerische Äquivalenz zu bieten — wertlose Innenzeichnungen — z. B. das mit möglichst grellen Farben besprenkelte Bild eines Vestibüls, der unmöglich gezeichnete oder gemalte „Blick vom Balkon“ — wie viel besser und schöner wäre hier die natürliche Photographie! Bei der Besprechung des Prospektwunders ist der Auftraggeber sehr oft zu oberflächlich. Er überlässt fast alles dem Vertreter; ihn interessiert meist nur die Werbung, die Grösse der Auflage, oder aber er vertieft sich in Kleinigkeiten und verliert dabei das Ganze, die Linie aus den Augen. Wir haben erstklassige Prospekt-drucker in der Schweiz, aber leider auch solche, die den Kunden zu schematisch beraten. Das „Phantasielbild“ verfehlt seine Wirkung, wenn

nicht ein wirklicher Künstler dahintersteckt. Der Auftraggeber gibt oft sein „Gut zum Druck“ zu leicht, zu früh.

Es sollte die Möglichkeit bestehen, das Format unserer Prospekte zu standardisieren, und wir schlagen vor, bei einer einzigen Form zu bleiben. Eine Form soll gelten für den Hotelprospekt, eine für den Ortsprospekt, eine für den Regionalprospekt und eine für die Schweizer Landesprospekte. Der Ortsprospekt hat die Grösse 11 mal 22 (wie sie heute schon am meisten gebraucht wird), der Regionalprospekt etwas grösser (und natürlich dicker) und der Generalprospekt in eigener Aufmachung. Beim Hotelprospekt müsste man etwas mehr Spielraum lassen, ohne aber von den vier oder fünf aufzustellenden Grundlinien abzuweichen. Es wäre eine dankbare und schöne Aufgabe für die neugegründete „Schweizer Zentrale für Verkehrsförderung“, sich auch mit dieser Sache zu befassen und als Kontrollstelle zu wirken. Nach kurzer Zeit würde sich jedermann daran gewöhnen, den von der Aufsichtsinstitution vorgezeichneten Linien zu folgen, und man wäre froh, im Prospektwesen endlich einen Halt, einen Wegweiser gefunden zu haben. Die S.Z.V. wäre im Besitze sämtlicher in der Schweiz herausgegebenen Werbeprospekte, und der einzelne wüsste endlich, wo er unfehlbar seine Prospekte beziehen könnte, ohne zuerst an alle möglichen Adressen von existierenden und nichtexistierenden Regionalverkehrsvereinen schreiben zu müssen.

Ein wichtiger Abschnitt im Hotelreklamewesen ist die Rationalisierung, die Verhinderung überflüssiger Prospektausgaben. Der schweizerische Fremdenverkehr ist auf kein Land limitiert. Von überall her kommen in normalen Zeiten Gäste; sie sprechen Dutzende von Sprachen, aber fünf Sprachen sind vor allem wichtig: Deutsch, Französisch, Englisch, Italienisch und Holländisch. Also muss der Hotelier mit internationaler Kundschaft Prospekte in fünf Sprachen drucken? Im Gegenteil, es können sehr gut alle die gewünschten Sprachen (maximal fünf) in ein und demselben Exemplar nebeneinander aufgeführt werden. Die Werbeprospekte sind kein Aufsatztext; lange Aufsätze erwidern schon an sich für sich. Im Prospekt liest kein Mensch einen langen Text zu Ende. Dieser soll kurz, gedrängt und treffend sein, so dass viele und mehr Sprachen gut zur Geltung kommen. Für Zweisaison-Betriebe (z. B. Sommer und Winter) genügt ein Prospekt vollkommen. Er ist zudem propagandistisch bedeutend gewichtiger als eine getrennte Ausgabe. Das gleiche gilt für den Besitzer mehrerer Hotels. Ein Prospekt für die diversen Sprachen, Häuser und Saisons erspart nicht nur vor allem Geld, sondern ebensowohl Ärger und Unordnung. Die Übersicht ist einfach und klar — nicht aber dort, wo zehn verschiedene Ausgaben nebeneinander liegen und der Deutsch sprechende Gast einen holländischen Prospekt in die Hand bekommt, nun eben weil — die deutsche Auflage vergriffen ist!

Eine einheitliche Linie im Prospektwesen tut not — lassen wir uns den Gedanken wachhalten bis zum Wiederaufstieg des Fremdenverkehrs.

## Neuordnung der Herausgabe des italienischen touristischen Werbematerials

Hierüber berichtet die Agentur Roma der SSB: Auf Weisung des Ministers della Cultura Popolare, Direzione Generale del Turismo, wurde seinerzeit eine technische Kommission ernannt, welche alle Fragen der Neuordnung des genannten Werbematerials über den italienischen Tourismus zu prüfen und Vorschläge betreffend eine allgemein verbindliche Neuordnung auszuarbeiten hatte. Diese Arbeiten sollen heute abgeschlossen und die in nachstehenden Ausführungen dargelegten Richtlinien vom zuständigen Ministerium aufgestellt worden sein. Das neue Arbeitsprogramm sieht vor:

a) Ausgabe von Werbematerial durch die E.N.I.T.;

b) Ausgabe von Werbematerial durch die provinziellen und lokalen Organisationen.

Die Herausgabe von Material durch diese zwei getrennten, jedoch das gleiche Ziel verfolgenden Stellen, soll sich im Aufbau und Auswirkung harmonisch ergänzen.

Als oberster Grundsatz ist aufgestellt, dass die Herausgabe jedes touristischen Werbepublikation der Genehmigung durch das Ministero della Cultura Popolare unterstellt ist, um dadurch eine rationelle und einheitliche Arbeit zu garantieren und in der Lage zu sein, die den zentralen sowie den Ausstellungen übertragenen Aufgaben zu überwachen. Der E.N.I.T. ist die Erstellung folgender Publikationen übertragen:

Publikationen allgemeiner Natur über Italien. Publikationen über Fremdengebiete, die mehr als eine Region oder verschiedene Provinzen betreffen.

Der Ente Provinciale per il Turismo (E.P.T.) sind zugewiesen: Publikationen über die einzelnen Provinzen, während den Aziende Autonome und Pro Loco sowie weiteren lokalen Organisationen die Kurortprospekte der einzelnen Kurorte übertragen sind.

Die mit der Prüfung des bisherigen Werbematerials beauftragte Kommission kommt zum Schluss, dass die bestehenden Drucksachen neben vielen guten Eigenschaften nicht vollständig und ohne den „notigen Blick auf Ganze“ ausgearbeitet seien. Die heute übertriebene Vielgestaltigkeit sei einer einheitlichen Richtlinie betr. des nationalen Tourismus unterzorden. Es sei unbedingt notwendig, die bestehenden Drucksachen zu vereinfachen, zu vereinheitlichen und einige wenige in Format und Inhalt standardisierte Typen zu schaffen. Die E.N.I.T. ist bereits mit der Erstellung der folgenden Publikationen beauftragt worden:

Jahrbuch der italienischen Hotels; Kurzer Führer durch Italien in 3 Bänden; Führer der Kurorte Italiens in 2 Bänden; Das Rom Mussolini, Grossausgabe.

Diese Werke sollen in die wichtigsten Fremdsprachen übersetzt und zur Abgabe an besonders wichtige Besucher reserviert sein.

Ferner ist die Neuausgabe verschiedener bestehender Broschüren beschlossen, als: Allgemeiner Prospekt, Italien, zur Massenausgabe. Die Kunst in Italien, die Badeorte Italiens, die Heilwasser Italiens, die Berge Italiens, die italienischen Küste, die Küste.

Sofort nach der Neu-Herausgabe dieser Broschüren sollen an Hand genommen werden: Die Seen Italiens, Hochzeitsreisen, die Wallfahrtsorte Italiens, Sport, Musik, Gesang, Jagd, Fischerei und Angelsport, die italienischen Nationalparke, Trachten, Landwirtschaft, Industrie, Italien in Ziffern, der italienische faschistische Staat.

Das Arbeitsprogramm der E.P.T. in bezug auf die Erstellung von Werbematerial ist wie folgt umschrieben:

1. Unbedingt nötige Publikationen, welche die E.P.T. innert kürzester Frist herauszugeben hat. 2. Wünschbare Publikationen, die in den nächsten Jahren und je nach den zur Verfügung stehenden Geldmitteln zur Ausgabe gelangen sollen. 3. Gelegentliche Veröffentlichungen, besondere Anlässe, Messen, 4. Werbeprospekte, welche die einzelnen grösseren Städte betreffen.

Unter den ad 1. klassifizierten Prospekten wird unbedingt verlangt: ein farbiger Prospekt über die Provinz und deren Hauptstadt, mit entsprechender geographischer Karte und Stadtplan, Zufahrtsweg und zwar soll ein von der E.N.I.T. vorgeschriebenes einheitliches Format und Text in Frage kommen.

Als dringende Aufgabe der E.P.T. wird ferner die Ausgabe eines Auszuges für jede Provinz aus dem Jahrbuch über die Fremden- und Kur- und Badeorte Italiens (von der E.N.I.T. herausgegeben) sowie eines illustrierten Führers der Provinz und der Provinzhauptstadt bezeichnet.

Dem privaten Verleger sollen die Herausgabe von illustrierten Städteführern, grössere Werke über die einzelnen Orte in verschiedenen Sprachen überlassen werden. Den Badeorten wird empfohlen, eine auf wissenschaftlichen Grundlagen ausgebaute Broschüre zu Händen der Ärzte und der alpinen Kurorten und Wintersportzentren diejenige eines alpinen Führers und Skikarten zu erstellen.

Was die Ausgabe von Drucksachen in Fremdsprachen betrifft, ist zu erwähnen, dass bei der E.N.I.T. eine besondere Abteilung für Übersetzungen geschaffen werden soll, wobei die bis jetzt festgestellten Mängel einer fehlerhaften Übersetzung vermieden werden sollen. Die in Frage kommenden Sprachen (E.P.T.) haben bis zum 28. Februar 1941 der Direzione Generale per il Turismo die Entwürfe ihrer auf Grund dieser Verordnungen vorgesehenen Drucksachen einzureichen.

Von dieser Neuordnung wird bis heute die von der privaten Initiative, d. h. im besonderen von den Hotels, den Sanatorien und Kurhäusern, Reisebüros usw. herausgegebenen Publikationen nicht erfaßt, obschon die Herausgabe ebenfalls von der Genehmigung durch die Direzione Generale del Turismo abhängig ist.

## Kleiner Wunschzettel des Hoteliers für die kommende Wintersaison

Auf unsere Anregung hin, figuriert in der neuen Winterwerbeproschüre der SVZ auch der nachfolgende Wunschzettel, für dessen weitere Verbreitung in Gästekreisen der Pressedienst SVZ besorgt ist.

Verehrter Gast!

1. Denken Sie daran, dass es zahlreicher Vorkehrungen bedarf, bevor ein Hotel bereit ist, Gäste zu empfangen. Sie erleichtern uns diese Vorbereitungen durch möglichst baldige Anmeldung. Je frühzeitiger wir über Ihre Wünsche unterrichtet sind, um so besser können wir ihnen entsprechen.

2. Halten Sie sich an die einmal gemachte Vorausbestellung, die für beide Teile verbindlich sein soll.

3. Lassen Sie sich bei der Wahl der Ferienzeit nicht von althergebrachten Gewohnheiten beeinflussen. Schnee und Vergnügen winken nicht nur über die Feiertage oder im Februar. Auch der Januar ist ein echter Wintermonat. Bei besserer Verteilung der Gäste auf die Saison ist allen gedient.

4. Lassen Sie die Preise so gelten, wie sie Ihnen der Hotelier offeriert. Unsere Vorschläge sind äusserst knapp kalkuliert. Sie ertragen keine weiteren Abstriche. Trotz einer Verteilung der betriebswichtigen Waren um rund 20% versuchen wir, diesen Winter noch mit den Vorkriegspreisen auszukommen. Nur die fast hundertprozentige Erhöhung der Heizmaterialpreise soll teilweise durch einen bescheidenen und für alle Hotels verbindlichen Heizungszuschlag ausgeglichen werden. Achten Sie darauf, dass trotz minimaler Ansetzung der Tagespreise die Wochenarrangements noch eine weitere Vergünstigung bieten.

5. Auch wenn wir für behagliche Wärme besorgt sein wollen, müssen wir doch mit den Vorräten äusserst sorgfältig haushalten. Wir zählen auf Ihre verständnisvolle Unterstützung.

6. Die Rationierungsvorschriften für Lebensmittel gelten auch für die Hotellerie. Wenn die Vielfältigkeit der Menüauswahl und der Speisefolgen der rationellsten Verwendung der Küchenwaren untergeordnet wird, dann denken Sie daran, dass das schweizerische Gastgewerbe auch dann noch eine hervorragende Leistungsfähigkeit bewahrt hat.

7. Auch die Verdunkelung braucht Ihnen keine Sorge zu machen. Wir haben die notwendigen Vorkehrungen getroffen. Die Geselligkeit am Abend und der vergnügliche Ferienbetrieb werden nicht abgedrosselt.

8. Vielleicht finden Sie im altvertrauten Hotel nicht alle Ihnen bekanntgewordenen Gesichtspunkte wieder. Deswegen bleibt es doch bei der bisherigen umsichtigen Fürsorge für Ihr leibliches Wohl. Die Ersatzkräfte für den „Ober“, der an der Grenze steht, oder das Zimmermädchen, das den FHD-pflichtig ist, werden sich alle Mühe geben, dass Sie sich vom ersten Tage an wieder wie zu Hause fühlen.

## Die Fachecke

### Rationelle Suppenbereitung

Unmöglich, hier das Gebiet der Suppenbereitung annähernd nur einigermaßen zu beschreiben. Wir beschränken uns auf Rezepte, bei denen rationierte Waren Verwendung finden, mit denen besonders hauswirtschafter Umgang werden muss, nämlich Gerste und Hafer. Nach Prof. Dr. E. Bames sind in 100 g Gerste enthalten: Eiweiss 9,7 g, Fett 2,0 g, Kohlehydrate 68,5 g, Wasser 12,9 g und 339 Kalorien. Die Gerste als getrocknete Getreidefrucht gibt erst nach langsamem Aufweichen ihre ganze bindende Kraft ab.

Das Rezept selbst:

½ kg Gerste (mittelfein) . . . . .	—70	Fr. —35
250 g Schweinefett . . . . .	2.—	„ —50
250 g Zwiebeln, fein gehackt . . . . .	„ —10	„ —10
250 g Lauch . . . . .	„ —10	„ —10
250 g Mehl . . . . .	„ —10	„ —10
1 kleines Stück Speckschwarte, ger. . . . .	„ —30	„ —30
12 Liter Fleischbrühe . . . . .	„ —30	„ —30
1 Liter Milch . . . . .	„ —05	„ —05
Salz, Muskatnuss . . . . .	„ —05	„ —05
ergibt 12 Liter Gerstensuppe . . . . .	=	Fr. 5.15

Zubereitung: Die Gerste wird rasch durchwaschen und in 1 Liter lauwarmes Wasser über Nacht eingeweicht. Das Fett wird in passender Menge in die geröstete Gerste und die Zwiebeln und Lauch eingedämmt. Das Mehl fügt man hinzu, verjährt tüchtig, untermischend anschliessend die eingeweichte Gerste samt dem darin sich befindenden Wasser und giest mit höchstens lauwarmen Fleischbrühe auf. Unter öfterem Durchrühren der Suppe wird diese langsam zum Kochen gebracht, dann gibt man das Stück Schwarte hinzu. Vom Siedepunkt weg hat die Suppe noch eine Kochdauer von ca. ¾ Stunden, fügt dann zuletzt die Milch (ungekocht) nebst den Gewürzen bei und entfernt die Schwarte. Die Suppe auf obige Art zubereitet, ist von sehr schleimiger Konsistenz und reichlich dick, verursacht durch das langsame Aufquellen der Gerste. Das Beifügen einer Liaison ist nicht erforderlich.

Das Rezept für Hafersuppe:

½ kg grobe Haferlocken . . . . .	à —45	Fr. —25
Zwiebeln, Lauch, Sellerie . . . . .	„ —25	„ —25
250 g Fett . . . . .	à 3.—	„ —75
12 Liter Fleischbrühe . . . . .	à —30	„ 3.60
1 Liter Milch . . . . .	„ —35	„ —35
200 g Mehl . . . . .	„ —10	„ —10
Salz, Muskatnuss . . . . .	„ —05	„ —05
ergibt 10 Liter Hafersuppe . . . . .	=	Fr. 5.07

Zubereitung: Die Haferlocken in 1 ½ Liter lauwarmes Wasser über Nacht einweichen. In passender Kasserolle werden in heissem neutralem, Fett die feingeschnittenen Zwiebeln, Lauch und Sellerie (vorerst fein gewaschen) angeschwitzt, das Mehl beigefügt, gut verrührt, dann die Haferlocken samt Wasser, anschliessend die lauwarme Fleischbrühe unter tüchtigem Verrühren mit dem Schneebesen hinzugefügt. Das Rühren in kleineren Zellen bis zum Kochen der Suppe wiederholen. Nach erfolgter Kochdauer (40 Minuten) wird die Suppe durch das Spitzsieb in das Tuch passiert und durch dieses in die gewünschte



# Todes-Anzeige

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

Frau

## Bertha Schoenenberger-Wälchli

Hotel Schwanderhof in Schwanden

am 2. Dezember nach langem, geduldig ertragenem Leiden im 50. Lebensjahre entschlafen ist.

Wir bitten Sie, der verstorbenen Kollegin ein ehrendes Andenken zu bewahren.

Namens des Zentralvorstandes

Der Zentralpräsident:

Dr. H. Seiler.

## Der Wiedereröffnung unserer Fachschule entgegen

Unsere Fachschule wird ihre Pforten bald wieder öffnen! Entsprechend den Vorschlägen der Schulkommission und in Berücksichtigung der in Mitgliederkreisen vielfach geäusserten Wünsche hat der Zentralvorstand die Wiederaufnahme des Schulbetriebes im nächsten Frühjahr beschlossen. Dieser Entschluss ist ihm freilich angesichts der heutigen undurchsichtigen wirtschaftlichen Verhältnisse nicht leicht gefallen. Er wurde aber in der Überzeugung getroffen, dass es, allen Widrigkeiten der Zeit zum Trotz, möglich sein werde, das kommende Schuljahr erfolgreich zu gestalten.

Eine kurze Artikelserie wird unsere Leser über die einzigartigen Vorteile orientieren, welche den Teilnehmern des nächsten Kurses geboten werden sollen. Vorerst genüge der folgende Hinweis über das, was die Schule zu bieten in der Lage ist:

ein gründlicher, in sich abgeschlossener Fachkurs;

ein Küchenkurs nach vollständig revidiertem, den modernen Anforderungen angepasstem Programm;

einen instruktiven und zugleich angenehmen Aufenthalt in einer der prächtigsten Gegenden am Genfersee-Gestade.

Und dies alles zu wirklich vorteilhaftesten Bedingungen.

Dank der Weitsicht unserer Vorgänger sind wir in der glücklichen Lage, über eine eigene Fachschule zu verfügen, ein Institut, wie es in seiner Art wohl nur wenige im In- und Ausland gibt. Die unserem Nachwuchs zur Weiterausbildung hier gebotene Gelegenheit darf nicht ungenutzt verstreichen. Es sollte doch möglich sein, aus der Masse der Schweizer Hoteliers und ihren Familien immer wieder die nötige Zahl an Kurs-Teilnehmern zu rekrutieren. Alle, die dazu beitragen können, sollen sich im Interesse unseres beruflichen Bildungsniveaus eine Pflicht daraus machen.

Mitglieder, die ihr Kinder, Verwandte oder Bekannte in einem für den Besuch der Schule in Frage kommenden Alter haben, und die sich dem Hotelfach zuwenden wollen, denkt an unsere Schule!

Der Existenzkampf wird immer schwieriger. Eine solide Schulbildung, die auf wissenschaftlicher und zugleich praktischer Grundlage beruht, ist heute nötiger denn je. Die Schweizer Hotellerie sieht nach diesem Kriege auch wieder besseren Tagen entgegen. Sie wird verjüngt und den Zeiten angepasst aus dieser Krise hervorgehen. Wenn unsere Jugend dereinst die Führung in unserem Gewerbe übernehmen soll, so muss sie sich auf diese Aufgabe gründlich vorbereiten.

Diese Vorbereitung fällt in unseren Pflichtenkreis. Wir müssen daran denken und dazu Hand bieten, um damit die Zukunft unserer Kinder und unseres eigenen Berufsstandes sicherzustellen. Im übrigen verweisen wir auf die Ankündigung im Inseratenteil des Blattes.

Kasserolle. Dann fügt man die rohe Milch und die Gewürze hinzu, lässt sie richtig heiss werden und schmeckt sie richtig ab. Zur Vermeidung einer Hautbildung auf der Oberfläche wird mit dem Butterpinsel etwas flüssige Butter zerstrert. Auch hier ist eine Bindung nicht notwendig. Eier und Rahm können eingespart werden. Der Rest an Haferlocken ergibt noch eine währschafte Angestelltensuppe.

Nach Prof. Dr. E. Bames sind in 100 g Haferlocken enthalten: Eiweiss 14,4 g, Fett 6,8 g, Kohlehydrate 66,5 g, Wasser 9,8 g, Kalorien 395.

Augenmass und Handgewicht sind trügerisch. Es lohnt sich, sich an die genauen Gewichtsmengen des Rezeptes zu halten.

# Kriegswirtschaftliche Massnahmen und Marktmeldungen

## Weichkäse

Die eidg. Preiskontrollstelle erlässt folgende Verfügung (Nr. 485):  
r. Mit Wirkung ab 15. November 1940 dürfen die Preise für Weichkäse folgendermassen angepasst werden:

- Der höchstzulässige Preisaufschlag gegenüber Ende August 1939 beträgt:
- a) auf den Preisen des Fabrikanten an den Grosshändler Fr. —.73 je kg,
- b) auf den Preisen des Grosshändlers an den Detailisten Fr. —.79 je kg,
- c) auf den Preisen des Detailisten an den Konsumenten Fr. —.79 je kg.

Der bisher gültige Zuschlag von Fr. —.63 je kg wird demgemäss um 10 Rp. bei den Verkaufspreisen des Fabrikanten, um 16 Rp. bei den Verkaufspreisen des Grosshändlers und um ebenfalls 16 Rp. bei den Verkaufspreisen des Detailisten erhöht.

- 2. Die Preise von Weichkäse dürfen im Detailhandel gegenüber der Zeit vor dem letzten Preisaufschlag (1. November 1940) um durchschnittlich 3,5 Rp. je 100 g weiter erhöht werden.
- 3. Die maximal zulässigen Aufschläge sind genau einzuhalten. Rote Rappen dürfen nicht auf den nächsten Fünfer aufgerundet werden.
- 4. Soweit der Detailhandel üblicherweise Rabatte bzw. Rückvergütungen gewährt, können die in dieser Verfügung angesetzten Netto-Preisaufschläge entsprechend erhöht werden; jedoch darf sich, nach Abzug des Rabattes bzw. der Rückvergütung, äusserstenfalls der höchstzulässige Preisaufschlag gemäss Ziffer 1, lit. c., ergeben.

## Keine Schweinepreiserhöhung

Der „Bund“ berichtet:

Nachdem der Lebendgewichtpreis für Schlachtschweine vor einiger Zeit von Fr. 2.— auf Fr. 2.20 erhöht wurde, kam kürzlich eine neue Eingabe der Mäster um ein weiteres Zugeständnis. Die zuständigen Behörden haben indessen das Gesuch wegen mangelnder Motivierung abgewiesen. Es handelte sich in der Tat um eine blosser Ausnutzung der Marktlage, wo das Angebot seit Wochen dauernd zu gering ist. Es ist seit der letzten Erhöhung keine Veränderung in den Produktionsbedingungen eingetreten. Es wird auch hier immer geltend gemacht, die Weltmarktpreise für Futtermittel seien um 100 Prozent und mehr gestiegen seit Kriegsausbruch. Das ist richtig, aber leider sind seit Monaten die Zufuhrschwierigkeiten so gross, dass sozusagen kein so teures Futter über die Grenzen herinkommt. Gegenüber der Vorkriegszeit ist der Preis für Schlachtschweine um 46 Prozent erhöht worden, so dass die vermehrten Produktionskosten ausgeglichen sind, selbst wenn man annimmt, dass die Vorkriegspreise etwas zu tief waren.

Am 21. November wurde eine neue Schweine-zählung durchgeführt. Die Ergebnisse dürften in etwa 14 Tagen verarbeitet sein, und auf deren Grund werden die Behörden allfällige neue Verfügungen treffen.

## Höchstpreise für Weissmehl und Kochgriess

Gemäss Verfügung VI des eidg. Volkswirtschaftsdepartements vom 20. November 1940 über die Verarbeitung von Weizen, Roggen und Dinkel und über die Verwendung und den Verkauf der Mahlprodukte beträgt der Mühlen-Abgabepreis für Weissmehl und Kochgriess (aus Weich- und Hartweizen) ab 1. Dezember 1940 höchstens Fr. 62.— (bisher Fr. 55.50) je 100 kg. Diese Preisänderung bedingt eine entsprechende Korrektur der durch die Verfügung Nr. 475 geregelten Grossisten- und Detailpreise für Weissmehl und Kochgriess.

Mit sofortiger Wirkung treten nachstehende Höchstpreise für Grossisten-Lieferungen an Detailisten und für den Detailverkauf in Kraft:

Abgabepreis für Weissmehl und Kochgriess an Detailisten Fr. 64.— per 100 kg; Detailverkaufspreis, netto Fr. —.78 per kg.

## Der Landesindex der Lebenshaltungskosten

Der vom Bundesamt für Industrie, Gewerbe und Arbeit berechnete Landesindex der Kosten der Lebenshaltung steht Ende November 1940 mit 159.2 (Juni 1914 = 100) um 1,6 Prozent über Vormonatsstand und um 16,0 Prozent über dem Vorkriegsstand von Ende August 1939. Die Indexziffer der Nahrungskosten hat sich im Berichtsmonat um 2,9 Prozent auf 156,6 und der Brennstoffindex um 0,6 Prozent auf 140,9 erhöht. Die Gruppenziffer der Bekleidungskosten wird mit 158,0 und der Mietpreisindex mit 173,2 fortgeschrieben.

## 150 x Kartoffeln

Eine sehr zeitgemässe Publikation ist soeben von der Propagandazentrale für Erzeugnisse der Schweiz, Landwirtschaft herausgegeben worden. Es handelt sich um ein gediegenes aufgemachtes Büchlein von rund 60 Seiten. Neben 2 kurzen einleitenden Betrachtungen über „Allgemein gültige Regeln für das Zubereiten der Kartoffelgerichte“ und „Wie passen wir uns bei der Zubereitung der Kartoffelgerichte der Fett- und Butterknappheit an?“, werden darin 150 erprobte Kartoffelrezepte veröffentlicht. Ein vermehrter Kartoffelverbrauch ist aus Gründen der Landesversorgung eine unbedingte Notwendigkeit. Die leicht verständlich geschriebenen Rezepte werden mancher Hausfrau eine willkommene Gelegenheit bieten, Kartoffeln auch einmal anders als üblich auf den Tisch zu bringen.

Ebenfalls die im Anhang behandelten 2 Themen, „Beschreibung der einzelnen Kartoffelsorten“ und „Grundzüge der Kartoffelverarbeitung im Haushalt“ werden

ohne jeden Zweifel das Interesse der vorsorglichen Hausfrau finden. Es ist zu wünschen, dass das Werklein eine möglichst grosse Verbreitung findet. Es kann bei der Propagandazentrale für Erzeugnisse der Schweiz, Landwirtschaft, Sihlstr. 43, Zürich zum Preise von 50 Rp. je Einzel exemplar, aber auch beim Buchhandel bezogen werden. Bei grösseren Bestellungen werden entsprechende Rabatte gewährt.

## Konzessionierung des Weinhandels — Buch- und Kellerkontrolle

Der Schweizerische Weinbau-Verein teilt mit: Eine vom Schweizerischen Weinbau-Verein am 29. November 1940 nach Zürich einberufene Konferenz hat Kenntnis genommen von den Vorarbeiten für die Einführung einer schweizerischen Weinhandels-Bewilligung, sowie für eine durch die Berufsverbände durchzuführende obligatorische Buch- und Kellerkontrolle. Die anwesenden Vertreter der ostschweizerischen Weinproduzenten, des Weinhandels, des Gastwirtschaftsverbandes und der Lebensmittelkontrolle berieten die Durchführung dieser Massnahmen auf eidgenössischer Grundlage, von denen eine wirkungsvolle Sanierung der gesamten Weinwirtschaft zu erwarten ist.

## Saison-Dispensationen für Wehrmänner

Nachdem die zuständigen Militärbehörden die Zusicherung gegeben, Urlaubsgesuchen von Hotelangestellten, die für die kommende Wintersaison engagiert sind, wenn immer möglich zu entsprechen, darf erwartet werden, dass Wehrmänner, die einen Dienstvertrag abgeschlossen haben, für die Dauer der ganzen Saison dispensiert werden.

Bei der Beurteilung von Dispensationsgesuchen wird in der Praxis grundsätzlich auf die Bedürfnisse der Wirtschaft abgestellt. Dispensationsgesuche müssen daher vom Arbeitgeber und nicht vom Wehrmann eingereicht werden. Dispensationsformulare sind von allen kantonalen Arbeitsämtern oder vom Stellenvermittlungsdienst des Schweizer Hotelier-Vereins, Gartenstrasse 112 in Basel, zu beziehen. Der Wehrmann hat in erster Linie bei seinem Einheitskommandanten um Dispensation für die Dauer der Wintersaison nachzusuchen. Ist das auf dem gewöhnlichen Urlaubsweg nicht möglich, dann hat sein Arbeitgeber ein Urlaubsge such an die Generaladjutantur, Sektion für Dispensationen, in Bern zu richten, wobei die Formulare für die lokale Wirtschaft zu verwenden sind.

Die Mitglieder des Schweizer Hotelier-Vereins werden dringend gebeten, bei Personalbedarf Berufsleute zu berücksichtigen, die seit langer Zeit im Militärdienst stehen und keine Gelegenheit hatten, sich beruflich zu betätigen. Die Militärbehörden entsprechen zunächst Dispensationsbegehren von Wehrmännern, die schon längere Zeit Dienst getan oder schon vor dem Einrücken arbeitslos waren.

## Erleichterung beim Wehropfer für Aufenthalter

Der Bundesrat hat eine Änderung von Art. 4, Ziff. 1, Lit. a, und Art. 30 des Bundesratsbeschlusses über die Erhebung eines einmaligen Wehropfers beschlossen, die mit Rücksicht auf grosse Interessen unserer ohnehin notleidenden Hotelier für fremde, in der Schweiz keine Erwerbstätigkeit ausübende Aufenthalter eine Erleichterung vorsieht. Die Erfahrung hat gezeigt, dass die vorgesehene Ordnung der besonderen Lage vieler ausländischer Hotelgäste nicht genügend Rechnung trägt, namentlich dem Umstand, dass das gesamte Vermögen dieser Gäste in der Regel im Ausland liegt und dort hohen Steuern und Kriegsabgaben unterliegt. Es drohte die Gefahr einer Fremdenverweigerung und den Fiskus schädigenden Abwanderung.

Die vorgenommene Änderung besteht darin, dass für natürliche Personen, die in der Schweiz keine Erwerbstätigkeit ausüben, die die Wehroberpflicht begründete Aufenthaltsdauer von drei auf sechs Monate erhöht wird, das heisst auf die gleiche Dauer wie bei der Krisenabgabe und dass der Vermögensbemessung von Erhaltungsaufenthaltern das Zehnfache des jährlichen Aufwandes (statt des zwanzigfachen) zugrunde zu legen ist. (Bundesratsbeschluss vom 6. Dezember 1940.)

## Aus den Verbänden

### Verkehrsverein des Berner Oberlandes

Unter dem Vorsitz von Regierungsräsident Grimm tagte im Hotel des Alpes in Spiez die Generalversammlung des Verkehrsvereins des Berner Oberlandes. Den Bericht über das Geschäftsjahr 1939/40 legte Dr. Born ab. Er gab darin einen ausführlichen Überblick über die Tätigkeit des Vereins im ersten Kriegsjahr. Die Dispensationen für die Werbung waren durch den Ausfall des Auslandgeschäftes ganz empfindlich behindert worden und mussten auf das Gebiet der Schweiz beschränkt werden. Dem Bericht wie auch der Jahresrechnung — die sich im Rahmen des Budgets bewegt und mit einem kleinen Betriebsüberschuss abschliesst — wurde zugestimmt. Die Winterbettenzahl 1940/41 wurde auf Vorschlag des Vorstandes auf 50 Rp. pro offenen Bett festgesetzt.

Das Budget für das kommende Jahr trägt auch wieder der reduzierten Werbemöglichkeit Rechnung. Es wurde sowie auch der Winterwerbeplan — erläutert durch Nationalrat von Almen — gutgeheissen. In der Aussprache bat Direktor Schenk, Interlaken, den Vorstand, bei den zuständigen Behörden dahin zu wirken, dass die polizeilichen Massnahmen betreffend die

## DENNLER-Bitter

Magenbitter seit über 80 Jahren bewährt.  
DENNLER-Bitter Interlaken A.G., Interlaken.  
P. 9044 Y.

**Zugluft** bei Fenstern und Türen  
beseitigt **DITUSTRA**  
DITUSTRA schützt gegen Zugluft, Kälte, Lärm!  
**DITUSTRA erspart Heizmaterial!**

Prospekte und Muster durch:  
**Wanner & Co. A.-G. Horgen**  
Korkstein- und Isoliermittel-Fabrik

COMESTIBLES UND WEINE  
**RENAUD BASEL**  
ALLES FÜR KÜCHE UND KELLER  
PREISLISTEN ZU DIENSTEN

**HOTEL- u. WIRTEFACHSCHULE** Neuchâtel  
(Staatlich subventionierte Lehranstalt)  
Beginn des nächsten Kurses am Anfang Januar 1941 mit praktisch-theoretischem Lehrplan für Küche, Service, Keller, Buchhaltung und französische Sprache. Pensionspreis, alles inbegriffen, Fr. 160.— bis 170.— monatlich. Prospekte durch die Schulleitung.

Zu kaufen gesucht  
**Occasions-Küchen-Einrichtung**  
(Aluminium) für Restaurant mit 150 Sitzplätzen, gegen Kassa.  
Telephon Zürich 311 18.

**HOTELIA-VERLAG**  
Buchdruckerei E. Müller  
GSTAAD

Spezialgeschäft für  
Hotel-Drucksachen und Bureaubedarf

**DIE WINTERKURSE:**  
FACH- UND SPRACHEN (BUREAU):  
7. Januar bis 5. April  
SERVICE: Anfänger: 7. Jan. bis 8. März  
Vorkurse: 10. Febr. bis 8. März  
KÜCHE: 7. Januar bis 27. Februar und  
3. März bis 26. April  
Prospekt verlangen! Telephon 255 51  
**SCHWEIZ. HOTELFACHSCHULE LUZERN**

Vorteilhafte Putzmittel:  
KELLERS **Sandschmirselseife, Sandseife u. Seifensand**  
Chemische- und Seifenfabrik Stalden, Konolfingen

C 39

**FRIGOR**  
Die exquisite Milch-Chocolade Cailler mit erfrischender Mandelcreme.

**MEER**  
EFFINGERSTR. 21 BERN

**BERKEL**  
Aufschnittmaschinen  
rev. ab Fr. 350.— Automatische  
Wagen ab Fr. 240.—, National-  
kassen, Kassenschränke etc. billig.  
Frau Sigg, Zähringerstrasse 5,  
Zürich 1.

**TROCKENSULZE**  
Mit einem pikanten „Süzlitz“ auf der kalten Platte bieten Sie Ihren Gästen stets eine willkommene, erfrischende Abwechslung. Eine kunstgerechte Süzle ist nicht nur eine Augenweide, sondern ein wirklicher Hochgenuss für den Gast, aber nur dann, wenn die verwendete Süzle jenen reinen, natürlichen Geschmack aufweist.

**TROCKENSULZE**  
bietet Ihnen Gewähr dafür, weil sie die höchsten Anforderungen an Qualität befriedigt.  
Verlangen Sie bemusterte Offerte oder Vertreterbesuch.  
**Haco-Gesellschaft A.G., Gümliigen-Bern**

Das praktische Weihnachtsgeschenk für Ihre Angestellten!  
**«DER GAST»**  
von S. LÖTSCHER-VON BÜREN  
Ein unentbehrlicher Ratgeber für jeden im Hotelfach Tätigen.  
AUS DEM INHALT: Der Empfangsdienst - Der Hallendienst - Der Tafeldienst - Verkaufen - Am Buffet - Im Office - Guter Kaffee, gutes Geschäft - Die Küche als Seele des Hauses - Das Economat - Das Bureau - Auf der Etage.  
Hier abtrennen und als Drucksache (5 Rp.) im Couvert senden an  
**VERLAG AMSTUTZ & HERZOG, NUSCHELERSTR. 45, ZÜRICH 1.**

**BESTELLSCHHEIN**  
Der Unterzeichnete bestellt Exempl. „Der Gast“ zu Fr. 1.80, Total Fr. .... \*Der Betrag ist einschliesslich Porto durch Nachnahme zu erheben \*wird gleichzeitig auf Postcheckkonto VIII 28 107 einbezahlt. (\*Nichtzutreffendes streichen.)  
Name: .....  
Adresse: .....



## Tourisme et politique touristique

Depuis le début de la guerre de 1914, la politique économique de la Suisse s'est déployée en plus occupée du tourisme en général et de l'hôtellerie en particulier. Diverses mesures ont été prises pour venir en aide à cette dernière: sursis judiciaires, interdiction de construire, mesures juridiques et financières, etc. Il est curieux de constater que ces mesures ont un caractère provisoire, qu'elles ont toujours été prises pour une période très courte et qu'elles ont généralement été éphémères. Or, malgré la tendance constante du tourisme depuis la dernière guerre mondiale, les principes sur lesquels on s'est basé pour édicter ces prescriptions n'ont pas été modifiés. On a continuellement espéré, qu'un jour ou l'autre, l'état de choses d'aujourd'hui reviendrait. On avait l'illusion que la Suisse détiendrait toujours le monopole du tourisme international. En réalité cette situation de « pays de tourisme par excellence » est un peu surannée et il faut absolument nous adapter aux conditions actuelles.

L'importance du tourisme pour notre économie nationale et pour le standard de vie de notre population exige que l'on analyse à fond le but et les tâches nouvelles de notre politique touristique.

Constatons d'abord que l'industrie hôtelière qui est une des principales industries touristiques trouve la plupart de ses matières premières dans le pays et qu'elle utilise une partie de notre patrimoine national qui ont été difficilement employée à d'autres fins. Elle occupe aussi une partie de notre population qui ne pourrait guère, dans le pays, être affectée à une autre production.

Il est en outre établi qu'au cours de ces 30 dernières années le tourisme suisse est en dépression et que depuis bientôt dix ans, le trafic se maintient à un niveau extrêmement bas. Ne faut-il pas en conclure que le développement de notre tourisme a subi des modifications de caractère durable?

Une des causes de cet état de choses et la diminution catastrophique du tourisme étranger en Suisse. La réduction des revenus, les fortunes ébranlées par les variations monétaires, les charges fiscales toujours plus élevées, le prix de la vie en Suisse, les dépressions économiques et les événements politiques ont empêché de plus en plus les étrangers de venir dans notre pays; les tendances nationalistes, le fait que certains pays avaient un besoin urgent de devises étrangères ont aussi considérablement augmenté la concurrence étrangère. Des mesures ont été prises par presque tous les pays d'Europe et d'outre-mer pour adapter leurs prix aux possibilités de l'étranger et pour attirer des touristes chez eux. D'autre part, les restrictions intervenues dans le pays et des devises, dans les difficultés frontalières faites par de nombreux Etats à ceux de leurs ressortissants qui veulent se rendre à l'étranger, les influences politiques entravent énormément tout trafic international.

Ces tentatives et ces mesures ont donc pour résultat un éparpillement du tourisme, accentué par le développement des moyens de transport et la diminution générale du prix des voyages. Ces faits nous obligent à constater que les pays étrangers ont absorbé une partie du tourisme international au détriment de la Suisse.

Si le tourisme international diminue, le tourisme national accuse, depuis 1914, une tendance croissante et prend d'année en année plus d'importance. Cette tendance constante montre qu'il s'agit encore d'une évolution de caractère durable. Le trafic indigène va donc pouvoir offrir à l'hôtellerie touristique un certain minimum de fréquentation qui n'est pas négligeable si l'on songe à l'assainissement de notre industrie. Cela ne veut pas dire que le tourisme international perd son importance pour notre pays. Au contraire, car ce n'est pas le trafic indigène qui compensera la perte qui résulte de cette absence de touristes étrangers pour notre balance des paiements, mais cela signifie que la clientèle suisse devient de plus en plus une des bases de notre tourisme.

Autres constatations qui s'imposent: c'est que le développement des moyens de transports et la diminution du prix des voyages n'ont pas pour résultat une augmentation correspondante de la fréquentation touristique et que les modifications dans les habitudes de voyages ont eu des conséquences désavantageuses pour le tourisme suisse. En effet, la manie du changement a réduit considérablement la durée de séjour des hôtes et les facilités de déplacements les ont incités à changer non seulement de localité mais encore de pays. Les grandes villes, les plages maritimes, le climat du sud et les centres de culture les ont de plus en plus attirés. Les voyages populaires qui ont eu des résultats économiques heureux pour d'autres pays concurrents ont absorbé une grande partie des touristes habituels. Les excursions, les « tours », le trafic de fin de semaine s'est substitué au trafic de vacances et l'occasion de pratiquer les sports d'été n'aurait plus lieu. L'endroit même où l'on habite a remplacé les séjours d'été. Enfin, les chambres louées par des particuliers, les appartements, les maisons de vacances font aux hôtels une concurrence désastreuse.

Signalons encore que les transformations sociales et économiques ont eu des répercussions sur la qualité de la demande et que si les prétentions de celle-ci ont augmenté, une pression constante a été exercée sur les prix.

La guerre actuelle aura vraisemblablement de nouvelles répercussions sur le tourisme en créant de nouvelles données dans les rapports économiques, culturels et sociaux entre l'individu et l'Etat. Si une reprise du tourisme suisse n'est pas exclue une fois la guerre finie, il faut pourtant tenir compte du fait que la reconstruction économique de l'Europe verra une intensification

de la concurrence touristique internationale. Certains Etats du continent prennent déjà des mesures pour moderniser et améliorer les installations touristiques. Ils continuent à disposer d'un personnel qualifié, tandis qu'en Suisse, celui-ci menace de diminuer et les entreprises familiales tendent à disparaître aussi. Divers pays de l'Amérique du Sud sont en train de s'équiper pour recevoir des touristes et ils détournent de l'Europe une partie de la clientèle riche.

Ces modifications que nous venons brièvement d'esquisser nous obligent, dans les conditions actuelles, à tracer les lignes directrices d'une politique touristique nouvelle. Les expériences faites pendant 20 ans et les perspectives qu'offre l'avenir montrent que le principe appliqué jusqu'à maintenant: maintenir à tout prix, est suranné et qu'une solution durable est nécessaire.

La politique touristique suisse a devant elle trois tâches principales qui représentent au fond les trois stades de son assainissement: l'adaptation de l'offre à la demande; le désenclavement des entreprises en exploitation et le maintien de l'équilibre entre l'offre et la demande.

Abstraction faite des méthodes utilisées et des moyens à disposition, la durée d'exécution de ces tâches principales du programme sera conditionnée par le développement de la fréquentation qui dépend elle-même des conditions économiques et politiques générales. (A suivre)

## Restrictions dans l'utilisation des denrées alimentaires rationnées

Au cours de ces derniers mois nous avons à plusieurs reprises attiré l'attention de nos membres sur la nécessité de ménager les denrées alimentaires rationnées. Dans ce but nous avons aussi publié un appel de l'Office fédéral de guerre pour le ravitaillement, appel qui contenait maints conseils pratiques. Ces exposés et recommandations ont permis d'atteindre certains résultats, il semble cependant que ces mesures volontaires ne suffiront pas à résoudre le problème de notre ravitaillement. Les hôteliers prévoyants et consciencieux ont bien suivi nos conseils, mais il existe malheureusement toujours des gens qui estiment que cela ne les concerne pas.

L'Office fédéral de guerre pour le ravitaillement a récemment invité les associations représentatives des ménages collectifs et a demandé aux organisations professionnelles d'établir un programme d'économies. Ces dernières se sont immédiatement mises au travail, conscientes qu'il était urgent que l'hôtellerie s'adapte elle aussi aux conditions de ravitaillement de l'économie de guerre.

Nous avons, de notre côté, fait une enquête et nos membres nous ont communiqué certaines recommandations fort utiles que nous avons en partie déjà publiées. En collaboration avec les autres organisations de ménages collectifs, des propositions ont été réunies et soumises le 22 novembre à l'Office fédéral de guerre pour le ravitaillement au cours d'une nouvelle conférence. Ces propositions traitent surtout de moyens possibles pour réduire l'emploi des huiles et graisses comestibles, du beurre, de la crème, du sucre et du pain, ainsi que de la simplification des menus et des cartes. On prévoit que des prescriptions obligatoires seront publiées prochainement à ce sujet.

La vaste collaboration des associations professionnelles et des autorités et la compréhension dont ces dernières ont fait preuve à l'égard de l'hôtellerie et des ménages collectifs en général, montre bien que l'on cherche les moyens les plus raisonnables pour adapter notre industrie aux conditions d'approvisionnement dans lesquels nous nous trouvons. Nous avons demandé à nos autorités de continuer à observer les principes

## Réouverture de notre Ecole professionnelle à Lausanne\*

Notre Ecole va rouvrir ses portes! Grâce à l'encouragement et à l'appui moral unanime des membres de notre Société, le Comité central, secondé dans sa tâche par la Commission scolaire, a décidé la réouverture de notre Ecole professionnelle de Lausanne pour le printemps prochain. Cette décision, lourde de conséquences, a été prise en pleine connaissance de cause et avec la certitude que malgré la difficulté des temps, notre entreprise sera couronnée de succès.

Une série d'articles renseigneront nos lecteurs sur les avantages exceptionnels et sans précédent dont bénéficieront nos élèves cette année. Sachez pour l'instant que notre Ecole leur offre:

**Un cours professionnel ou**

**Un cours de cuisine entièrement remanié**

**et adapté aux exigences les plus modernes**

**Un séjour instructif et idéal dans l'une des plus belles contrées du Léman**

**à un prix défiant toute concurrence.**

Grâce à la prévoyance de nos aînés, nous avons l'immense privilège de posséder notre propre Ecole professionnelle, une insti-

tution qui n'a peut-être pas son égal dans le monde. Sachons en profiter. L'immense réservoir que constitue la masse des hôteliers de la Suisse toute entière doit pouvoir l'alimenter largement, et tous ceux qui le peuvent doivent se faire un devoir d'y collaborer.

**SOCIÉTAIRES**, qui avez des enfants, des parents, des amis en âge ou susceptibles de fréquenter notre Ecole, **RÉFLÉCHISSEZ!**

La lutte pour l'existence devient chaque jour plus difficile. Une instruction solide, basée sur des données scientifiques et pratiques éprouvées sont aujourd'hui plus que jamais nécessaires. Car l'Hôtellerie suisse n'est pas morte, elle revivra, mais rajeunie et transformée, libérée de la crise qui l'opprime aujourd'hui. Si notre jeunesse veut y avoir sa place, elle doit s'y préparer.

**Cette formation,**

**c'est à nous qu'elle incombe,**

**c'est notre devoir d'y penser,**

**c'est à nous hôteliers suisses de la réaliser pour assurer l'avenir de nos enfants et de notre profession.**

\* Voir notre annonce en dernière page.

## Réouverture de notre Ecole hôtelière

(voir notre article ci-dessous).

appliqués jusqu'à maintenant dans le rationnement des ménages collectifs et de renoncer au système des cartes qui a été pratiqué lors de la dernière guerre. Un autre vœu a encore été exprimé: c'est que les prix des produits indigènes soient maintenus aussi bas que possible. Sitôt que les prescriptions officielles seront publiées nous reviendrons encore sur cette question.

## L'obscurcissement général

Il est un fait indiscutable et particulièrement inquiétant, c'est que toutes les mesures prises par l'économie de guerre atteignent spécialement l'hôtellerie et les restaurants: limitation de la distribution d'eau chaude, fermeture anticipée des entreprises, réduction des quantités de combustibles disponibles, etc., etc. Et à cela s'ajoute l'obscurcissement général qui frappe durement les hôteliers et les restaurateurs. En effet, ceux-ci ne peuvent plus remplir leur mission qui est de satisfaire les aises de leurs hôtes et les clients restent de plus en plus à la maison, puisqu'ils trouvent chez eux plus de confort et ont moins à souffrir de l'économie de guerre que dans les lieux publics.

Comme on pouvait s'y attendre, l'obscurcissement a provoqué une nouvelle diminution de la clientèle et beaucoup d'entreprises qui ne vivaient que du chiffre d'affaires réalisé pendant la soirée voient celui-ci s'effondrer et leur existence même menacée. On comprend d'ailleurs que la plupart des hôtes tiennent à rentrer chez eux avant la nuit tombée, donc quittent les cafés et restaurants avant 10 heures du soir. En outre, cet obscurcissement compliquera la tâche et occasionnera des frais considérables aux hôtels de sports d'hiver qui ouvriront cet hiver et qui devront se plier aux prescriptions actuelles. En effet, lors des exercices, dans l'intérêt même des entreprises saisonnières, les autorités compétentes s'étaient montrées fort larges envers les hôtels. Et maintenant d'un seul coup, ce sont des dizaines et même parfois des centaines de fenêtres qu'il faut munir de rideaux, des centaines d'ampoules qu'il faut changer ou adapter aux circonstances. Les hôtels qui possèdent des volets ou des stores peuvent s'en contenter car, en fermant les rideaux intérieurs et avec une lumière réduite, on peut obscurcir suffisamment.

Mais la plupart des hôtels de sports ne possèdent pas de volets, car l'on a comme principe de laisser entrer le maximum d'air, de lumière et soleil possible. En outre, dans bien des cas les volets n'existent pas à cause des doubles fenêtres. Il faut dans ces cas-là avoir recours à du matériel d'obscurcissement. Le papier noir qui est bon marché ne suffit pas, car il ne peut être utilisé de façon durable. S'il faut l'enlever et le remettre chaque jour, il sera bientôt hors de service, on devra donc envisager l'achat d'étoffes, ce qui coûte facilement plusieurs centaines de francs. Or dans de nombreux cas, les hôtels en question ne seront pas en mesure de faire ces frais. Nous avons attiré l'attention de la section de défense aérienne passive sur ce fait et nous espérons que l'on pourra trouver un moyen pour que l'obscurcissement ne soit pas un obstacle insurmontable à l'ouverture de certaines maisons. Une autre complication se présente dans ce domaine, c'est le fait que, quoique ces étoffes ne soient pas rationnées, on a beaucoup de peine à s'en procurer, car les commerçants, même les maisons spécialisées dans ce genre d'article, n'en ont plus en stock.

D'autre part, l'hôtelier devra chercher lui-même à surmonter ces difficultés en faisant appel à son bon sens, en cherchant dans ses armoires ou dans ses réserves ce qui peut être utilisé pour cet obscurcissement. Il s'efforcera de faire des installations provisoires qui reviennent le meilleur marché possible. En diminuant le nombre des lampes et leur intensité, il y aura déjà beaucoup de fait. Enfin, il pourra aussi s'arranger avec les autorités de contrôle locales et fera en sorte qu'aucune lumière ne soit visible d'en haut, pour éviter que les avions qui passent à quelques centaines ou parfois quelques milliers de mètres au-dessus de nos têtes ne trouvent chez nous une « source d'orientation lumineuse » à moins que la lune, faisant fi de toute neutralité, ne s'en charge.

## Divers

### Petite liste des vœux de l'hôtelier

L'Office national du tourisme, donnant suite à une de nos suggestions a publié dans sa brochure à l'usage des hôteliers une « Petite liste des vœux de l'hôtelier », liste que nous lui avons transmise et que nous reproduisons ci-dessous. L'Office national du tourisme la fait figurer dans son service de presse ce qui assurera à cette liste une large diffusion. Nous espérons aussi que les hôtes voudront bien observer ces vœux; cela facilitera la tâche de l'hôtelier et lui permettra de mieux satisfaire les désirs de ses clients.

A nos Hôtes.

1. Songez un peu aux nombreuses dispositions qu'il faut prendre jusqu'à ce qu'un hôtel soit prêt à recevoir ses hôtes. Vous nous faciliteriez ces travaux préliminaires en vous annonçant aussi vite que possible. Plus tôt nous connaîtrons vos désirs, mieux nous pourrions les satisfaire.

2. Une fois que vous avez réservé des chambres à l'avance, souvenez-vous qu'il s'agit d'un arrangement qui engage les deux parties.

3. En choisissant l'époque de vos vacances, ne vous laissez pas influencer par de vieilles coutumes. Le soleil et la neige, le repos et les distractions ne sont pas uniquement l'apanage de quelques jours de fêtes et du mois de février. Le mois de janvier, lui aussi, est un des beaux mois de l'hiver. Une meilleure répartition des hôtes sur toute la saison serait utile à chacun.

4. Ne cherchez pas à faire modifier les prix fixés par l'hôtelier. Les prix que nous proposons sont calculés au plus juste, ils ne souffrent aucune réduction. Malgré un renchérissement d'environ 20% des produits utilisés dans l'hôtellerie, nous essayons, cet hiver encore, de maintenir les prix d'avant-guerre. Seule la hausse d'environ 100% du combustible doit être compensée partiellement par une taxe de chauffage obligatoire pour tous les hôtels. Nous attirons cependant votre attention sur le fait que malgré le niveau fort bas des prix habituels, les arrangements pour des séjours d'une semaine offrent toujours encore des avantages.

5. Quoique nous désirions qu'une chaleur agréable règne dans nos maisons, nous devons considérablement ménager les quantités de combustible qui nous sont attribuées. Nous comptons pour cela sur votre collaboration.

6. Les prescriptions concernant le rationnement des denrées alimentaires s'appliquent aussi à l'hôtellerie. Même si la variété dans le choix des menus et des mets est subordonnée à une utilisation rationnelle des marchandises, songez que l'hôtellerie suisse a conservé encore dans ce domaine une situation privilégiée.

7. Vous n'avez pas besoin de vous faire de soucis à propos de l'obscurcissement. Nous avons pris toutes les précautions nécessaires à ce sujet. L'atmosphère joyeuse des soirées, l'animation des fêtes ne seront, elles, pas obscurcies.

8. Il se peut qu'en retournant dans l'hôtel dont vous êtes un des fidèles habitués, vous ne retrouviez plus des visages connus qui s'empressaient à votre service. Pourtant, comme par le passé, tout sera fait pour que vous soyez bien soignés. Les remplaçants du Maître d'hôtel qui est peut-être sous les drapeaux, ou de la femme de chambre, mobilisée elle aussi dans les services complémentaires, feront tous leurs efforts pour que, dès le premier jour, vous vous sentiez chez vous.

[Renvoyez les copies de certificats s.v.p.]

Si la situation des hôteliers n'est pas enviable par les temps qui courent, celle des employés d'hôtel ne l'est pas non plus. Depuis le début de la guerre plusieurs grandes maisons sont restées fermées et de nombreux employés sont en quête d'emploi sans voir toujours leurs efforts couronnés de succès. La plupart doivent faire soulever un nombre considérable d'offres avant de parvenir à trouver une place. Pour faire ces offres, ils ont besoin de photographies, de copies de certificats, etc., ce qui leur occasionne des frais élevés proportionnellement à leurs modestes ressources.

Or, ces derniers temps, notre service de placement reçoit à nouveau de nombreuses lettres d'employés qui se plaignent d'avoir fait de multiples offres sans avoir reçu ni réponses, ni leurs copies de certificats et leurs photographies en retour.

Certes, il y eut toujours de telles négligences de part et d'autre, et nous connaissons aussi bien

des cas où des employés ne se sont pas donné la peine de répondre à des offres d'hôteliers. Mais s'il s'agit là d'exceptions regrettables, il faut éviter que de pareilles procédés ne se généralisent. Nous ne saurions donc trop répéter aux hôteliers: « Dès que vous avez fait votre choix parmi les offres que vous avez reçues, retournez immédiatement à leurs propriétaires les photographies et les copies de certificats. Ce faisant, vous éviterez à notre service de placement et aux employés de la correspondance et des frais inutiles. Songez surtout que dans les circonstances actuelles l'employé doit faire de nombreuses offres avant d'aboutir, qu'il a donc besoin des documents qu'il vous a envoyés. »

#### Les Allemands ont l'intention de faire du sport en Savoie

Une commission allemande d'officiers, accompagnée du chef de cabinet du ministre français des communications, vient de parcourir Mégeve, Saint-Gervais et Chamonix pour y étudier la possibilité d'envoyer cet hiver dans cette région des officiers et fonctionnaires allemands de la zone occupée. Les télégraphiques, les champs de ski et l'organisation hôtelière ont retenu leur attention.

Le ravitaillement en vivres et charbon serait assuré par l'armée allemande par l'intermédiaire des intendances allemande et française.

#### Nouvelles personnelles

##### Le directeur du Viège-Zermatt a soixante ans

Il n'est pas besoin d'être technicien du rail pour se rendre compte de l'œuvre magistrale qu'en vingt-cinq ans d'activité, de luttes et de réussites, le présent directeur des compagnies du Brigue-Viège-Zermatt, du Furka-Oberalp, etc., M. A. Marguerat a accomplie dans notre réseau haut-alpin.

Si notre tourisme peut se flatter d'avoir installé sur le toit de l'Europe un réseau ferroviaire qui ne le cède en rien à aucun réseau de plaine, le mérite en revient à l'ingénieur vaudois.

Ces états de services méritent d'être rappelés le jour où le directeur Auguste Marguerat fête ses soixante ans, sans attacher lui-même d'autre signification à cette date, probablement que celle d'un départ pour de nouvelles tâches. Les problèmes que la guerre pose pour la seconde fois à nos chemins de fer touristiques sont de ceux qui ont toujours captivé l'ingénieur-philosophe qu'il est. Ce n'est pas un hasard, peut-être, si l'on se trouve à la tête de la plus haute ligne à ciel ouvert du continent. Cela s'accorde à la hauteur de vues et à la limpidité du jugement qu'il apporte à toute chose. Qu'il agite littérature, art, musique, politique mondiale ou questions ferroviaires, c'est toujours le philosophe qui paraît, c'est-à-dire l'homme « qui voit l'ensemble ». Puisse le tourisme suisse le conserver longtemps encore.

#### A la tête du Monthey-Champéry

Pour remplacer M. Cottier, directeur de la compagnie Aigle-Sépey-Diablerets, décédé récemment, ladite compagnie et celle du Monthey-Champéry-Morgins ont décidé de confier la direction des deux chemins de fer de montagne à M. Bachmann, qui est actuellement à la tête du M.-C.-M.

#### Nécrologie

##### Un hôtelier séduisois décédé à Rome

De Rome arrive la nouvelle de la mort à l'âge de 63 ans de M. Maurice Métrailler, qui tenait le fameux Hôtel Colonna dont il était le propriétaire. L'honorable défunt était un hôtelier entendu qui, à Rome, était débordant de sympathies pour les Suisses et les Valaisans, ses concitoyens, qui s'y rendaient.

#### Avis

##### Association des Anciens Elèves E. H. L.

Le Comité de l'Association des Anciens Elèves de l'Ecole Hôtelière de Lausanne prie ses membres et spécialement ceux rentrés de l'étranger depuis la mobilisation, de bien vouloir lui faire parvenir leur nouvelle adresse en Suisse et éventuellement leur incorporation militaire, ceci pour le 15 décembre si possible.

#### Paiement des chèques de voyages italiens

L'Office suisse de compensation nous communique qu'il a dû à maintes reprises constater que les hôteliers payaient des chèques de voyages émis en Italie. Ceci est contraire aux prescriptions de l'arrêté fédéral du 23 juillet 1940 sur l'exécution de l'accord touristique italo-suisse et il en résulte des explications et une correspondance tout à fait inutile avec les banques en question qui ne peuvent honorer de tels chèques sans avoir une autorisation spéciale de l'Office suisse de compensation.

C'est pourquoi, dans leur propre intérêt, les hôteliers sont invités à observer les prescriptions suivantes:

1. Les chèques de voyages italiens portant la mention « Turismo svizzero » ne peuvent être payés que par les organes dûment autorisés par l'Office suisse de compensation (banques, bureaux de voyages, postes, C.F.F.).

2. Le paiement de tels chèques de voyages par des organes non autorisés et spécialement par les hôtels, est interdit et même punissable.

Fédération suisse du tourisme.



Wir offerieren ab Lager solange Vorrat einige Posten:

## Wolldecken

(gegen Karten)

### Piquédecken

### Waschtischvorlagen

### Steppdeckenstoffe

für neue Decken und zum Überziehen von alten Decken (ohne Karten)

### Teppiche aller Art

TEPPICHHAUS

# W. Geelhaar

Bern A.G.

6 EG 1869

Thunstrasse 7 · Helvetiaplatz · Thunstrasse 7

Telephon 2 10 58

## Réouverture

### ECOLE HOTELIÈRE S.S.H. LAUSANNE

DURÉE DES COURS: professionnels et cuisine du 15 avril au 15 octobre

ADMISIBILITÉ: Jeunes gens et jeunes filles dès 16 ans

FINANCE DU COURS: fr. 250.- par mois, réduction 10% aux membres S.S.H.

Pour tous renseignements s'adresser à la Direction

Papierservietten  
Plattenservietten  
Filterpapier  
Closepapier  
etc.

**ALBERT BARTH**  
Spezialhaus für Hotelbedarf  
ZÜRICH, Seestr. 2, Tel. 39311

## FIDES

### UNION FIDUCIAIRE

Rue de la gare 31 ZÜRICH Téléphone 57 840

Succursales à Bâle, Lausanne, Schaffhouse

Revision et tenue de comptabilités, établissement de bilans, expertises judiciaires, concordats, réorganisations, assainissements.

## Bilans

Mises à jour de comptabilités  
Etablissement de situations conformes à l'OF, du 22.10.40

**PIERRE CHAMBOSSÉ**  
Expert-comptable  
Rue de l'Arquebuse 8  
GENÈVE

ALLES FÜR IHREN KELLER

BIERE WEINE  
SPIRITUOSEN LIQUEURE  
MINERALWASSER  
SIPHON OBSTSAFTE

**ULMER A.G. & KNECHT**  
Zürich  
TELEPHON No. 41777 / 41779

VERLANGEN SIE PREISLISTE

## Bilans

Mises à jour de comptabilités  
Etablissement de situations conformes à l'OF, du 22.10.40

**PIERRE CHAMBOSSÉ**  
Expert-comptable  
Rue de l'Arquebuse 8  
GENÈVE

## Service

### eventuell Zimmerdienst

in nur seriösem gangbarem Gasthaus od. Hotel-Restaurant, Bündnerland oder Toggenburg bevorzugt. Zeugnisse und Photo stehen zu Diensten. Gefl. Offerten an Marie Tinner, Stieg, Trübsen, Rheimal.

## Ferien-austausch

Suche für Januar Bergaufenthalt, bevorzugt Berner Oberland, Engadin, für Gegenaufenthalt Gené, auch Frühjahr oder Sommer je nach Wunsch. Hotel-Pension Athènes, Gené.

Restaurateur cherche jeune dame comme

## Directrice-Caissière

pour Brass. Rest. 1er ordre, La préférence sera donnée à collaboratrice sérieuse, capable, très au courant de la partie et pouvant fournir apport de 5000 frs (garanti). Situation assurée. Discretion. Ecrire avec photo sous chiffre C. 40484 X, Publicitas, Lausanne.

Wegen Krankheit ist in Basel feine kleine

## Privatpension-Privatheim

in herrschaftlichem Haus mit grossem Garten abzugeben. Vorzügliche Lage. Offerten unter Chiffre F. R. 2897 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

## Weihnachtswunsch

Sekretärin-Vertrauensperson grosse, flotte Erscheinung, tüchtig, Geschäftsfrau, 30 Jahre alt, katholisch, sehr vermögend, wünscht

## Bekanntschaft

mit charakterfestem, flotten, tüchtigem Hotelier in guten Verhältnissen. Discretion Selbstverständlichkeit. — Zuschriften mit Photo erbeten unter Chiffre F. F. 2888 an die Hotel-Revue, Basel 2.

## Pacht-gelegenheit

für tüchtigen Pâtissier-Koch eines kl. modernen Kurhauses mit Tea-Room. Antritt 1. Januar. Offerten unter Chiffre G. E. 2870 an die Hotel-Revue, Basel 2.

## DIE ANNONCE

ist die Kraft, die immer wieder Umsatz schafft!

## Hotel garni

an bester Lage in Zürich neu zu vermieten.

Nur gut ausgewiesene Bewerber belieben sich unter Angabe von Referenzen zu melden unter Chiffre H. G. 2872 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

## TROESCH'S

### HOTEL-ZIMMER-TOILETTE

# Triumph

Unerreicht in Eleganz und Qualität.

**TROESCH & CO., A.-G.**  
BERN - ZÜRICH - ANTWERPEN

## Champagnes

div. marques. Lot à céder bonnes conditions. Ecrire sous chiffre C. H. 2861 à la Revue Suisse des Hôtels à Bâle 2.

Nur damit Sie nicht nicht vergessen!

W. KOHLER-BERN-SOHO

HAUS- UND WIRTSCHAFTSWAREN-ENGROS

TEL. 22 947

Wir halten stets ein Lager in

## Hotel - Journalen

(Recettenbücher) für Pensions- und Passantenhäuser. Extraanfertigungen in kürzester Frist.

**Koch & Utinger, Chur**

## HOTELIA-VERLAG

GSTAAD

Wir liefern prompt:

- Wochen-Rechnungen
- Passanten-Rechnungen
- Débours du Concierge
- Kassa-Quittungen (in 3 Sorten)
- Ankunftsscheine
- Gästepapier
- Kartenbriefe etc.

## HYGIENISCHE

Bedarfsartikel und Gummiwaren

Spezialmarke „Fronms Act“ 5.50; „Noverrip“ 4.50 p. Dtz. Preisliste Nr. 10 mit dem Recht auf interessanten Gut-schein gratis, verschlossen.

Sanitätsgeschäft P. Hübsher  
Seefeldstrasse 4, Zürich 8.

## KOCH sucht Stelle

als aide de cuisine od. Allein-koch ab Anfang Januar, event. früher. Zeugnisse stehen zu Diensten. Offerten an Albert Witwer, Gashof Löwen, Oberdiessbach (Kt. Bern), P. 4687 Y.

Tüchtige u. gewissenhafte

## Barmaid

deutsch, französisch u. englisch sprechend

sucht Engagement

Gefl. Offerten unter Chiffre F. A. 2868 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

## Hotel mit Restauration

(Jahresbetrieb) am Vierwaldstättersee ist auf kommandes Frühjahr an tüchtige Fachleute zu verpachten

Offerten unter Chiffre N 37475 Lz. an Publicitas Luzern.

Mitglied des SHV. sucht für seinen Sohn, 28 Jahre alt, gelehrter Konditor und Koch, gegenwärtig in der Rekrutenschule, der 7 Jahre meine Küche mit Erfolg führte, Stelle per 1. Januar 1941 als

## Alleinkoch

oder neben Küchenchef in grösserem Betrieb. Derselbe ist gross und stark. Seriöser Charakter. Offerten unter Chiffre H. B. 2871 an die Hotel-Revue, Basel 2.

## Christofle

CHRISTOFLE hat sich durch Erzeugung unerreichter Qualitäten in versilberten Bestecken und Tafelgeräten seit über 100 Jahren einen Weltruf erworben.

### DIE CHRISTOFLE-ZWEIFABRIK IN PESEUX-NEUCHÂTEL

dient ihren Kunden ausserdem durch Ausführung aller Art Reparaturen u. Wiederver Silberungen des abgenutzten Hotel-Silbers jeder Provenienz, unter ausdrücklicher Garantie und zu massigen Preisen.

Verlangen Sie unverbindl. Offerte od. Vertreterbesuch.

Adresse:  
**S. A. D'ORFEVRIERE CHRISTOFLE PESEUX-NEUCHÂTEL**

## CHAMPAGNES

GEORGE GOULET LANSON Père et Fils J. BOLLINGER REIMS REIMS AY

Agents généraux pour la Suisse

## RENAUD S.A. BALE

Allererstklassiges, kleineres Hotel in grösserer Stadt sucht ab Beginn 1941 sehr tüchtigen, selbständigen, gut präsentierenden und nüchternen

## Direktor

Es kommen nur zielbewusste und initiativfähige Bewerber in Frage, die über einen tadellosen Leumund verfügen, das Hotelfach von der theoretischen und praktischen Seite genau kennen und sich auf eine Reihe erstklassiger Zeugnisse und Referenzen stützen können. Alter 35 bis 45 Jahre. Sprachenkundig, verheiratet.

Vom gleichen Hotel wird für bald ein tüchtiger, junger

## Chef de réception - Kassier

(flotter Korrespondent) gesucht. Alter 28 bis 35 Jahre. Sprachenkundig, gut präsentierend, mit besten Zeugnissen und Referenzen versehen. Handgeschriebene Offerten mit Zeugniskopien und Photo wolle man gerichten unter H. 9086 Y. an Publicitas Zürich.

## Grand Hotel Quellenhof Baden

Infolge Todes des bisherigen Direktors suchen wir für unser Haus einen

## Pächter, event. einen neuen Direktor.

Interessenten belieben sich bis 20. Dezember 1940 zu melden bei dem Präsidenten des Verwaltungsrates, Herrn Architekt Eug. Schneider, Baden.