

**Zeitschrift:** Hotel-Revue  
**Herausgeber:** Schweizer Hotelier-Verein  
**Band:** 61 (1952)  
**Heft:** 34

**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:** 22.01.2025

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

# HOTEL-REVUE

Schweizer Hotel-Revue Revue suisse des Hôtels

Organ für Hotellerie und Fremdenverkehr

Organe pour l'hôtellerie et le tourisme

Eigentum des Schweizer Hotelier-Vereins

Propriété de la Société suisse des hôteliers

Einzelnummer 50 Cts. le numéro

Inserate: Die einspaltige Millimeterzeile oder deren Raum 33 Rp., Reklamen Fr. 1.10 pro Zeile. Bei Wiederholungen entsprechender Rabatt. Abonnement: Schweiz: jährlich Fr. 20.-, halbjährlich Fr. 12.-, vierteljährlich Fr. 6.50, monatlich Fr. 2.50. Ausland: bei direktem Bezug jährlich Fr. 25.-, halbjährlich Fr. 14.50, vierteljährlich Fr. 8.-, monatlich Fr. 3.-. Postabonnemente: Preise bei den ausländischen Postämtern erfragen. Für Adressänderungen ist eine Taxe von 30 Rp. zu entrichten. Verantwortlich für die Redaktion und Herausgabe: Dr. R. C. Streiff. - Druck von Emil Birkhäuser & Cie. AG., Elisabethenstrasse 15. - Redaktion und Expedition: Basel, Gartenstrasse 112, Postcheck- und Girokonto: V 85, Telefon (061) 58690.

Annonces: Le millimètre sur une colonne 33 centimes, réclames 1 fr. 10. Rabais proportionnel pour annonces répétées. Abonnements: douze mois 20 francs, six mois 12 francs, trois mois 6 fr. 50, un mois 2 fr. 50. Pour l'étranger abonnement direct: douze mois 25 francs, six mois 14 fr. 50, trois mois 8 francs, un mois 3 francs. 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. Responsable pour la rédaction et l'édition: Dr. R. C. Streiff. - Imprimé par Emil Birkhäuser & Cie. S.A., Bâle, Elisabethenstrasse 15. - Rédaction et administration: Bâle, Gartenstrasse 112, Compte de chèques postaux N° V 85, Téléphone (061) 58690.

Nr. 34 Basel 21. August 1952

Erscheint jeden Donnerstag

61. Jahrgang

61<sup>e</sup> année

Paraît tous les jeudis

Bâle, 21 août 1952 N° 34

## Trois Américains — trois méthodes

Quel est donc cet auteur français qui, usant d'un pseudonyme pendant la dernière guerre, avait publié chez nous une étude sur la propagande politique? Nous avons relevé quelques appréciations sur le mécanisme psychologique de l'opinion et ce qu'il en disait ne nous avait pas paru absolument étranger à la conception d'une forme générale de propagande qui est restée nôtre — à l'exclusion de toute machination d'ordre politique.

L'auteur constatait qu'une propagande standard est rarement applicable et qu'il est nécessaire de faire varier la forme de l'idée selon l'auditoire, sans en altérer le fond ni la doctrine. Les observateurs placés à l'étranger donnent une température précieuse de l'opinion et notre auteur ajoutait ceci, que nous avions inscrit dans un calepin, entre un relevé de dépenses dont l'addition s'allongeait atrocement, comme un nez de débiteur, et une série de notes d'ordre militaire, bien alignées et parfaitement confuses.

Voici cette appréciation, valable pour des thèmes non stratégiques, on en conviendra:

*Dans la pratique, l'erreur fréquente des propagandes actuelles, destinées à l'échelon international, a été de consacrer à l'exportation des thèmes et, surtout, des formes qui eussent dû être strictement réservés à l'usage interne et n'en pas sortir sans une sérieuse relecture et un changement de rythme.*

Il convient donc de connaître le caractère réactif mental des pays. Et c'est à quoi s'emploient, avec autant de zèle que d'adresse, les directeurs des agences de l'Office central suisse du tourisme à l'étranger, et leur personnel. Les lois de propagande sont formelles et le «la» est donné à Zurich, avec un changement de diapason pour toutes les gammes de l'étranger.

Le réel critère de la bonne propagande est le succès. Et l'on admettra que les faits sont là, encolonnés, chiffrés, éloquentes et prometteurs.

Pour prendre un exemple tout récent, voyons les «Fêtes de Genève» qui se sont déroulées il y a quelques jours avec un succès dont on est heureux de complimenter les organisateurs. Trois reporters de radio étaient accourus d'Allemagne, d'Italie et du Canada. Ils n'étaient pas tombés à l'improviste. Les agences de l'O.C.S.T. à Francfort et à Milan avaient soigneusement documenté MM. Antes et Baroni, respectivement, cependant que M. Wassermann, représentant la radio canadienne, était conseillé et piloté par les deux sièges de Zurich et de Lausanne.

L'improvisation exige du talent, mais ce dernier ne s'improvise pas.

\* \* \*

Mais si nous en venions aux trois Américains de notre titre?

Ils ne se ressemblent guère, mais tous trois sont animés de sentiments sympathiques à la Suisse.

\* \* \*

Le premier que nous avons accueilli, il y a dix jours, n'en était pas à son premier voyage en Suisse. Il s'est toujours affirmé comme un ami de notre pays. Mr. Cornelius Vanderbilt jr. a, en effet, beaucoup voyagé. Il a interviewé les grands de ce monde: ceux qui le

sont restés, dans la mémoire de beaucoup; et ceux dont l'ampleur fut essentiellement buccale et qui se sont tus, définitivement, dans l'écho des sanglantes batailles qu'ils déclanchèrent. Neil Vanderbilt est un homme d'action, fort intelligent, très cultivé et dont les initiatives ne se comptent pas. Il y a deux ans, nous l'avions rencontré sur les bords du Léman où il avait croqué, camera en main, quelques secteurs de notre capital touristique. L'année dernière, il s'était attardé à filmer des activités industrielles, sans oublier le décor extérieur, avec des aspects folkloriques qui furent fort appréciés par les millions de fidèles de la télévision américaine. Cette année, Neil Vanderbilt nous est revenu. Il en avait à une pyramide classique qui domine Zermatt et dont les aspérités sont assurément polies et repolies par le tir des milliers d'appareils photographiques et cinématographiques qui la voulaient et la veulent encore immortaliser. Toute une journée de travail, quelque trois cent mètres de film pour une bonne cause qui s'enrichira d'un décor alpestre et lacustre de la meilleure veine.

Mais Mr. Vanderbilt est aussi, et surtout, un journaliste, qui rédige tous les trois jours un bulletin («Vagabonding with Vanderbilt») auquel quatre cents quotidiens et périodiques des Etats-Unis réservent le meilleur accueil. Il donne des conférences, pour commenter ses films: une cinquantaine, l'hiver dernier, en divers Etats. Et il a fait construire une énorme trailer, tiré par une voiture et qui pèse 4500 lbs et atteint 32 feet de longueur, avec quatre chambres à deux lits, une salle de bains, la radio, la télévision, une salle de projection pour films que l'on souhaite fréquemment helvétiques et puissamment évocateurs.

Nous reverrons Neil Vanderbilt, l'année prochaine, avec le même plaisir.

\* \* \*

Le second de nos amis américains est Mr. Tom Maloney, rédacteur en chef et propriétaire d'une revue mensuelle très répandue dans le monde entier (U.S. Camera) qui était chaudement recommandé par Henry Pili-chody, de New-York.

Tom Maloney ne «découvrait» pas la Suisse, mais il l'avait un peu perdue de vue, comme disent les esprits circonspects. De la Suisse orientale à la Suisse romande, en passant par le centre du pays et en aboutissant au Tessin, il braqua alternativement trois appareils sur de prestigieux décors de pierre, de roc, d'eau et de verdure, sans oublier les humains qui ont aussi leur raison d'être. Ce réputé reporter fit, à une quarantaine de bobines de films, un sort que l'on souhaite favorable à la cause touristique de notre pays. Nous avons pu apprécier son art à donner vie et couleur à des images qui seront commentées dans les colonnes de U.S. Camera.

Cela incitera certainement les profanes à voir tout cela — si typiquement helvétique — de plus près et les professionnels à rivaliser d'ardeur pour faire mieux que le plus expert des éditeurs.

Le moment nous semble venu de dire que la tâche de l'O.C.S.T. est facilitée par l'amabilité dont les dirigeants des entreprises de transports et les directeurs des hôtels donnent des preuves sympathiques. Même en cet été fort encombré, en toutes classes et à tous les

étages, ces précieux collaborateurs s'ingénient à mettre en évidence les ressources dont dispose la Suisse touristique. Et le fait que le patron ne craint pas de mettre la main à la pâte, pour servir un plat spécial ou un crû régional, contribue à mettre tout le monde à l'aise.

\* \* \*

Ce que nous en disons est valable aussi pour le troisième Américain que nous entendons présenter: Mr. Maurice G. Dreicer dont il est question dans ce même numéro et qui prit l'initiative d'offrir à la Confédération suisse, en la personne de M. le conseiller fédéral Escher, la distinction touristique symbolisée par un T en or. Né à New-York, Mr. Dreicer a suivi les cours des universités de Pennsylvanie et de Virginie, après avoir passé son bachot en Floride. D'emblée, il s'affirma debater de taille en intervenant au cours d'échanges publics opposant des équipes d'étudiants américains à ceux d'Oxford et de Cambridge.

Mais Mr. Dreicer ne paie pas que de mots. Il se lança dans la carrière radiophonique et ne tarda pas à s'imposer dans des échanges touchant aux thèmes les plus divers où la propagande s'affirme carrément, par le verbe ou par l'image. Collaborateur attiré de plusieurs postes de radio que l'on ne saurait énumérer ici, Mr. Dreicer a imaginé des distinctions appropriées à l'objet qu'il veut pousser. Le «T» du Tourisme, octroyé à titre personnel, est allé à M. Hans Badrutt, de St-Moritz et l'on sait que c'est la première fois qu'il a

été attribué à un Etat, mardi 13 août. Lorsque le propagandiste a été chargé de chanter les mérites de l'orange de Floride, le Gouverneur de cet Etat a reçu le diplôme de l'Or en or; quand il a fallu pousser les pamplemousses, le Gouverneur de l'Etat du Texas fut honoré d'un golden G (pour grapefruit); le Gouverneur du Maine, cet Etat aux deux mille lacs et étangs, a certainement fait encadrer le diplôme en or consacrant les vertus de l'écrevisse, qui lui fut remis par l'ingénieur agent de publicité qui désire stimuler la consommation des crustacés.

Ce qui importe, c'est l'autorité que l'on accorde, aux Etats-Unis, aux articles de Mr. Dreicer, chroniqueur attiré de «Travel Agent», qui collabore également au «Travel Magazine» et au «New York Enquirer». Ce sont aussi les témoignages que ce gourmet dûment qualifié emportera de son séjour en Suisse et qui vaudront à notre pays de n'être point seulement catalogué comme territoire touristique aux conditions idéales pour l'équipement et pour les prix, mais aussi pour la table et pour l'accueil.

\* \* \*

Chacun dans son secteur, chacun dans sa manière. Nous nous réjouissons de pouvoir compter sur le talent et sur la foi de chacun des trois hôtes de cet été: le publiciste Vanderbilt, par ses écrits et par ses causeries filmées; le journaliste Maloney, par ses images commentées; le gourmet Dreicer, par ses chroniques et par ses propos.

Travel

## Voreiliges Urteil über die Sommersaison

In einem Teil der Tagespresse war dieser Tage von einem „glänzenden Verlauf der Sommersaison“ die Rede. Gleichzeitig wird in dem betreffenden Artikel den Verbänden des Fremdenverkehrs und der Hotellerie der Vorwurf gemacht, sie orientierten die Öffentlichkeit nicht über die gegenwärtige Frequenzlage und dieses Schweigen entspringe vermutlich der bestimmten Taktik, nichts zu sagen, wenn es gut gehe, da man mit Rücksicht auf die Eisen, die man im Feuer habe, offensichtlich die Verbreitung von Pessimismus für nützlicher halte als diejenige von Optimismus.

Der Verfasser des in zahlreichen Zeitungen erschienenen Artikels irrt, wenn er glaubt, wir würden absichtlich der Öffentlichkeit die Wahrheit über die Frequenzlage vorenthalten. Einen Pessimismus zu schüren, der in den Tatsachen keine Fundierung findet, liegt nicht auf der Ebene unserer Verbandspolitik. Andererseits hätte es auch keinen Sinn, voreilig eine Bilanz zu ziehen, bevor das definitive Ergebnis vorliegt. Die Saison ist ja noch nicht zu Ende. Vielerorts setzte sie zu spät ein. Aus der Tatsache, dass Ende Juli/Anfang August während ca. 3 Wochen, d.h. während der eigentlichen Ferienzeit, die Hotels in den Bergen voll besetzt sind — an Ausnahmen fehlt es auch da nicht — berechtigt noch keineswegs zu der Behauptung von einem glänzenden Saisonverlauf. Es wäre wirklich bitter um unsere Saisonhotellerie bestellt, wenn sie nicht einmal während der Zeit des Ferienhochbetriebes ihre Betten zu besetzen vermöchte. Die Raumnot in der Hochsaison ist eine durchaus normale Erscheinung, weil sich der Verkehr auf wenige Wochen konzen-

triert. Bei den heutigen Unkosten, die im Vergleich zu der eisernen Preisdisziplin der Hotellerie noch ständig steigen, fallen die *Belegungsziffern der Vor- und Nachsaison entscheidend ins Gewicht*. Wir erwähnten bereits, dass die Saison an den meisten Plätzen spät einsetzte. Aber auch in der Nachsaison war es bisher in der Hotellerie mit der Bettenbesetzung immer noch schlecht bestellt. Wie die diesjährige Nachsaison ausfallen wird, ist noch ganz ungewiss. Viele Faktoren können deren Verlauf ungünstig beeinflussen. Ein radikaler Witterungswechsel wäre zweifellos verhängnisvoll. Vor allem aber macht sich das *Ausbleiben der zahlungskräftigen englischen Kundschaft*, die uns immer die „sesshaftesten“ Gäste lieferte, sehr nachteilig bemerkbar. Die Folgen der britischen Devisenrestriktionen werden daher ganz besonders in der Nachsaison in Erscheinung treten, indem die schmalen Kopfquoten gerade jenen guten, traditionellen Gästen, die ihren Ferienaufenthalt nicht auf die Zeit der Hochsaison zu beschränken pflegen, ein längeres Verweilen in unserem Lande verunmöglichen und sie häufig genug dazu veranlassen, unserem Lande überhaupt ferne zu bleiben.

Geradezu *grotesk* ist es, von einer *Taktik der Verbände* zu sprechen, die eine Verbesserung der Lage verschweigen. Niemand freut sich mehr darüber, wenn endlich ein Hoffnungsschimmer aufleuchtet, als die Hotellerie und ihre Organisation, der Schweizer Hotelier-Verein. Nach unzähligen ertragswirtschaftlich unbefriedigenden, ja grossenteils miserablen Jahren wäre es für uns die grösste Genugtuung, verkünden zu können, dass sich die Lage der Saisonhotellerie grundlegend

zum Bessern gewendet habe. Weil wir an die Zukunft unseres Beherbergungsgewerbes in den Saisongebieten glauben, hoffen wir, dereinst in die Lage zu kommen, von einer wirtschaftlichen Erholung und Erstarkung unseres schönen Gewerbes berichten zu können. Dazu genügt jedoch ein gutes Frequenzjahr nicht, denn während Jahrzehnten an Substanz aufgezehrt wurde, lässt sich nicht von heute auf morgen ungeschehen machen. Überhaupt sind gute Frequenzen, obwohl eine unerlässliche Voraussetzung für einen geschäftlichen Erfolg, heute keineswegs mehr ein schlüssiges Symptom für die ertragswirtschaftliche Lage der Hotellerie. Im Bericht der Luzerner Konferenz, dessen Feststellungen ein um so grösseres Gewicht zukommt, als es sich nicht um ein Dokument der fremdenverkehrswirtschaftlichen Interessenpolitik handelt, wurde die Tatsache nachdrücklich unterstrichen, dass bei der nachkriegszeitlichen Preis/Kosten-Konstellation in der Hotellerie eine weit höhere Bettenbesetzung erforderlich ist, um dem Beherbergungsgewerbe eine volle Kostendeckung zu ermöglichen als in der Vorkriegszeit. Kein Geringerer als Herr Bundesrat Dr. Markus Feldmann hat an der Delegiertenversammlung

des SHV. in Montreux darauf hingewiesen, dass mit den besten Frequenzen allein der Hotellerie noch nicht geholfen ist, indem er an die Feststellung, die Schweiz habe als Touristenland ihre internationale Konkurrenzfähigkeit wiedererlangt, die weitere knüpfte: „Gewiss ist diese internationale Konkurrenzfähigkeit nur eine Seite des Problems; die innerwirtschaftliche Problematik der Kostendeckung ist damit nicht gelöst.“ Damit wird von höchster Stelle in unmissverständlicher Deutlichkeit bekräftigt, dass die Crux das *Unkostenproblem* ist. Dass diese Tatsache immer wieder geflüchtig ignoriert wird, beweist, wie das für den erwähnten Artikel über den „glänzenden Verlauf der Sommersaison“ zutrifft, dass man vielfach die Lage der Hotellerie nicht mit der gebotenen Objektivität beurteilt.

Wir geben nachstehend einer Zuschrift aus Kreisen der Hotellerie eines unserer bedeutendsten und bestfrequentierten Fremdenplätze wieder, die in Ergänzung des hier Ausgeführten in trefflicher Weise auf die *Problematik des Frequenzrummels* während der Hochsaison hinweist und die auch dem Ausstehenden verständlich machen dürfte, dass nicht alles Gold ist, was glänzt.

## Bemerkungen zum Tage

(Me) Die durch die englische Regierung am 29. Januar dieses Jahres verfügte Herabsetzung der Kopfquote für englische Ferienreisende nach der Schweiz auf 25 Pfund vermochte manchen Hotelier nachdenklich zu stimmen. Einmal mehr musste er sich davon Rechenschaft geben, wie sehr sein Geschäft und seine Existenz den politischen und sozialen Umwälzungen im Ausland preisgegeben sind. Wer sich in der Zeit des vergangenen kalten Januars und des unfreundlich düsteren Februars die allfällig zu erwartenden Konsequenzen der Massnahmen der englischen Regierung auszumalen getraute, dem musste um die kommende Saison, deren Vorbereitung eben so recht im Gange war, wirklich bange werden. Wohl sprach man von einer gewissen Kompensation des unvermeidlichen Ausfalls an Engländern durch die USA. und Deutschland. Aber jener Hotelier und jener Kurort, die während der vergangenen Jahre von hundert Gästen durchschnittlich 45 zu den englischen zählen konnten, sahen damals in den Zeitungsmeldungen bezüglich den USA. und Deutschland einen wenig grossen Hoffnungsschimmer. Schon meldeten sich auch die englischen Reisebüros und verlangten zum Teil massive Reduktionen der bereits vereinbarten Preise, und die nicht einmal immer versteckte Drohung, im negativen Falle ihre Klienten z. B. nach Österreich oder Deutschland zu schicken, verfehlte da und dort begreiflicherweise eine gewisse Wirkung nicht. Manch einer machte gegenüber den Reisebüros weit grössere Konzessionen, als ihm nach reiflicher Überlegung lieb sein konnte; denn auch die Reisebüros traf die erwähnte Massnahme empfindlich, und Exkursionen mussten unter allen Umständen durchgeführt werden können. Dafür sollte nun der Hotelier zahlen!

Ein gütiges Schicksal war uns wohlgesinnt: Die berechtigten Befürchtungen in bezug auf die *Frequenz* traten glücklicherweise nicht ein. Die USA. und Deutschland vermochten tatsächlich den Ausfall an Engländern auszugleichen. Es ist dies eine durchaus erwähnenswerte Tatsache, betragt doch der Rückgang an Logiernächten der Engländer da und dort bis über 40%. Nach einer teilweise befriedigenden Vorsaison, die den Vorjahren in bezug auf die Frequenz nicht nachstand, herrscht heute an allen Orten Hochsaison. Wir wollen uns darüber aufrichtig freuen. Man darf von einer *guten Saison* sprechen, der allerdings ein grosser Mangel anhaftet: Es fehlen einfach die Engländer. Nicht dass auch alle andern Gäste bei uns gleichwohl willkommen wären. Aber gerade das empfindliche Fehlen des Engländers wirft seine Schatten über jeden Hotelbetrieb und wird vom Hotelier bis hinunter zum untersten Angestellten in gleicher Weise empfunden. Durch dieses teilweise Ausbleiben des Engländers, der in früheren Jahren bekanntlich 5 bis 7 Tage Aufenthalt nahm und zu den treuesten Pensionären zählte, trat auf der ganzen Linie eine *fühlbare Verkürzung der Aufenthaltsdauer* ein. Diese Tatsache, in deren Zusammenhang nun auch noch ein *massiver Rückgang der Küchenrendite* gebracht werden muss, stellt uns vor die

unerfreuliche Situation, dass trotz besserer Frequenz der *Ertrag* in unsern Saisonhotels *geringer ist als in den Vorjahren*.

In den letzten Jahren hat sich eine völlig neuartige Entwicklung im Fremdenverkehr angebahnt. Während der Gast ehemals in einer Auslandsreise wirkliche Ferien sah und wünschte, ist das heutige Reisen zu einer *eigentlichen Jagd* geworden. Die stets fortschreitende *Motorisierung* und die *Zunahme der Kollektivreisen im Auto und Zug* veranlassen den heutigen Gast, in möglichst kurzer Zeit recht viel unseres Landes zu sehen. Es gehört sozusagen zu einer Seltenheit, dass z. B. Gesellschaften sich länger als eine oder maximal zwei Nächte an einem Ort aufhalten. „Es ist unsere erste und wichtigste Aufgabe, möglichst viele Kilometer in möglichst kurzer Zeit unter die Räder zu bringen, denn das bringt uns das Geld. Die *Unterkunft und Verpflegung unserer Leute spielt eine nebensächliche Rolle*, nötigenfalls übernachten wir auch im Car“, erklärte uns der Inhaber eines Omnibus-Reisebüros, als wir ihm darzulegen versuchten, dass das „Auf-das-Gerätewohl-Hinausfahren“ gewisse Gefahren in bezug auf die *Unterkunftsbeschaffung* mit sich bringe und der Hotelier gegenüber einem Nachtquartier ohne irgendwelche Zutaten insbesondere während der Hochsaison aus begründlichen Gründen eine gewisse Zurückhaltung an den Tag lege. In der Praxis zeigen sich dann auch die Folgen, indem gerade solchen Unternehmungen gegenüber die weitaus grössten Gefälligkeiten und Dienste durch unsere „Dienst-am-Kunden-Institutionen“ erwiesen werden müssen, wenn verhindert werden will, dass unsere Parkplätze zum Nachtquartier und unsere Anlagen zu Speisesälen gemacht werden.

Zunahme der Frequenz auf der einen Seite und damit zwangsläufig *erhöhte Umtriebe und Unkosten*. Auf der anderen Seite *Rückgang der Einnahmen und der Aufenthaltsdauer*. Die Folgen dieser Situation werden ins richtige Licht gerückt, wenn man weiss, dass z. B. ein Hotel mit 300 Betten täglich durchschnittlich 150 Ankünfte und ebenso viele Departs zu verzeichnen hat. Wer je in einem Hotelbetrieb tätig war, der mag ermessen, welch enorme Detailarbeit und Organisation erforderlich ist, um solche „Löcher“ jeden Tag wieder zu stopfen.

Der Wunsch eines grossen Teils unserer Gästeschafft besteht darin, *im Hotel möglichst wenig auszugeben, um Barmittel für andere Zwecke freizubekommen*. Man wünscht lediglich das Zimmer und will sich weder für die Einnahme des Frühstücks noch einer Hauptmahlzeit verpflichten. Im Hinblick auf diese Erscheinung, die leider ganz allgemein durchzudringen droht und nicht untätig hingenommen werden darf, sind einige Hoteliers dazu übergegangen, bei *Nichtentnahme des Frühstücks oder wenigstens einer Hauptmahlzeit einen angemessenen Zuschlag auf dem Zimmerpreis zu erheben*. Wenn man bedenkt, dass jedes Hotel, sei es gross oder klein, eine Küche bereithalten und entsprechendes Personal unterhalten muss, auch wenn sie nicht mar-

schiert, dann ist das Vorgehen jener Hoteliers durchaus berechtigt. Es ist zu wünschen, dass alle Hoteliers, deren Sektionen die Einnahme des Frühstücks nicht obligatorisch erklärt haben oder aus irgendeinem Grunde nicht obligatorisch erklären konnten, diesem Beispiel folgen werden und dem Gaste die Konsequenzen, sei es mündlich oder durch einen entsprechenden Anschlag, zur Kenntnis bringen. Mancher Gast wird sich dann ernstlich fragen, ob es sich noch lohne, die Mahlzeiten auswärts einzunehmen. Ein entsprechender Hinweis im Schweizer Hotelführer, nicht zuletzt aber auch die Aufklärung der Ferieninteressenten, dass es noch immer *das Billigste* ist, mit dem *Hotel Pensionsarrangements* zu treffen, durch unsere Propaganda im Ausland wurde zweifellos einige Früchte tragen. Wir sehen hierin eine grosse Aufgabe aller Instanzen, die der Hotellerie nahestehen und an ihrem Gedeihen interessiert sind. Es soll *Aufgabe sein mitzuhelfen, dass der Hotellerie auf Grund ihrer Umtriebe jener Ertrag zukommt, dessen sie zur Unkostendeckung und Entlohnung ihrer Arbeit bedarf*. Darüber hinaus sollte es ihr ja ermöglicht werden, die erforderlichen Mittel für den *Unterhalt* und die *Modernisierung des Betriebes* bereitzustellen. Unter den obwaltenden Umständen ist dies trotz guter Frequenz an den Saisonplätzen einfach unmöglich, um so mehr, da unsere Hotelpreise seit der Koreakrise einmal mehr dem wirklichen Aufwand, den Leistungen und den tatsächlichen Gesteungskosten nicht mehr angepasst, d. h. zu niedrig sind. Beim heutigen Preisdruck seitens der Gästeschafft wäre es aber verfehlt, die Hotelpreise nun einfach zu erhöhen. Ein *Ausgleich* muss in allererster Linie von der *Kostenseite* her erfolgen.

## Ehrung der Schweiz als Touristenland

Aus der Ansprache von Herrn Bundesrat J. Escher bei der Übergabe des goldenen „T“ des Tourismus an die Schweiz, am 12. August 1952

„Als Chef des Departements, dem das Verkehrs-wesen unseres Landes unterstellt ist, habe ich die Ehre, im Namen des Bundesrates Sie, Herr Maurice Dreicer, herzlich zu begrüssen und Ihnen für die hohe Auszeichnung, die Sie der Schweiz zu teil werden liessen, zu danken...“

Bei Verteilung der Reichtümer der Welt wurden bekanntlich nicht alle Länder in gleicher Weise begünstigt. Der Schweiz fehlen die Bodenschätze und die Rohprodukte, die andern Ländern zu hohem Wohlstand gedient haben. Uns fehlt der Anschluss an das Meer, uns fehlen die Kolonien und viele andere Möglichkeiten, die den handeltreibenden Völkern zur Verfügung stehen.

Dafür gab uns der Schöpfer herrliche Berge, blaue Seen, grüne Triften und auch einen guten Tropfen Wein. So ist die Schweiz, wenn sie leben wollte, notgedrungen zu einem *Land des Tourismus* geworden. Sie muss diesem Zweig der Volkswirtschaft alle Aufmerksamkeit schenken.

Damit sind wir aber kein Land von geschmeidigen Hoteliers oder servilen Hotelpartiers geworden, wie mitunter etwa verächtlich behauptet wird. Wir sind und bleiben die freiheitsstolzen Schweizer, die ihre Heimat über alles lieben und entschlossen sind, sie bis auf das äusserste zu verteidigen.

Dabei sind wir aber auch stolz darauf, dass in unserem Lande recht viele sich entschlossen haben, die Gäste, die aus allen Ländern zu uns kommen, um bei uns Erholung und Genesung zu suchen, um unsere Naturschönheiten zu bewundern, gut aufzunehmen, sie gastlich zu bewirten und ihnen den Aufenthalt in der Schweiz angenehm zu gestalten.

So haben viele aus der Aufgabe, unsere Gäste gut zu empfangen, einen Beruf gemacht, der nicht in erster Linie Gelderwerb ist, sondern aus Liebe zu dieser Aufgabe ausgeübt wird. Und wir haben auch die Freude, festzustellen, dass viele es dank dieser Liebe zum Beruf zu grosser Vollkommenheit gebracht haben. Wir sind gerade hier im Wallis im Lande des César Ritz, der in seiner Zeit wohl der bekannteste Hotelier der ganzen Welt gewesen ist und der aus den bescheidensten Verhältnissen zur Weltberühmtheit sich emporgearbeitet hat.“

Nachdem der Chef des Post- und Eisenbahndepartements, Herr Bundesrat Escher, die ruhmrächtige Laufbahn von César Ritz, der immer wieder das intime und familiäre Verhältnis zwischen den Gästen und ihm und seinen Mitarbeitern und nicht den Gewinn in den Vordergrund stellte, in Erinnerung gerufen hatte, schloss der hochverehrte Magistrat seine Ansprache mit folgenden Worten:

„Sie, Herr Maurice Dreicer, haben letztes Jahr durch die Ehrung von Herrn Hans Badrutt in St. Moritz und heute durch die Verleihung des goldenen „T“ an die Schweiz in eindrucksvoller Weise unsere Bemühungen und die Bemühungen aller Kreise, die dem Gastgewerbe sich widmen, anerkannt und zum Ausdruck gebracht. Ich nehme diese Auszeichnung unseres Landes mit grosser Genugtuung entgegen und wiederhole den Dank, den ich Ihnen bereits zum Ausdruck gebracht habe.“

Dieser Dank ist umso angezeigter, als Sie in so uneigennütziger Weise und opferfreudig sich bemühen, unsere eigenen Bestrebungen wirkungsvoll zu unterstützen und zu fördern... Wir sind überzeugt, dass Ihre Bemühungen gerade in Ihrer Heimat, in Amerika, ihr Echo finden werden.“

## La Suisse reçoit le «T» en or du tourisme

Nos lecteurs auront lu dans la presse quotidienne qu'une cérémonie s'était déroulée la semaine dernière au Simplon-Kulm, cérémonie au cours de laquelle, M. Maurice Dreicer, écrivain et gastronome américain, collaborateur de plusieurs publications spécialisées avait conféré à la Confédération suisse un diplôme ad hoc de *pays de tourisme par excellence* et avait remis à notre ministre des transports et du tourisme, M. le Conseiller fédéral Escher le «T» en or qui concrétisait ce titre. Il faut être très reconnaissant à M. Escher d'avoir bien voulu accueillir M. Dreicer et d'avoir reçu sa distinction, car ce geste aura un grand retentissement aux Etats Unis. Un de nos collaborateurs décrit fort bien dans l'article que nous publions ci-dessus les particularités de la personnalité et des initiatives de M. Dreicer. En outre, nos lecteurs trouveront également dans ce numéro la traduction allemande de larges extraits de l'allocation que M. le Conseiller fédéral Escher prononça à cette occasion.

En remettant ce précieux «T» en or, la première lettre d'un mot qui est tout en vaste programme – pour s'exprimer comme le porte parole de l'Office central suisse du tourisme dans la chronique qu'il présente chaque semaine à Radio Lausanne sous le titre «Les 5 minutes du tourisme» – M. Dreicer souligna que les expériences faites dans tous les pays du monde lui permettent d'affirmer que le nôtre est le mieux organisé, pour l'accueil, l'hébergement et le transport des touristes étrangers. Cela ne provient pas seulement du fait que la Suisse a deux saisons par année, mais aussi de sa tradition hôtelière qui se manifeste dans ses hôtels de premières classes comme dans les auberges modestes et accueillantes et aux tarifs abordables. En passant, cet éminent journaliste américain ne manqua pas de dire combien le choix de ce Col du Simplon – à deux pas du village d'origine de M. le Chef département des Postes et Chemins de fer – lui paraissait digne du geste qu'il accomplissait, flanqué de dames de Brigue, souriantes et pimpantes dans l'atrayant costume régional.

La manifestation avait été organisée par M. S. Bittel, directeur de l'Office central suisse du tourisme. Elle réunissait M. E. Niederer, sous-directeur de cet office, Martinet, directeur du Siège de Lausanne, ainsi que des journalistes américains et suisses, des représentants de la Radio et de actualités cinématographique. Une channe valaisanne a été remise à M. Dreicer.

Ich habe in den letzten Tagen feststellen können, dass immer mehr Gäste von jenseits des Ozeans zu uns kommen und dass in ganz ungeahnter



Weise heute gerade unsere Berge das Ziel so vieler Amerikaner sind. Es scheint, dass der Geist des Alpinismus neu erwacht ist und dass man den moralischen und physischen Wert des Bergsteigens wieder zu schätzen beginnt.

Gestatten Sie mir, dass ich mein Glas erhebe und trinke auf Ihr Wohl und Ihre Gesundheit, auf das Gedeihen Ihrer Heimat, auf das Wohl aller derer, die uns die Ehre Ihrer Anwesenheit geben und die Zeuge sind dieser prächtigen Geste des Herrn Maurice C. Dreicer gegenüber unserer Heimat, der Schweiz.“

Das unserm Touristenland von Herrn Maurice Dreicer verliehene Diplom hat folgenden Wortlaut:

This solid gold "T", Emblematic of Tourists is awarded to The Republic of Switzerland, in recognition of the fact that it is the world's finest tourist country.



# Aktuelle Probleme der Hotellerie

Lagebetrachtung von Dr. Franz Seiler, Zentralpräsident des Schweizer Hotelier-Vereins

vorgelegt in Montreux, anlässlich der Delegiertenversammlung des SHV. vom 5. Juni 1952

Verehrte Gäste, meine Damen und Herren!

Montreux, der Tagungsort unserer diesjährigen Delegiertenversammlung, kann gewissermassen als Schulbeispiel gelten für die Wandelbarkeit der Verhältnisse im Fremdenverkehr und für jene unwandelbare, nur zu oft in Vergessenheit geratende Erfahrungstatsache, die der Volksmund in das schlichte Wort kleidet: „Der Mensch denkt und Gott lenkt“. Noch vor wenigen Jahren erschien die Zukunft der Hotellerie von Montreux in einem ausgesprochen düsteren Licht, dergestalt, dass man in amtlichen Kreisen einen grossen Teil der Hotelunternehmungen dieses weltberühmten Platzes für unrettbar verloren und daher abbruchreif erachtete. Wer damals die Ansicht vertrat, es empfehle sich, die Abdankung noch etwas zu verschieben und dem Durchhaltewillen der als lebensunfähig deklarierten, zum Tode verurteilten Betriebe neuen Aufschwung zu geben, musste sich den Vorwurf gefallen lassen, ein unverbesserlicher, ja geradezu leichtfertiger Optimist zu sein. Zum Glück gehören die Schwarzseher nur selten zu jenen Schützern, die ins Schwarze treffen. Das hat sich gerade in Montreux wiederum klar erwiesen. Dieser durch wagetüchtige Hotelpioniere ins Leben gerufene Fremdenkurort, der sich stürmisch entwickelt hatte – allzu stürmisch, wie manches in jener unbelasteten Zeit vor dem ersten Weltkrieg –, ist nach langer, schwerer Depression seit einiger Zeit neuerdings in einem deutlichen Wiederaufstieg begriffen, eine Entwicklung, die uns alle mit freudiger Zuversicht erfüllt und die um so positiver bewertet werden darf, als ja die Hindernisse, die einer vollen Entfaltung des internationalen Reiseverkehrs im Wege stehen, noch bei weitem nicht restlos beseitigt sind.

## I.

Der Vorgang, der sich in Montreux ereignet hat, reicht in seiner Bedeutung über die lokalen und kantonalen Grenzen weit hinaus und zeigt, dass es verfehlt wäre, die Geduld vorzeitig zu verlieren und wegen der Dauer oder Intensität eines Krisenzustandes den Glauben an die *Lebens- und Regenerationsfähigkeit klassischer Touristenzentren und ihrer Hotelunternehmungen* aufzugeben.

Die da und dort sich offenbarende, vielleicht aus einer gewissen Torschlusspanik erklärende Tendenz, wichtigen Teilen unserer Hotellerie nur deswegen, weil die Krankheit schon lange andauert, vorzeitig das Sterbeglocklein zu läuten, hängt wohl mit einer dem modernen Zeitgeist innewohnenden Erscheinung zusammen, die man ganz allgemein als Anbetung des Erfolges oder, umgekehrt ausgedrückt, als Verachtung und Verteilung des Misserfolges bezeichnet hat. Diese aus dem materialistischen Denken hervorgegangene Erfolgsanbetung, die im Nichtwartenkönnen oder Nichtwartenwollen des gehetzten, motorisierten, vor sich selbst flüchtenden Menschen unserer Tage zum Ausdruck kommt, führt zur gefährlichen *Versuchung, Misserfolg kurzerhand auf Verschulden zurückzuführen und auf der anderen Seite im Erfolg ohne weiteres einen Beweis besonderer Tugend, Leistung oder Anstrengung zu erblicken*. „Wer den Schaden hat, braucht für den Spott nicht zu sorgen.“ Die Wahrheit dieses Sprichworts erfährt wohl jeder, dem es im Leben einmal, über kurze oder lange Wegstrecken, herzlich schlecht geht.

Darum wäre es auch verlorene Liebesmühe, uns mit der – um es paradox auszudrücken – abgründig oberflächlichen Kritik abzugeben, die von Zeit zu Zeit auf das seit Jahrzehnten von Schicksalsschlägen an allen Ecken und Enden getroffene Hotelgewerbe herniederprasselt, einer Kritik, die nichts mit den viel selteneren Stimmen einer wohlmeinenden, konstruktiv gerichteten Beratung zu tun hat, für die wir dankbar sind. Mit um so grösserer Genugtuung dürfen wir die Zeugnisse ermutigender Anerkennung buchen, die uns nicht nur in der weiten Welt, sondern gelegentlich sogar im eigenen lieben Vaterland zuteil werden. Das war gerade vor einigen

Wochen in für mich besonders eindrücklicher Weise der Fall, als mir ein führender Bankier unseres Landes in einem Gespräch spontan erklärte, er bringe dem schweren, mutig geführten *Existenzkampf der Saisonhotellerie* ein aufrichtig bewunderndes Verständnis entgegen, und zwar desto mehr, als die durch Hochkonjunktur begünstigten Wirtschaftskreise nach seiner Beobachtung im grossen und ganzen ohne aussergewöhnliche Anstrengungen oder besonders verdienstvolle Leistungen, einfach aus den gegebenen Verhältnissen heraus, jene Früchte ernteten, die der Hotelindustrie trotz unermüdlicher Arbeit bisher leider versagt geblieben seien. Solche Äusserungen von wirklich unparteiischer Seite sind ein starker Ansporn und helfen über vieles hinweg, was uns an enttäuschender Einstellung etwa begegnet, und zwar nicht selten dort, wo man eine andere Haltung voraussetzen zu dürfen glaubte.

Meine Damen und Herren!

Was jener unbefangene, unvoreingenommene und offenbar menschlich föhlende Leiter einer führenden schweizerischen Aussenhandelsbank zum Ausdruck brachte, vermag aber auch die zuhanden der Luzerner Konferenz aus Kreisen eines grossen Wirtschaftsverbandes merkwürdigerweise geäusserte Ansicht zu entkräften, wonach der Fremdenverkehr – ich zitiere wörtlich – „dem Warenverkehr gegenüber eine Vorzugstellung einnimmt“. Man kann ja mit einiger Phantasie so ziemlich alles auf den Kopf stellen, sogar die Kopfquoten, die den internationalen Reiseverkehr unaufhörlich in materiell einschneidendster Weise hemmen. Mit einem Salto mortale lässt sich auch der Schluss ziehen, der touristische Personenverkehr sei dadurch begünstigt, dass er die Ehre genießt, als nicht lebenswichtig oder wesentlich, als „no or less essential“ zu gelten; dem Warenverkehr habe man den Vorzug einer kopfmässig quantitativen Beschneidung, da nur Personen enthauptet werden können, nicht zugestehen dürfen.

Doch Scherz beiseite! Die Tatsachen sprechen eine Sprache, die an Deutlichkeit nichts zu wünschen übrig lässt. Sie lassen sich kurz in folgende Sätze zusammenfassen:

1. Der Grossteil jener Hotelbetriebe, die nicht aus den in Verbindung mit der Hochkonjunktur der Gütererzeugung und des Handelsverkehrs besonders dotierten Geschäftsreisen Nutzen ziehen, *leidet immer noch aufs empfindlichste unter den im unseligen Kopfquotensystem gipfelnden Deviseneinschränkungen*, wie sie dem Tourismus infolge der Wirtschafts-, Währungs- und Zahlungskrise in wichtigen Einzugsgebieten unserer Hotellerie auferlegt werden.
2. Ohne diese den Reiseverkehr und das Ausgabenbudget der in Frage kommenden Gästeschichten stark einengenden Restriktionen wäre auch die Saisonhotellerie, als Ganzes genommen, schon seit Jahren in der Lage, von der Frequenzseite aus die Voraussetzungen für eine Überwindung der durch höhere Gewalt entstandenen Schwierigkeiten zu schaffen.
3. Dass die in Betracht fallenden Hotelunternehmungen, von wenigen Ausnahmen abgesehen, an sich durchaus lebensfähig sind und ohne eigenes Verschulden, wie es im Bundesgesetz über rechtliche Schutzmassnahmen vom 28. September 1944 heisst, ihre Verbindlichkeiten nicht mehr oder nicht mehr voll erfüllen können, geht vor allem aus folgender, auch durch die Schweizerische Hotel-Treuhand-Gesellschaft zahlenmässig erhärteter Feststellung hervor:

Hätte sich in den Jahren seit Ausbruch des zweiten Weltkrieges kein so *krasses Missverhältnis zwischen den Gestehtungskosten einerseits und den erzielbaren Preisen und Einnahmen andererseits* herausgebildet, so wären trotz monetärer Abwertungen und devisenzwangswirtschaftlicher Einschränkungen aller Art die erreichten

Logiernächte, die sogar vielerorts über den Vorkriegsfrequenzen lagen, hinreichend gewesen, um nahezu auf der ganzen Linie den Kostenaufwand zu decken.

Der Schlussbericht der Luzerner Konferenz schildert eindrücklich die Crux einer ausserhalb unserer Einflussphäre entstandenen Kostenlage, die das Hotelgewerbe auf weite Strecken daran hindert, normale Ertragnisse herauszuwirtschaften.

Meine Damen und Herren!

Wenn wir diese anerkannten Tatsachen immer wieder in Erinnerung rufen, so geschieht es im Hinblick auf das allenthalben überhandnehmende Übel des Gedächtnisschwundes. Man vergisst das Wesentliche eher als das Nebensächliche, Binsenwahrheiten entschwinden dem Blickfeld schneller als pikante Einzelheiten, und Fehler, die überall, auch bei uns, vorkommen, *fesseln die menschliche Neugier stärker als die Leistung des Guten*. Die Splitter im Auge des Nächsten, namentlich wenn es ihm schlecht geht, wachsen in dem Masse, als der Balken im eigenen Auge scheinbar zusammenschrumpft.

Dem Einwand „nemo judex in causa sua“, niemand könne Richter in eigener Sache sein, begegnen wir mit dem Hinweis darauf, dass hier von Fakten die Rede war, die mit amtlichen Beglaubigungen und wissenschaftlichen Beweisen reichlich versehen sind. Auch der Schlussbericht der Luzerner Konferenz, über dessen Inhalt heute noch nicht abschliessend gesprochen werden kann, stellt eine umfassende Bekräftigung dessen dar, was über Wesen, Ursachen und Auswirkungen der Hotelkrise bereits bekannt war.

Die *grundlegende Bedeutung des Luzerner Berichtes* der vom Bundesrat eingesetzten Arbeitsausschüsse für die Untersuchung der gegenwärtigen Lage unserer Hotellerie und zu ihrer Stützung und Förderung notwendigen Massnahmen liegt in der zusammenhängenden, übersichtlichen Analyse der sich stellenden vielschichtigen Probleme. *Über die Diagnose herrscht klare Einmütigkeit*. Damit ist sicher schon viel gewonnen. Auch hinsichtlich der Heilmethoden enthält der Bericht, trotz betonter Zurückhaltung, wertvolle Fingerzeige und Vorschläge, auf deren Basis, die nach unserem Dafürhalten noch wesentlich ausbaufähig ist, konkrete Massnahmen ergriffen werden können. Es darf wohl erwartet werden, dass man der Hotellerie gegenüber in der Therapie nicht weniger aktiv und durchgreifend sich verhält, als dies bei der Uhrenindustrie und bei der Landwirtschaft, die beide ihr Statut erhalten haben, der Fall war. Dies wäre um so nötiger und auch gerechter, als die Uhrenindustrie für einen weiteren Zeitraum von zehn Jahren eines umfassenden Angebotsschutzes teilhaftig wird, also eines Schutzes, der unserem Wirtschaftszweig entzogen wurde – trotz viel bescheidenerer Ansprüche in bezug auf den zeitlichen und sachlichen Geltungsbereich der Bedürfnisklausel –, und als die Landwirtschaft nunmehr einen gesetzlich dauerhaft fundierten Preisschutz genießt, der die Existenzbedingungen der Hotellerie zum mindesten nicht erleichtert.

## II.

Meine Damen und Herren!

Der Entscheid über die *Hotelbedürfnisklausel* stand – gewissermassen im weitesten Sinne – unter dem Unstern der Maul- und Klauenseuche, um deretwillen die Abstimmung über die Verlängerung der Bewilligungspflicht betreffend die Vermehrung von Hotelbetten verschoben werden musste, und zwar um drei Monate, was den Gegnern der Vorlage, die über weit grössere Geldmittel verfügten, entschieden zum Vorteil gereichte.

Die Zahl 4 bzw. 40 spielte bei diesem Volksentscheid eine bedeutende Rolle. Es ging um eine vierjährige Verlängerung der anerkanntermassen elastisch und weitherzig gehandhabten Bedürfnisklausel. Für das Referendum wurden – nicht ohne Mühe und Not –

ungefähr 4000 Unterschriften zusammengebracht. Das Aktionskomitee für ein gesundes Hotelgewerbe, das den Kampf für die Vorlage führte, konnte angesichts der schwierigen Lage der beteiligten Kreise lediglich rund 4000 Franken sammeln und einsetzen, also nur einen Bruchteil dessen, was bei Volksabstimmungen in der Regel erforderlich ist. Die Stimmbeteiligung beim Volksentscheid des 2. März 1952 betrug 40%, und die Mehrheit der Verwerfenden bezifferte sich auf etwas mehr als 4000 Stimmen, was sich ziemlich genau mit dem Plus der Nein-Stimmen im Kanton Zürich deckte, der somit den Ausschlag gab. 9 Kantone sprachen sich gegen die Vorlage aus, 16 Kantone dafür, am entschiedensten Freiburg, Graubünden, Tessin, Wallis, Waadt, Bern und Luzern. Aus diesen Zahlen geht deutlich hervor, dass die Befürworter der Vorlage einen starken, für die Stimmung breiter Bevölkerungskreise namentlich in den typischen Hotelleriekantonen kennzeichnenden Achtungserfolg errungen haben, den zu übersehen oder zu unterschätzen ein Fehler wäre.

Wir wollen die Tragweite des Volksentscheides über die Hotelbedürfnisklausel nicht überschätzen. Unsere Kreise neigen zunächst zur Auffassung, dass die vierjährige Verlängerung eines seit Jahrzehnten auf ausserordentlichem Recht beruhenden Zustandes nicht der Bedeutung einer Volksabstimmung angemessen war. Es ist bezeichnend, dass diese im Lager der Gegner, denen es offenbar um ganz andere Dinge ging, als „Bagatelle“ erklärte Vorlage vielerorts der grundfalschen Annahme Vorschub leistete, es handle sich dabei um ein eigentliches Hotelstatut, ähnlich jenen weitgreifenden Vorlagen, wie sie für Landwirtschaft und Uhrenindustrie ins Werk gesetzt wurden. Des weiteren sind wir der Ansicht, dass den unbereitbaren Nachteilen, wie sie sich aus der vorzeitigen Aufhebung des Angebotsschutzes für die Saison- und Berghotellerie ergeben, auch Vorteile gegenüberstehen, insofern und insoweit aus der neuen Situation die notwendigen Schlussfolgerungen im Sinne einer Aktivierung produktiver Massnahmen gezogen werden, sowohl auf dem Gebiete der Kostensenkung, als auch im Bereiche der Frequenzsteigerung.

## III.

Wir stellen die Frage der Kostensenkung nicht ohne Grund sogar dem überaus wichtigen Problem der Frequenzsteigerung voran, erstens deshalb, weil die Wiederherstellung einer einigermaßen genügenden Rentabilität unserer Hotellerie auf die Dauer von der Frequenzseite allein aus nicht gesichert werden kann, solange keine *Lockerung der heutigen Kostenklemme* stattfindet, und zweitens, weil eine Bemeisterung des Kostenproblems weit grösseren Widerständen und Schwierigkeiten begegnet, als dies bei den mit der Hebung der Frequenzen zusammenhängenden Fragen der Fall ist, deren Lösung zur Hauptsache von den Fortschritten der Liberalisierung des internationalen Dienstleistungsverkehrs abhängt.

Der sog. Luzerner Bericht stellt wörtlich fest, dass die *Gestehtungskosten der Hotellerie* durch staatliche Massnahmen zum



Heidsieck & Cie.  
**MONOPOLE**  
Agence pour la Suisse:  
Jean Haecy, Importation S. A., Bâle

Schutz anderer Erwerbszweige in erheblichem Masse belastet werden, schreckt aber vor der logischen Folgerung zurück, dass infolgedessen eine Kompensation, ein Äquivalent für diese der Hotellerie erwachsenden Mehrbelastungen durch entsprechende Rückvergütungen oder Ausgleichsleistungen gesucht und gefunden werden sollte. Wir konnten uns mit der Kapitulationsklärung, aus grundsätzlichen Erwägungen komme eine solche Rückvergütung überhaupt nicht in Betracht, unter keinen Umständen abfinden, gaben jedoch zu, dass eine solche Lösung auf grosse Schwierigkeiten stösst. Wenn es aber darum geht, einen für das Land so lebenswichtigen Wirtschaftszweig, wie es die Hotellerie ist, leistungsfähig zu erhalten, so sollten diese Schwierigkeiten nicht unüberwindlich sein, es wäre denn, man würde unsere Probleme mit einem engeren und kleineren Massstab messen als diejenigen der Landwirtschaft und des sichtbaren Exports. Unser Vorschlag einer zum mindesten partiellen Rückvergütung wenn nicht der in Frage kommenden Zölle, so doch der Steuern und Abgaben auf importierten Konsumgütern der Hotellerie zum Zwecke der Schaffung eines Krisen- oder Ausgleichsfonds zugunsten unserer Industrie liesse sich nach dem Urteil von einsichtigen Vertretern der Wirtschaft nicht nur durchaus rechtfertigen, sondern angesichts der absoluten Notwendigkeit einer solchen Kompensationsleistung bei gutem Willen auch durchführen. Man vergesse nicht: was auf dem Gebiete der Protektion unserer einheimischen Landwirtschaft und — vielleicht noch mehr — im Bereiche der Marktengriffe zur Hochhaltung der in Betracht fallenden Preis- und Handelsmargen geschützt und gestützt wird, stellt für die Hotelindustrie, die ihre Leistungen am Weltmarkt anzubieten und anzubringen hat, das weitaus wichtigste, ja entscheidende Kostenelement ihres betriebswirtschaftlichen Gefüges und ihrer privatwirtschaftlichen Existenz dar. Es sind dies die *Küchen- und Kellerwaren*, die in keinem Lande der Welt, auch nicht in Nordamerika, einen so hoch belastenden Anteil der Gesamtaufwendungen einer Hotelunternehmung ausmachen.

Daraus ergibt sich als weitere Konsequenz die Notwendigkeit, der Hotellerie gerade im Hinblick auf ihre exponierte Stellung als Exportindustrie ein Mitspracherecht bei der Anwendung und Handhabung jener Vorschriften einzuräumen, die sich auf die Preisgestaltung und Importregelung der von ihr benötigten Waren beziehen.

Wir sind trotz grosser Bedenken für das *Landwirtschaftsgesetz* eingetreten. Denn die Hotellerie, die mit der Bauernsamen, namentlich in den Berggegenden, eng verbunden ist, weiss die volkswirtschaftliche und vor allem staatspolitische Bedeutung eines gesunden Bauernstandes zu würdigen und gibt sich Rechenschaft darüber, dass die eigenen, überaus dornenvollen Nachwuchprobleme sich noch weit schwieriger gestalten müssten, wenn der landwirtschaftliche Teil der Bevölkerung zu Berg und Tal, der einen besonders wertvollen und unentbehrlichen Beitrag an die Rekrutierung des Hotelpersonals leistet, verarmen, abwandern und abbröckeln sollte. Dem unübersichtlichen Dickicht von agrarpolitischen Verordnungen und Eingriffen ist ausserdem ein fester institutioneller Rahmen entschieden vorzuziehen, wie er durch das Landwirtschaftsgesetz geschaffen wurde, das gerade auch für die sonst nicht selten benachteiligten *Bergbauern* wichtige Existenz erleichterungen vorsieht. Schon die nächste Zukunft kann zeigen, ob die Behörden unsere solidarische Haltung im denkwürdigen Abstimmungskampf über das Landwirtschaftsgesetz nicht nur in Worten, sondern auch durch die Tat anerkennen. Das wird nicht zuletzt dann der Fall sein, wenn man der Hotellerie bei der Bestellung der im Gesetz vorgesehenen beratenden Hauptkommission sowie der zu bildenden Fachausschüsse die erforderliche Vertretung einräumt. Es wäre geradezu ein Schlag ins Gesicht der schwer kämpfenden Hotellerie, wollte man ihrem hierauf gerichteten, auch von der Leitung des Schweizerischen Bauernverbandes als absolut berechtigt anerkannten Begehren keine Folge geben. Denn *niemand wird durch die einschlägigen Vorschriften über Importregelung und anderes mehr in seinen Lebensbedingungen stärker und unmittelbarer tangiert als die im Landesinteresse auf internationaler Konkurrenzfähigkeit angewiesene, exportorientierte Hotellerie*. Wir möchten dem Schweizerischen Bauernverband und insbesondere seinem Präsidenten, Herrn National-

rat Rudolf Reichling, den aufrichtigen Dank abstatten für die spontane Zusicherung, dass die Landwirtschaft unseren Anspruch unterstützen und den ganz besonders gelagerten Bedürfnissen der Hotellerie in zweckentsprechender Weise Rechnung tragen werde.

## IV.

Im Zusammenhang mit der soeben ertörten Frage ist hier ein Wort über den gelegentlich — obschon viel seltener als ehemals — auftretenden Zweifel an der *Aktivlegitimation des Schweizer Hotelier-Vereins zur Vertretung der Fremdenverkehrshotellerie* am Platze. Bestimmte zahlenmässige Angaben über unsere Stellung innerhalb der Gesamthotellerie sind dadurch möglich geworden, dass die Eidg. Fremdenverkehrsstatistik auf unseren Vorschlag hin seit etwa drei Jahren die für unsere Mitgliederbetriebe geltenden Ziffern intern gesondert erfasst. Die Ergebnisse sind ausserordentlich aufschlussreich und zeigen, dass die annähernd 2000 Betriebe mit rund 100 000 Gastbetten, die auf den SHV entfallen, im Durchschnitt der Jahre 1949, 1950 und 1951 nicht weniger als 86,3% aller ausländischen Logiernächte auf sich vereinigen, die in den Hotels und Pensionen der Schweiz — es sind im ganzen 6748 Betriebe mit 163 256 Gastbetten — registriert wurden. Stellt man auf das *finanzielle Gewicht der Logiernächte* ab, was namentlich bei der Beurteilung der Folgen der beschränkten Kopfquoten im Reiseverkehr viel zu wenig geschieht, so kommt man auf Grund zuverlässiger Schätzungen zum Schlusse, dass ungefahr 95% aller *Einnahmen der schweizerischen Hotellerie aus dem Ausländerverkehr* sich in den letzten drei Jahren auf die Hotelbetriebe unseres Berufsverbandes konzentriert haben. Die dem SHV. angeschlossenen Beherbergungsbetriebe wiesen im Jahre 1951 6 291 765 ausländische Logiernächte auf, gegenüber 5 083 777 im Jahre 1950. Dieses Plus von 1 207 988 Übernachtungen macht rund 83% der in der ganzen Schweiz erzielten Mehrfrequenz von seitens der Auslandsgäste und, finanziell gesehen, wiederum rund 95% des hieraus für die Hotellerie resultierenden Mehrumsatzes aus.

Wie sehr die Fremdenverkehrshotellerie im engeren und eigentlichen Sinne des Wortes, deren Gros im SHV. zusammengeschlossen ist, vom internationalen Tourismus abhängt, erhellt aus der Tatsache, dass die auf Ausländer entfallenden Logiernächte bei unseren Mitgliederbetrieben im Durchschnitt der drei letzten Jahre 56% der erzielten Frequenz betragen, während für alle Hotels und Pensionen der Schweiz ein Anteil der ausländischen Logiernächte von nicht ganz 40% ausgewiesen wurde. Der inländische Reiseverkehr spielt sich etwa zur Hälfte in Pensionen und Gasthäusern ab, die nicht der typischen Fremdenverkehrshotellerie mit internationalem Einschlag angehören.

Umso wichtiger wäre es, den so überaus bedeutungsvollen *Binnen-tourismus* durch Massnahmen zu fördern, die für breite Kreise des schweizerischen Reisepublikums einen wirksamen Anreiz bilden könnten, ihre Ferien in der lohnintensiven Hotellerie unserer Saison- und Berggebiete zu verbringen und damit eine besonders produktive Hilfe für die unterstützungswürdige Bevölkerung der zur Hauptsache in den Bergtälern beheimateten Hotelindustrie zu verwirklichen.

Im Hinblick auf dieses volkswirtschaftlich, sozial und staatspolitisch ungemein wichtige Ziel wurde bei den Beratungen über die Möglichkeiten einer wesentlichen Frequenzsteigerung von unserer Seite der Gedanke in die Diskussion geworfen, *Steuerabzüge für den Aufwand bei Erholungsferien und Kuraufenthalten* einzuführen. Der Vorschlag, der zunächst, wie jeder neue und kühne Gedanke, kräftiges Kopfschütteln verursachte, erscheint heute bereits nicht mehr so ganz absonderlich, seitdem Herr Ständerat Dr. Ernst Speiser im eidgenössischen Parlament anlässlich der Beratung über aktuelle Steuerfragen dargelegt hat, wie zielbewusst und konsequent in den Vereinigten Staaten von Nordamerika der Zweck verfolgt wird, die Entschlüsse der Produzenten und Verbraucher mit Steuererleichterungen zu beeinflussen, und zwar durch Gewährung von Steuerabzügen nicht zuletzt für solche Ausgaben, die aus dem Aufwand für die Pflege der Gesundheit und die Heilung von Krankheiten erwachsen. Es liegt eindeutig auf der Linie unseres Vorschlags, wenn festgestellt wird, dass in den Vereinigten Staaten ärztliche Ausgaben bis zu 5% des Einkommens

abgezogen werden können, einschliesslich der Spalkosten, und dass ferner Teile der Unkosten für Automobil und Segeljachten als abzugsberechtigt anerkannt werden. Bei den in unserem Lande ins Werk gesetzten Steuervergünstigungen für private Arbeitsbeschaffungsreserven hat es sich bereits erwiesen, wie leicht eine solche von Weitblick zeugende Massnahme die Dispositionen der Wirtschaft und den persönlichen Produktionswillen, nicht zuletzt im Interesse des Fiskus selbst, zu fördern imstande ist. Warum sollte also nicht zugunsten der mit dem Wohl und Wehe des Volkes und der Volkswirtschaft unserer Fremdenverkehrskantone so schicksalhaft verknüpften, die Zahlungsbilanz des ganzen Landes entscheidend beeinflussenden Hotellerie mutatis mutandis ein ähnlicher Weg beschritten werden? Das bedarf, wie es sich von selbst versteht, einer gründlichen, den ganzen Fragenkomplex erfassenden Prüfung und Lösung. Erkenntnisse brauchen Zeit, um zu reifen. Doch schiebe man das Studium nicht auf die lange Bank!

In diesem Zusammenhang sei an eine auf anderer Ebene liegende, in ihren Auswirkungen für die Exportindustrie überaus weittragende und fruchtbringende Massnahme des Bundes erinnert. Ich meine die Institution der staatlichen *Exportisikogantie*, die praktisch seit 1939 eine ganz hochbedeutende Rolle spielt. Die Gesamtfaktorensomme, die der Regelung zugrunde lag, bezifferte sich bis Ende 1951 auf 3,7 Milliarden Franken. Hievon entfallen nicht weniger als 1,8 Milliarden auf die Garantiesumme. Der Nettoverlust zu Lasten der Staatskasse betrug bisher 3,3 Millionen Franken.

Warum nenne ich diese Zahlen? Weil einmal mehr betont werden muss, dass die Hotellerie, an der die Eidgenossenschaft, trotz jahrelanger schwerer Krise in diesem Wirtschaftszweig, seit Beginn der finanziellen Hotelhilfsaktion, also seit 1921, einen Kapitalverlust von rund 5 851 000 Franken erlitten hat — was nur einen geringen Teil der seitens der Hotel-Treuhand aus Bundesgeldern in Form von Darlehen aller Art bewerkstelligten Auszahlungen in Höhe von bisher 68½ Millionen Franken ausmacht —, sicher nicht unbescheiden ist, wenn sie der Erwartung Ausdruck gibt, man möge bei den zu ergreifenden Massnahmen auch ein wenig an das denken, was zum Schutze und zur Förderung anderer wichtiger Erwerbszweige ohne Schaden für das Gesamtwohl getan worden ist und noch getan wird. Diese Erwartung dürfte um so berechtigter sein, als die Hotellerie von den soeben genannten Kapitalauszahlungen bis Ende 1951 nicht nur rund 26 250 000 Franken an das Bundeshilfsinstitut zurückerstattet, sondern darüber hinaus 7 541 000 Franken an Zinsen auf den verschiedenen, zum grossen Teil aus Subventionen à fonds perdu stammenden Vorschüssen und 1 939 000 Franken an ausgewiesenen Honoraren für geleistete Hilfsdienste und Kontrollen vergütet hat, was insgesamt einer Leistung der Hotellerie in Höhe von bisher annähernd 36 Millionen Franken zur Entlastung und zugunsten der Hilfsaktion gleichkommt.

## V.

Wird der aus diesen Ziffern und Tatsachen klar erkennbare Wille zur Selbsthilfe, der in unserer Wirtschaftsgruppe lebendig geblieben ist, in Rechnung gesetzt, wenn es gilt, abwägend und vergleichend zu den Problemen Stellung zu nehmen, die einer Lösung harren? Oder sollte es wahr sein, dass dem Staat eine Anerkennung für besondere Anstrengungen seiner Schutzbefohlenen und Schutzbedürftigen wesensmässig fremd ist?

Eine gewisse Klarheit hierüber dürfte sich nicht zuletzt bei der Behandlung jener Fragen herausstellen, die mit dem Erfordernis der *Hotelerneuerung* zusammenhängen.

Die Luzerner Konferenz stellt in ihrem Schlussbericht — in Übereinstimmung mit der Auffassung der verschiedenen Arbeitsausschüsse — die *Hotelerneuerung* in den Mittelpunkt ihrer Betrachtungen und in den Vordergrund des Programms praktischer Hilfsmöglichkeiten. In dieser Hinsicht hatten die Vertreter der Hotellerie mit ihren Vorschlägen am meisten Erfolg, obwohl auch hier manche Widerstände und Vorurteile zu überwinden waren, was uns aber keineswegs hindern kann, die erzielten Fortschritte dankbar anzuerkennen. Denn es ist schon viel erreicht, wenn wenigstens ein

Teilstück der ineinandergreifenden Probleme ehrlich gefördert wird, selbst wenn dies noch keinen entscheidenden Schritt auf dem Wege zu einer endgültigen Lösung der Gesamtfrage bedeutet. Mit Geduld und Aufmerksamkeit müssen auch wir darauf warten, dass einmal die Morgenröte tieferen Erkennens und besseren Verstehens anbreche.

Es würde mich zu weit führen, an dieser Stelle im einzelnen auf die Schlussfolgerungen der Luzerner Konferenz über Mittel und Wege zur Durchführung der als vordringlich erachteten *Hotelerneuerung* einzutreten. Gestatten Sie mir aber, meine Damen und Herren, einige grundsätzliche Bemerkungen zu dieser eminent wichtigen Frage:

1. Neben den Liberalisierungsbestrebungen, die darauf hinielen, die uneingeschränkte Freizügigkeit des internationalen Fremdenverkehrs wiederherzustellen, kommt der *Hotelerneuerung* im Hinblick auf die Möglichkeiten einer *Frequenzsteigerung* wohl die grösste Bedeutung zu. Denn davon, ob unsere Hotellerie in die Lage versetzt wird, den aus eigener Kraft zufolge der andauernden Schwierigkeiten nicht erfüllbaren Nachholbedarf an notwendigen Reparaturen zu bewältigen, hängt die Stärkung, ja die Aufrechterhaltung ihrer Wettbewerbsfähigkeit auf dem touristischen Weltmarkt — abgesehen von der glücklicher Weise für absehbare Zeit günstig gelagerten Preisposition — in entscheidender Weise ab.

Die *Hotelerneuerung* ist somit als Hauptfaktor dessen, was zur Hebung der Frequenzen geschehen kann und soll, zu betrachten. Dagegen wäre es ein Irrtum, an der im Luzerner Bericht stellenweise zum Ausdruck kommenden Auffassung festhalten zu wollen, wonach die Bereitstellung von Mitteln für die *Hotelerneuerung* geeignet sein könnte, einen auch nur einigermaßen kompensierenden Ausgleich für die überhöhten Gesteungskosten zu schaffen, an denen unsere Industrie aus den bekannten Gründen krankt. Damit soll nicht bestritten werden, dass vornehmlich durch Modernisierung der Anlagen für Heizung und Warmwasseraufbereitung sowie der Küchen- und Wäschereieinrichtungen Einsparungen im Betrieb erzielt werden können, die von nicht zu unterschätzender Bedeutung sind. Rationalisierungen technischer Art kosten aber eine Menge Geld und brächten, wenn sie nicht durch à-fonds-perdu-Beiträge finanziert werden können, eine zusätzliche Belastung des erforderlichen Bilanzaufwandes mit sich. Anforderlicher Struktur unserer Hotellerie, die nur wenige Grossbetriebe nach ausländischem und besonders amerikanischem Muster kennt, sind die Möglichkeiten, durch maschinelle Installationen menschliche Arbeitskräfte einzusparen, ausserordentlich beschränkt. Was bei unseren Betrieben kostenmässig hauptsächlich und ganz überwiegend ins Gewicht fällt, ist der *Warenaufwand*. Hier liegt der Hase im Pfeffer, und da kann — vom Standpunkt einer hinreichenden Senkung der Gesteungskosten aus gesehen — die an sich sehr begrüssenswerte und auch notwendige Abzweigung von Erneuerungsmitteln zur technischen Verbesserung und Verbilligung der Betriebe leider kein auch nur annähernd wirkungsvolles Äquivalent bieten.

2. Ein Problem, das bisher nach unserem Dafürhalten zu wenig beachtet wurde, ist der *Zusammenhang zwischen Hotelerneuerung und Verkehrserneuerung*. Es besteht zwischen diesen beiden Faktoren eine so enge Wechselbeziehung und Wechselwirkung, dass sich schon aus diesem Grunde die *verwaltungs-mässige Koordination der Fragen, die den Fremdenverkehr und die Hotellerie zum Gegenstand haben*, im Sinne einer zentralen Zusammenfassung nach dem Beispiel der Abteilung für Landwirtschaft geradezu aufdrängt. Halbe Lösungen müssen vermieden werden, wenn man den zeitraubenden, lähmenden und sich überschneidenden Wettbewerb zwischen einzelnen Bundesämtern ein Ende setzen will, die in gewiss verdienstvoller, aber die Dinge erschwerender und komplizierender Weise

Die tiefgekühlten

**CREVETTES**

(roh, ohne Kopf, mit Schale) sind in Grösse und Qualität unerreicht. — Ein Versuch wird auch Sie begeistern!

Auskünfte und Preisliste durch

**BIRDS EYE AG., Zürich 22, Tel. (051) 239745**

um die miteinander verknüpften und voneinander abhängigen Probleme bekümmert sind. Es ist sehr zu befürchten, dass die mühevoll errungenen Ergebnisse der Luzerner Konferenz auseinanderflattern und an den erfahrungsgemäss divergierenden Ansichten und Einstellungen der verschiedenen Ämter, die sich damit zu befassen haben, sogar scheitern, sofern man sich nicht dazu entschliesst, einer Bundesstelle, die sich intern mit den anderen Abteilungen zu verständigen hätte — wie dies auch auf anderen Gebieten zutrifft —, die Hauptverantwortung zu übergeben für die Betreuung und Behandlung der innerlich zusammenhängenden Fragen der Hotellerie als Hauptträgerin und Basisindustrie des Tourismus.

Wie sehr unsere Propaganda auf die Gestaltung der Verhältnisse innerhalb der Fremdenverkehrswirtschaft angewiesen ist und wie stark die Impulse sind, die von jeder Verbesserung dessen ausgehen, was Preis und Qualität der touristischen Einrichtungen berührt, das — meine Damen und Herren — hat sich in letzter Zeit bei der weitgreifenden Selbsthilfeaktion unseres Verbandes zugunsten der Wintersporthotellerie und bei den erfolgreichen Bundesaktionen für die Verbilligung der Skischul- und Bergführertarife gezeigt. Es ist erstaunlich, wie wenig bei der Kritik an einzelnen Schönheitsfehlern, die jeder Aktion dieser Art anhaften, der starken propagandistischen Wirkung der durchgeführten Massnahmen zugunsten des ganzen Tourismus unseres Landes gedacht wurde. Galt und gelang es doch, den hartnäckig sich behauptenden Ruf der „teuren Schweiz“ beseitigen zu helfen und die so notwendige Verlängerung der Aufenthalte zu fördern. Niemand konnte bestreiten, dass gerade die Tarife der Skischulen sowie der Bergführer zu jenen „Extras“ gehören, die im Vergleich zum Ausland wegen der hohen schweizerischen Lebenshaltungskosten als übersetzt erachtet wurden und ohne Hilfe gerechterweise nicht hätten reduziert werden können. Ferner wird niemand auf die Dauer bei gutem Willen der Tatsache sich verschliessen wollen, dass es für die Zukunft unserer besonders notleidenden Berghotellerie und der mit ihr verbundenen Bevölkerungskreise von

ausserordentlicher Bedeutung ist, das Interesse für den Skisport und für den Alpinismus insbesondere bei der heranwachsenden Generation durch Massnahmen zu aktivieren, die sich — wie zahlenmässig heute schon einwandfrei feststeht — durchaus bewährt haben und den beteiligten, keineswegs auf Rosen gebetteten Kreisen unseres Bergvolkes eine starke Mehrbeschäftigung und wesentlichen Mehrverdienst zu bringen vermochten.

Wenn ich mich im Rahmen meiner Betrachtung auf einige wenige Feststellungen zu diesem umstrittenen Thema beschränken muss, so sei doch nicht vergessen, den zuständigen Behörden für das Verständnis zu danken, das sie durch diese volkswirtschaftlich, sozial und werbepsychologisch produktiven, mit relativ sehr bescheidenen Mitteln vielseitig wirksamen Massnahmen bekundet haben. Jedenfalls geht aus diesem Beispiel klar hervor, wie wichtig es ist, dass unsere Verkehrsverbände so bald als irgendwie möglich aus einer umfassenden Renovation unserer Saisonhotellerie neue und durchschlagende Impulse zu schöpfen vermag. Was im Ausland, zum Teil mit bedeutenden Marshallplan-Geldern und zum grössten Teil durch private Kredite, die den meisten Betrieben unserer Hotellerie heute noch praktisch verschlossen sind, für die Modernisierung der dortigen Hotelindustrie in letzter Zeit ins Werk gesetzt wurde, macht die baldige Fortführung der vor einigen Jahren allzu früh unterbrochenen Hotelerneuerungsaktion auf einer bei aller Masshaltung genügend breiten und soliden Grundlage zu einem dringenden Gebot klug vorausschauender schweizerischer Fremdenverkehrspolitik.

\* \* \*

Meine Damen und Herren!

In meiner naturgemäss nur unvollständigen Lagebetrachtung habe ich möglicherweise die kritischen Akzente verhältnismässig allzu stark betont. Man möge mir das verzeihen, weil meine Bemerkungen nicht einer mangelnden Anerkennung für die vielen Beweise verständnisvollen Entgegenkommens entspringen, das uns allent-

halben, bald mehr, bald weniger, zuteil wurde, sondern in einer tiefen Sorge um die Zukunft unseres Wirtschaftszweiges begründet und beschlossen sind. Die Aufgabe, jene Voraussetzungen zu schaffen, die es der arg verwundeten Hotelindustrie unserer Fremdenverkehrskantone und namentlich unserer Berggehenden ermöglichen können, neuen Mut zu schöpfen und mit Zuversicht einer lichtvolleren Zeit entgegenzublicken, diese Aufgabe ist so schwer, aber auch so wichtig und bedeutungsreich, dass ich um die gütige Nachsicht und die tatkräftige Unterstützung aller Kreise bitten muss, von deren Einstellung und Einfühlung das Gelingen des vor uns liegenden Werkes abhängt. Ich gestehe Ihnen offen, dass in Anbetracht der Schwierigkeiten und Rückschläge, die scheinbar kein Ende nehmen wollen, und im Hinblick namentlich auf das immer kritischer sich gestaltende Problem der Personalbeschaffung und der Nachwuchssicherung in den Reihen der betroffenen Hotelinhaber — und ihrer sind viele — da und dort ein Erschöpfungszustand sich geltend macht, der zu ernster Besorgnis Anlass gibt. Was uns vornehmlich stärkt, ist das Bewusstsein, dass über allen menschlichen Bemühungen und Kämpfen eine ewige Vorsehung wacht und unser aller Geschick lenkt. Aus dieser Quelle schöpfen wir das Vertrauen, es möge der Hotellerie mit Hilfe einsichtiger Eidgenossen aus allen Volksschichten vergönnt sein, das uns von den Vätern anvertraute Erbe als ein in harten Enttäuschungen und Mühen gerettetes, lebens- und leistungskräftiges Werk an die kommende Generation weiterzugeben, zum Wohl unserer unvergleichlichen Heimat.

### Saisonverlängerung durch Ferienstaffelung

Jahr für Jahr wiederholt sich die gleiche Situation. In der Zeit vom 15. August bis zum 15. August sollte man „elastische“ Häuser haben. Man könnte ohne Anstrengung dreimal so viele Gäste unterbringen, als man Betten hat. Man spricht in allen Verbänden des Verkehrs und des Tourismus in der Hotellerie und bei den Bahnen immer wieder von der Saisonverlängerung. Man möchte die Hotels auch vor und nach der sommerlichen Neujahrspitze vom 1. August besser frequentiert sehen.

### Veröffentlichung des Luzerner Berichtes

Wie wir erfahren, hat der Bundesrat beschlossen, Mitte September den Bericht der Luzerner Konferenz über „Die Schweizerische Hotellerie, ihre gegenwärtige Lage und die zu ihrer Stützung und Förderung notwendigen Massnahmen“ zu veröffentlichen.

Der definitive Preis dieser Broschüre ist noch nicht festgesetzt, dürfte aber ca. Fr. 4.– betragen.

Damit wir uns rechtzeitig die nötige Anzahl Exemplare sichern können, bitten wir alle Mitglieder, die diese Publikation zu erhalten wünschen, Ihre Bestellung

bis spätestens 25. August

dem Zentralbureau in Basel mittels nachfolgendem Bestellschein aufzugeben.

Wir sind überzeugt, dass den meisten unserer Mitglieder daran gelegen ist, diesen Bericht, der für die Zukunft unserer Hotellerie von entscheidender Bedeutung sein wird, zu besitzen.

Der Unterzeichnete .....

Hotel ..... Ort .....

bestellt ..... Exemplare des Berichtes der Luzerner Konferenz.

Unterschrift .....

Vor drei Jahren einigten sich die Schulen der drei Städte Basel, Bern und Zürich, die Sommerferien gestaffelt anzusetzen. Das war ein sehr erfreulicher Anfang der praktischen Saisonverlängerung. Um so bedauerlicher ist es, dass diese Regelung dieses Jahr bereits wieder fallen gelassen worden ist. Basel und Zürich begannen die Sommerferien am 14. Juli. In die absolute Hochsaison fallen zudem noch die jurassischen Uhrmacherferien vom 28. Juli bis zum 9. August.

Wer rechtzeitig bestellt hat, wird immer seine „Ferienbett“ bekommen; aber so viel andere muss man leider abweisen. Unserer Ansicht nach

### Überarbeitet?

Gewiss kann Ausspannen helfen. Rascher und zuverlässiger aber hilft eine aufbauende Stärkungskur.

Verlangen Sie unsern Prospekt Nr. 54/5.

Kurhaus **Senarüti** Degersheim  
Telephon (071) 541 41

## Aufklärung über BRUNNER-Stühle

Vielfach herrscht die Meinung, bei den von mir verkauften Wirtschaftsstühlen handle es sich wegen des niedrigen Preises um „Occasionen“. Ich möchte klarstellen, dass nur neue Stühle, und zwar Erzeugnisse grösster Fabriken, verkauft werden. Warum soll nicht auch dem „kleinen“ Wirt ermöglicht werden, eine neue, moderne Bestuhlung zu beschiedenen Preis anzuschaffen?

Spontane Empfehlungen aus Wirkkreisen sind meine beste Reklame!

Moderne Wirtschaftsstühle ab Fr. 21.—  
Massive, bequeme Stabellen ab Fr. 23.—

Über 100 Modelle, jede gewünschte Holzfarbe  
Lieferung franko, Mengenrabatte und Skonto

BRUNNER-Stühle Zürich-Wollishofen  
Postgebäude, Telephon 453912 und 454241



Vertrieb in der Schweiz: Jean Haecy Import AG., Basel

## Pourquoi de l'OVOMALTINE?

L'OVOMALTINE, produit original de réputation mondiale, a déjà été introduite dans les établissements publics depuis des dizaines d'années. Par une propagande continue, ce fortifiant alimentaire à la valeur reconnue s'est assuré l'expansion qui lui revenait et aujourd'hui encore l'Ovomaltine gagne de plus en plus du terrain.

Notre produit diététique est actuellement si répandu et si connu dans le monde entier, qu'il ne nécessite plus aucun travail d'introduction de votre part. Le sachet, simple et pratique, est très apprécié des consommateurs et facilite un service rapide. Introduisez, vous aussi, le



dans votre établissement; vous ne le regretterez certainement pas. Nous vous ferons parvenir directement les sachets OVOMALTINE, en boîtes de 200 pièces, ainsi que tous les renseignements et instructions nécessaires.

DR. A. WANDER S.A., BERNE

Le lait utilisé dans l'Ovomaltine est soumis à l'upérisation, procédé nouveau qui le débarrasse de tous les micro-organismes nuisibles.

## Dewar's "White Label" SCOTCH WHISKY



Generalagentur: Jean Haecy Import A. G., Basel 18

## Gesucht II. Bureaufräulein

auf 10. September für ca. 5 Wochen jüngeres für Telephon und Journal. Reiseentschädigung. Anfragen mit Zeugniskopien an Hotel Schützen, Rheinfelden.

## Gesucht Barman oder Barmaid

für Wintersaison nach St. Moritz für erstkl. Bar. Offerten mit Zeugniskopien und Photo unter Chiffre W S 2602 an die Hotel-Revue, Basel 2.

## Hotelsilber HOLLANDIA-PLATE N.V. Hilversum-Holland

Spezialfabrik von versilberten Tisch- und Küchengeräten

sucht Vertreter für die Schweiz

Nur diejenigen, die bei der Hotelkundschaft gut eingeführt sind und den Artikel kennen, werden ersucht. Angebote mit ausführlichen Personalien und Photo an obige Adresse zu richten.

Tüchtiger, zuverlässiger, junger Österr. sucht Jahresstelle als **Chef de rang oder Kellerer** Sprachenk., gute Ref. Luzern oder Umgebung bevorzugt. Frei ab Anfang od. Mitte Sept. Off. erb. an Masoner Johann, c/o Hotel Edelweiss, Engelberg.

Gelernte **Näh-Stopferin** sucht ausschliesslich Stelle als Stopferin in erst- oder zweitrangigem Hotel oder Krankenhaus, Luzern oder Lugano. Offerten unter Chiffre AS 1457 J an Schweizer Annoncen AG., Biel.

## Gesucht für den Herbst in Hotel ersten Ranges, grosse Stadt der französischen Schweiz.

## Economat-gouvernante

Fähig. Gute Jahresstelle. Offerten unter Chiffre E C 2621 an die Hotel-Revue, Basel 2.

liesse sich durch einen wohlgeplanten Ferienstaffelungsplan der Schulen, der grossen industriellen Betriebe und der Verwaltung wirklich eine Saisonverlängerung erreichen. Allen wäre dabei geholfen. Die Hotels wären nicht nur während drei bis vier Wochen voll besetzt, die Bettenausnutzung wäre während einer längeren Zeitspanne gut, die Verkehrsspitze würde sich verflachen, und der Gast würde in jeder Hinsicht noch bessere Gegenleistungen erhalten.

Wäre es nicht am Platz, dass man sich bald einmal an dieses Problem heranwagt? Eine gute Lösung scheint durchaus möglich zu sein.

H. v. B.  
Kurverein Grindelwald

## Les Jeux Olympiques et le tourisme

Dans les articles (innombrables) qui ont paru sur les Jeux de la XV<sup>e</sup> Olympiade, il n'a été que peu question de leur répercussion sur le tourisme. Il n'est peut-être pas sans intérêt d'en dire quelques mots.

Helsinki, ville de plus de 400 000 habitants, ne compte guère que 2000 lits d'hôtel. Aussi les organisateurs des Jeux avaient-ils réservé 40 000 logements chez des particuliers — non pas à l'intention des concurrents et des officiels, qui logeaient au Village Olympique, mais à celle des touristes spectateurs. Ils avaient sans doute vu trop grand, car toutes les chambres réservées dans des familles ne furent pas louées. Nous pensons qu'en évaluant à 25 000 le nombre des touristes de toutes nationalités qui se rendirent dans la capitale de la Finlande, nous sommes dans la vérité. Il ne faut pas oublier que le voyage était long et coûteux; il suffit de consulter une carte ou les tarifs des compagnies d'aviation pour s'en rendre compte.

Pendant deux semaines, Helsinki a été une grande capitale du tourisme international: plus de places dans les hôtels, des restaurants bondés 10 heures par jour, un public toujours très nombreux dans les magasins, dans ceux principalement qui vendaient des produits de l'industrie et de l'artisanat finlandais; et que dire des nombreux congrès qui siégèrent à Helsinki, des réceptions de tous genres offertes par les autorités, les organisateurs des jeux et les représentants diplomatiques des divers pays.

Les Américains, à part les Suédois bien entendus, étaient les plus nombreux. Les Allemands avaient fait le déplacement en grand nombre, mais les Anglais, comme les Français étaient relativement rares.

Dans les agences de voyages fort bien aménagées et organisées, l'animation était grande du matin au soir: organisation d'excursions dans le pays (en auto-car, en avion ou en chemin de fer), établissement des itinéraires de retour, vente de billets, etc.

Si les Finlandais parlent presque tout les suédois (qui est la deuxième langue nationale), bien peu nombreux sont ceux qui comprennent

l'anglais, et encore moins l'allemand et le français; mais les organisateurs des jeux se sont ingénies à faciliter le séjour de leurs hôtes; dans les agences de voyages, les employés portaient des brochures aux couleurs des pays dont ils parlaient les langues; à la gare, les haut-parleurs donnaient les indications en 5 langues; les restaurants impriment leurs menus en anglais, en français et

en allemand; dans les rues principales des kiosques sont aménagés où des interprètes sont (bénévolement) à la disposition des visiteurs. Les Jeux de la XV<sup>e</sup> Olympiade ont valu à la Finlande une propagande extraordinaire dont elle va bénéficier largement dans les années à venir. Il n'est pas de manifestation au monde qui déplace des touristes en aussi grand nombre. A.

## A propos des prévisions du temps

Le grand public critique volontiers notre office national suisse de météorologie, sous prétexte que les prévisions ne jouent jamais. Le monde étant ainsi fait qu'il oublie les prévisions qui se sont réalisées pour ne se souvenir que de celles qui n'ont pas été tout à fait conformes à l'oracle prononcé par Zurich. Il n'en reste pas moins que les prévisions météorologiques sont peut-être la partie la plus écoutée des programmes radiophoniques et que maints touristes ne s'aventurent dans une excursion d'une certaine importance qu'après avoir demandé les prévisions du temps par téléphone.

On sait aussi que, dans ce domaine, le Valais se trouve dans une situation particulière puisque les pronostics sont faits en général pour le Nord et le Sud des Alpes et que le profane a, à première vue, beaucoup de peine à déterminer si le début de la vallée du Rhône est au nord ou au sud des Alpes dont elle est dans une certaine mesure le centre.

La réponse que le Conseil fédéral vient de faire à la question posée par M. Maurice Kämpfen, Conseiller national valaisain, sur les bulletins de la station centrale suisse de météorologie, contribuera sans doute à mettre au clair un problème maintes fois discuté.

1. A la base de tous commentaires et de toutes prévisions du temps, le principe fondamental que le météorologiste est tenu d'appliquer est le suivant:

Le texte des prévisions doit être concis. Il faut donc qu'il ne soit pas trop long. Le lecteur et, en particulier, l'auditeur des émissions de la radio doit encore être capable de se rappeler le début du texte météorologique en fin de lecture, sans quoi il est à craindre qu'il n'interprète mal les prévisions.

2. D'autre part, l'Agence télégraphique suisse, les rédactions des journaux et les PTT (pour la machine parlante) ont exigé de courtes prévisions. Ces services ne désirent aucunement une extension des textes.

3. La station centrale suisse de météorologie fait des prévisions aussi différenciées que le permettent la situation météorologique et la longueur exigée des textes. Comme la chaîne des Alpes rompt en général la continuité de l'évolution météorologique entre le sud et le nord du pays, le prévisionniste divise son texte, dans la plupart des cas, en deux parties: l'une pour le sud et l'autre pour le nord des Alpes. Bien souvent la région du nord est elle-même subdivisée en Suisse romande, Suisse centrale, Suisse orientale, plateau, Jura, région des Alpes.

Vu la diversité des climats, il n'est pas avantageux de pratiquer une division schématique du pays. La division doit s'opérer suivant la situation météorologique.



## Verdienstmedaillen an Hotelangestellte

Die verehrlichen Mitglieder werden hiermit ersucht, uns Bestellungen, deren Ausführung auf Saisonschluss

gewünscht wird, rechtzeitig aufzugeben.  
Zentralbureau SHV.

chauffeurs persistent à déjeuner ou dîner à des heures incompatibles avec leur profession alors que tant de travailleurs ont organisé leur existence de façon à la faire cadrer avec les nécessités de leur métier.

Incompréhensible également, alors que le problème de l'essence ne se pose plus, que tant d'eux refusent (lorsqu'il y a peu de voitures en stationnement) toute course ne correspondant pas à leur destination.

Et que dire — on s'étonne que la Préfecture de police ne mette pas un terme à ce véritable « racket » — du prix de la course fait à la tête du client (généralement un étranger) ou selon les circonstances (heure tardive, destination plus ou moins lointaine) au lieu de l'être au taximètre? L'auteur arrive à la conclusion que voici:

« Les méthodes de travail des taxis parisiens font le plus grand tort à Paris et au tourisme. Est-il vraiment impossible de leur imposer le sens du public, aussi bien dans la correction de leur tenue et de leurs propos que dans leur manière de « servir » la clientèle qui les fait vivre? »

Ajoutons que ce n'est pas seulement la différence de la qualité du service, mais également celle de l'état extérieur et intérieur des taxis — en Suisse et en France — qui donnent à réfléchir. Si les prix des taxis suisses sont en général le double des prix parisiens, il est incontestable que

**EMMANUEL WALKER AG.**  
**BIEL**  
Gegründet 1866  
Bekannt für  
**QUALITÄTS-WEINE**  
offen und in Flaschen  
Tel. (032) 241 22

Infolge Abreise nach Übersee sofort zu verkaufen in Ortschaft am Bodensee mit über 8000 Einwohnern an zentralster Lage befindliches erstklassiges

**Hotel-Restaurant**

mit 13 Fremdenzimmern, Neuzettlich eingerichteter Betrieb, Prima Gebühlichkeit. Preis nur 225 000.— mit Fr. 50 000.— Anzahlung, Antritt nach Vereinbarung. Für tüchtigen Fachmann nie wiederkehrendes Gelegenheitskauf. Er wollen sich nur raschentschlossene Käufer melden, die sich über den Besitz der nötigen Anzahlung ausweisen können. Offerten sind zu richten unter Chiffre K 2619 B an die Annoncen-Expedition Künzler-Bachmann, St. Gallen.

**KURSAAL AROSA**  
sucht für Eintritt September:

tüchtige, sprachkundige  
**Stübli-Tochter**  
**Sekretärin**  
sprachkundig und mit Rufbuchhaltung vertraut;

für Eintritt Dezember folgende Angestellte:

**Chef de service** — **Buffetdame** — **Buffetochter** — **I. Barmaid** — **Barochter** — **Restaurationsstöchter** — **Kellermeister** — **Portiers-Gardero-biers** — **Bouleur-Portier** — **Cigarettenboy** — **Heizer** — **Hausbursche** — **Küchen- und Office-mädchen**

Ausführliche Offerten an Dir. F. Candrian, Kursaal Arosa.

**Hotel-Direktor**

mit geschäftstüchtiger Frau, seit einigen Jahren Leiter eines bekannten Sommerbetriebs, sucht Engagement für den Winter, evtl. auch für Zweisaisons oder für Jahresbetrieb. Offerten erheben unter Chiffre D R 2588 an die Hotel-Revue, Basel 2.

Wir suchen  
in Jahresstelle fleissige, saubere  
**Alleinlingère**  
(evtl. Mädchen, welches sich zur Lingère ausbilden möchte), modern eingerichteter Betrieb.  
Ferner  
**Serviertochter**  
und **Saalhilfkanftin**  
Eintritt sofort oder Übernahm. Gef. Offerten unter Chiffre B O 2695 an die Hotel-Revue, Basel 2.

Serviceen Sie Ihren Gästen nur das Originalprodukt

**Weisflog Bitter!**

Seit 70 Jahren ausgezeichnet bewährt. Weisflog Bitter ist mild und gut und darf in keinem Restaurationsbetrieb fehlen. **Kühl serviert bringt er Ihnen dankbare Gäste.**

Mit Siphon sehr erfrischend und durststillend

**Pension in der Westschweiz (Genfersee)**  
60 Betten, sucht:  
**Hausbursche-Portier**  
**Küchenmädchen**  
**Officeburschen**

Jahresstellen. — Offerten unter Chiffre W E 2594 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**Grösseres Hotel-Restaurant in Bern** sucht auf Neu-Eröffnung (15. September)

**Saucier**  
**Gardemanger**  
**Commis de cuisine**  
**Buffetdame**  
**Buffetochter**  
**Serviertochter**

Offerten mit Zeugniskopien, Photo und Gehaltsansprüchen unter Chiffre H R 2533 an die Hotel-Revue, Basel 2

Gesucht  
per 1. September, evtl. früher  
**I. Lingère-Wäscherin**

in gutbezahlte Jahresstelle, Kost und Logis im Hause. Offerten mit Referenzen an K. Grau, Restaurant s. Waid, Zürich 37.

**Gesucht**  
zu baldigem Eintritt in Jahresstelle mit geregelter Arbeitzeit  
**Restaurationsstöchter**  
für Buffet I., II. und III. Klasse  
**Commis de cuisine**

Offerten mit Lohnansprüchen, Zeugnisabschriften und Photo an J. Mark, Bahnhofbuffet, Biel.

Gesucht in Jahresstellen nach Zürich  
**Servicepersonal**  
sowie einige  
**Aushilfen**  
Eintritt sofort. Tel. (051) 326805.

Hôtelier-cafetier, 33 ans, très fortes connaissances administratives et comptables, certificat capacité, langues, cherche place en qualité de  
**collaborateur direction ou gérant**

Renseignements et références sur demande sous chiffre M 66149 X Publicitas Genève.

**Clinique Val-Mont, Glion s. Montreux**  
demande pour entrée immédiate  
**un commis de cuisine-louant**

de 22 à 25 ans, bien recommandé. Place à l'année. Adresser offres avec certificats et photo à la direction.

**SAUBER**  
**SCHONEND**  
**SPARSAM**

waschen Sie mit  
**SILAVIT-Waschalkali**  
**ALBA**  
Universal-Waschmittel

Haben Sie Waschprobleme? Wir beraten Sie gerne!

**VAN BAERLE & CIE. AG., MÜNCHENSTEIN**  
Telephon (061) 9 05 44

**Maitre d'hôtel**

bon organisateur, parlant langues  
**est demandé**  
dès le 1er octobre. Place à l'année, stable. —  
Faire offres: Direction Hotel Excelsior, Montreux.

Gesucht auf den 1. September selbständiger  
**KOCH**  
zur Führung einer Arbeiterkantine. Jahresstelle. Guter Lohn. Ehebenselbst  
**Hilfsskoch od. Hilfssköchin**  
In Frage kommt auch Ehepaar. Offerten mit Lohnansprüchen an Bauunternehmung Wasser-schloss, Ernen, Wallis.

**Grosshotel in Bergkurort**  
sucht auf Sommer 1953 (evtl. Winter 1952/53)  
**Küchenchef**

Sommer- und Wintersaison. Nur bestausgewiesene Anwärter kommen in Frage. Offerten unter Chiffre G B 2522 an die Hotel-Revue, Basel 2.

Inserieren bringt Gewinn!







**Gesucht**  
in führenden Restaurations-Grossbetriebe der deutschen Schweiz, gutausgewiesene Kraft als

**Leiter der Restaurants**

(Service- und Kundendienst), Erfordernisse: Gründliche Küchen-, Keller- und Servicekenntnisse. Deutsch, franz. und englisch sprechend, repräsentierend, mit guten Umgangsformen und zur Führung des Servicepersonals befähigt. Entwicklungsfähige Position. Offerten mit Lebenslauf, Photo, Zeugnissen, Angabe von Referenzen und des Gehaltsanspruchs unter Chiffre Z H 2889 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**Gesucht**  
in Jahresstelle, per 15. September, evtl. 1. Oktober junger, bestausgewiesener

**KÜCHENCHEF**  
ebenso auf gleiches Datum

**I. AIDE DE CUISINE**

Offerten mit Referenzen, Lohnansprüche sind zu richten an Restaurant du Théâtre, Neuchâtel.

**Gesucht**  
für Ferienablösung ab 1. September für ca. 3 Monate

**Sekretär(in)-Journalführer**

Offerten an Hotel Victoria-National, Basel.

**Gesucht**  
für sofort tüchtige

**Serviertochter**

in gangbares Passanten-Restaurant. Hoher Verdienst. Offerten unter Chiffre S T 2898 an die Hotel-Revue, Basel 2, oder Tel. (057) 71257.

**Bahnhofbuffet Biel sucht**  
zum sofortigen Eintritt bis anfangs November

**Sekretärin**

deutsch und französisch sprechend. Offerten mit Zeugnisabschriften an J. Mark, Bahnhofbuffet Biel.

**Gesucht**  
auf 1. oder 15. Oktober (Jahresstelle), bestverzierte

**Restaurationstochter**

die den feinen Service absolut beherrscht. Offerten mit Zeugnisabschriften, Bild, Altersangabe unter Case postale 12201, Neuchâtel.

**On cherche :**

**sommelière**  
connaisant la restauration et parlant les langues, pour 1er septembre,

**cuisinière-aide**  
de suite.  
C. Studer, Restaurant Métropole, Montreux, Tél. (021) 62307.

**Gesucht :** selbständige, jüngere, ehrliche

**Serviertochter**

in Hotel-Speiserestaurant am Bodensee. Guter Verdienst. Eintritt 15. September, evtl. früher. Offerten unter Chiffre B S 2894 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**GESUCHT** sprachkundige

**Sekretär**  
für Ferienablösung (Chef de réception) vom 10. September bis Oktober 1952.

**Commis de rang**  
**Zimmermädchen**

Eintritt anf. Sept. Offerten mit Photo, Zeugnisabschriften und Altersangabe an Hotel Schweizerhof, Basel.

**Gesucht**  
in Jahresstelle per 1. September, evtl. 15. September junger, solider und gut ausgewiesener

**KOCH**

(zu Lehrling). — Offerten mit Bild an Hotel 3 Kö-nige, Chur.

**Gesucht**  
von grossem Kurbetriebe im Tessin per sofort tüchtiger

**Kellermeister-Portier**  
sowie per Mitte Oktober verzierte

**Buchhalterin-Sekretärin**

Jahresstellen. — Offerten unter Chiffre T E 2892 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**KOCH gesucht**

in gutgehendes Restaurant in Zürich in guter Dauerstelle per Anfang oder Mitte September. Offerten unter Chiffre R Z 2616 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**Cuisiniers**  
commis de cuisine  
entremetier  
apprenti cuisinier

seraient engagés tout de suite ou date à convenir par

**Rest. Terminus**  
La Chau-de-Fonds.

Adresser offres et références avec prétentions de salaire.

**Dame de 30 ans, cherche place comme**

**gouvernante**  
**ou secrétaire**

dès le 1er octobre ou date à convenir. Possède références pour l'un ou l'autre poste et l'expérience de l'hôtellerie. Adresser offres sous chiffre G S 2875 à l'Hotel-Revue à Bâle 2.

**Gesucht**  
per sofort in Bad- und Massagelanstalt tüchtige, frohmütige

**Tochter**

(etwas Mithilfe im Haushalt erwünscht) Bad Sanitas, Rorschach, Jos. Walt-Eberle, Tel. 42190.

**Gesucht**  
für sofort

**Chasseur und Hausbursche**

(Jahresstellen). Offerten mit Zeugnisabschriften, Photo und Angabe des frühesten Eintrittstermines gefl. an

**Casino Berne**

Tüchtige

**Barmaid**

sucht Ablösung für ca. 1 Monat, frei ab 15. September. Nur erstklassige Betriebe kommen in Frage. Offerten unter Chiffre T B 2837 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**INTERNATSCHULE**  
(Graubünden) sucht tüchtige

**KÖCHIN**

Offerten unter Chiffre G 2924 Ch an Publicitas, Chur.

**Ungezielter**  
jeglicher Art verübt mit Casaride zuverlässig, höflich und diskret, überall in der Schweiz

**Otto v. Büren, Zürich**  
staatlich geprüft, Hardurmstr. 280, Tel. 27 70 68.

Gut präsentierende, routinierte

**Bardame**

sucht Stelle. Hotelbar bevorzugt. Frei ab 10. Sept., evtl. früher. Offerten unter Chiffre B M 2892 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**Gesucht**  
für sofort

**I. Lingère und Lingère-Stopperin**

(Jahresstellen). Offerten mit Zeugnisabschriften und Photo gefl. an

**Casino Berne**

**DAME** de 32 ans cherche place au pair pour la durée de 2 à 3 mois dans petit hôtel de la Suisse romande où elle aura la possibilité de visiter l'école 3 fois par semaine pour se perfectionner dans la langue. Connaissances de

**lingerie, buffet et éconamat**

Entrée env. 25 sept. ou à convenir. Offres avec conditions sous chiffre L B 2619 à l'Hotel-Revue, Bâle 2.

**Fraulein**, gut präsentierend, sucht per 15. September oder nach Übereinkunft Stelle als

**Chef de service-Stütze des Patrons**

Tea-room bevorzugt. Auf Wunsch finanzielle Beteiligung. Gefl. Offerten unter Chiffre C S 2821 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**Inserieren bringt Gewinn**

**Gesucht**  
nach Zürich per 1. Sept.

**Allein-Chasseur**  
für Cigarren, Cigaretten u. Patisserie. Schriftl. Offerten mit Bild und Zeugnisabschriften an Börse-Restaurants, Dancing-Bar-Cabaret, Zürich 1, Hans König, Inhaber.

**Hotel Silvretta, Klosters**  
sucht für die Wintersaison 1952/53 sämtliche

**Personal**

Offerten von gut ausgewiesenen Bewerbern sind zu richten an: G. Rocco, z. Zt. Hotel Segnes & Posz, Flims-Waldhaus.

**Welcher KOCH**

evtl. verheiratet, sucht sich eine gute Jahresstelle? Nur bestausgewiesene, ansässige Kraft meldet sich an Gasthof Rössli, Würenlos.

**Directeur d'un Hôtel de montagne** cherche pour fin septembre ou date à convenir

**direction**

Situation à l'année ou deux saisons. Connaissance approfondie hôtel, brasserie et tea-room. Offres sous chiffre D R 2618 à l'Hotel-Revue, Bâle 2.

**Gesucht**  
in Passantenhotel per sofort junger

**KOCH LINGÈRE**  
24-30jährig

per Mitte September

**BUFFETTOCHTER**

evtl. Anfängerin  
Offerten mit Zeugnisabschriften sind zu richten unter Chiffre P S 2620 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**Gesucht**  
auf 1. September tüchtige

**Buffetdame oder Buffetochter**

Gutbezahlte Jahresstelle.  
Offerten mit Zeugnisabschriften, Referenzangaben und Photo an Bahnhofbuffet, Aarau.

**Küchenchef**

gesucht für Grossrestaurant im Zentrum Zürichs. Gutbezahlte Dauerstelle. Eintritt Mitte oder Ende September. Ausführliche Offerten unter Chiffre G R 2618 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**Je cherche en Suisse romande, pour jeune homme de 18 ans des Orisons, place de**

**stagiaire de cuisine**

en vue préparation Ecole hôtelière. S'adresser à F. Geissberger, Ch. Julien Gallet, Bex (Vaud).

**Fachtüchtige, zuverlässige Frau, Anfang 40, gut präsentierend, sucht**

**Vertrauensposten**

in gepflegten, gangbaren Betrieb, Restaurant, kleineres Hotel oder in Tea-room, bevorzugt zu alleinleitender Person. Gute Zeugnisse zu Diensten. Offerten erwünscht an F. Klay, Hotel Hirschen, Gunten bei Thun.

**Gesucht**  
für Vertrauensposten tüchtige, selbständige und absolut zuverlässige

**Econamat-Gouvernante**

in Jahresstelle. Bewerberinnen wollen ausführliche Offerte mit Bild, Zeugnisabschriften und Gehaltsansprüchen einreichen an Bahnhofbuffet, Olten.

**Zur Erledigung allgemeiner Bureau- und Kontrollarbeiten in einem angesehenen, gastwirtschaftlichen Betriebe wird ein gewissenhafter**

**kaufmännischer Angestellter**

gesucht. Stadt Zürich. Offerten mit Lichtbild, Bildungsgang und Saläransprüchen sind erbeten unter Chiffre H 13600 Z an Publicitas, Zürich 1.

**Gesucht**  
für Wintersaison 1952/53:

**Hotelsekretärin**  
**Serviertochter**  
**Barmaid**  
**Zimmermädchen**  
**Portier**  
**Buffetbursche**

Handgeschriebene Offerten mit Photo und Zeugnisabschriften an Hotel Carmena, Arosa.

**Erstklasshotel in Lugano** sucht mit Eintritt per sofort oder nach Übereinkunft

**Telephonist**  
**3 Keller-Commis**  
**2 Zimmermädchen**  
**Portier**  
**Personal-Zimmermädchen**  
**Lingerie-Mädchen**  
**2 Officeburschen**  
**Kellner-Lehrling**

Offerten mit Zeugnisabschriften und Photo bei Angabe des Lohnanspruchs pro Monat, mit Kost und Logis im Hause frei, sind erbeten an Postfach Nr. 6054, Lugano.

**GROSSHOTEL IM ENGADIN**  
sucht für Wintersaison 1952/53:

**Maincourantier(e)**  
**Receptionär**  
**Caissier**  
**Bon-Kontrollleur**  
**Chasseur**  
**Eisplatz-Arbeiter**  
**Voiturier**

(Schweizer bevorzugt)

Gefl. Offerten unter Chiffre G E 2470 an die Hotel-Revue, Basel 2.

37jähriger Chef de service, Absolvent der Handels- und Hotelfachschule, verheiratet, deutsch, franz., italienisch und englisch sprechend, wünscht mit leistungsfähiger Firma zwecks Übernahme einer

**Reisestelle**

in Verbindung zu treten. Ich bin in der Hotellerie sowie im Gastgewerbe sehr gut eingeführt (18jährige in- und Auslandspraxis) und suche dementsprechende Tätigkeit, in der ich meine Erfahrungen und Beziehungen voll und ganz ausweiten kann. Die Offerten sind bitte unter Chiffre G 2882 Y an Publicitas, Bern zu richten.



Ihre Gäste wissen...  
Fliegen sind unhygienisch!

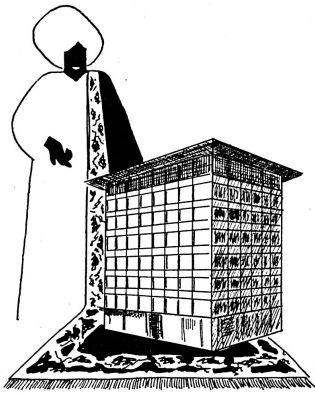
**Neocid Spray**  
vernichtet sie

Originalkannen von 5 l 10 l 25 l  
Preise per l exkl. Wust. Fr. 6.54 6.15 5.77  
Lieferung franco durch

**J. R. Geigy A.G. Basel 16**  
Tel. (061) 4 38 48







Ob Neubau oder Umbau,  
Schuster-Teppiche sind immer  
vertreten!

# Schuster

das Spezialhaus für Hotel-Bedarf

Bitte wenden Sie sich für unverbindl. Beratung u. Offerten an unsere Hotel-Abteilung

Schuster & Co., St. Gallen, Multergasse 14  
Telephon (071) 2 15 01  
Schuster & Co., Zürich 1, Bahnhofstrasse 18  
Telephon (051) 23 76 03

## ZU VERKAUFEN

Silberbesteck etc., Gläsertücher, Frottiertücher, Liegestühle, Garderobenständer, Gartenbänke, Spinnräder, Kassenschränke, Velosländer, Autogepäckträger, Ventilator, Glacemaschine, Badewannen, Lavabos, Closets, Nähmaschinen, Staubsauger, Teppiche, Bettvorlagen, Bettumrandungen, Telefonrundsprechapparat.

Möbel aller Art  
Betten, Schränke, Kommoden, Nachttischli, Stühle, Tische, la franz, Bettcouch, Fautouils, Kanapes, Schreibtische, Bettcouch, Matratzen, neue ab Fr. 56.—, und viel anderes mehr.  
ca. 400 Restaurantstühle

O. LOCHER, BAUMGARTEN, THUN

## A vendre à Bruxelles Hôtel classe „Palace“

plein centre 180 chambres, 40 suites, restaurant, brasserie etc. Affaire unique.  
S'adresser: Florian G. Krug, 39, Longue rue Neuve, Anvers.

**Wm. Walker's**  
**CANADIAN CLUB**  
Whisky  
ALSO  
BOURBON & RYE  
GENERAL AGENTS:  
**F. Siegenthaler Ltd.**  
LAUSANNE TEL. (021) 23 74 33

# Der Herr mit empfindlichen leicht ermüdenden Füßen trägt

Schuhe aus  
feinsten  
geschmeidigen  
Ledern



Fusswohl-Formen  
mit spezieller  
Sohlen-Absatz  
Konstruktion



1 Polyfit II, die Form mit vollster  
Chaussierung Fr. 73.80/76.80

2 Polyfit I, gepflegtes Modell in Box  
schwarz Fr. 59.80



3 Durchlohtes Sommermodell auf  
der eleganten Vicking Fr. 74.80

4 Weicher Sommerschuh mit ungefü-  
tterttem Vorfuss auf Captain Fr. 74.80

## Für Ihre Glacen

wählen Sie mit Vorteil  
WIN-YOU-Fruchtpures.

Verlangen Sie heute noch  
eine Offerte bei uns!

**HANS GIGER & CO., BERN**

Import von Lebensmitteln en gros  
Gutenbergstrasse 3 Telephon (031) 22735



## Tauben

statt  
**POULETS**  
eine Delikatesse, liefert  
comestibles-fermig: O. Lo-  
cher, Thun, Baumgarten.

**ENGLAND**  
Suchen fortwährend Töchter in  
gebildete, überprüfte Familien  
und wahren Ihre Interessen in  
Stille.

**BELDI-GRANT**  
(notiere: jetzige, einzige Adresse)  
Anglo-Swiss Büro mit besten Re-  
ferenzen. Auskunft Fr. 2.— in Mas-  
ken an: Cleavers Lyng, Herst-  
monceux, Sussex (England).

Inserieren bringt Gewinn

MUM



Le Dr. Cuistot est un homme  
qui connaît son métier « aux pommes »  
et lorsqu'il doit faire un essai  
il va toujours au fond des choses —  
Dès qu'il eut ausculté Humi  
ils sont devenus grands amis  
car les deux produits Humosa  
sont vraiment le nec plus ultra.

*Huiles et graisses Humosa  
les éléments  
d'une bonne cuisine!*



Livraison par  
les grossistes



HUILERIES DE MORGES S. A., MORGES

**ferrum**  
WÄSCHE REINIGUNGSMASCHINEN  
FERRUM AG. MASCHINENFABRIK RUPPERSWIL. VERKAUFSBÜRO: LOWENSTR. 66 ZÜRICH 23

EIN GANG ZU  
**Geelhaar**  
Gegr. 1869  
LOHNT SICH!  
*alle Teppiche*  
W. GEELHAAR AG. BERN  
THUNSTR. 7 TEL. (031) 2 21 44

BITTE OFFERTE ODER DEN UNVERBINDLICHEN  
BESUCH EINES MITARBEITERS VERLANGEN!

W. GEELHAAR AG., BERN, THUNSTR. 7  
Telephon (031) 2 21 44

## ENGLAND

Verbinden Sie das Englischlernen  
mit Ferien!

Unsere dreimonatigen, gutgeleiteten Kurse für An-  
fänger und Fortgeschrittene, jeden Alters u. beider  
Geschlechter, bieten Ihnen im sonnigen und gesun-  
den Ferienort Cliftonville an der Küste der Grafschaft  
Kent in hotelmässig ausgestatteter Schule Gele-  
genheit zu neuzeitlicher, dem Leben und der Pra-  
xis angepasster sprachlicher Ausbildung.

Neue Kurse beginnen: 29. Sept.-20. Dez. 1952 und  
2. Februar-25. April 1953.  
Kosten: £ 66.— (ca. sFr. 730.—) für 12 Wochen, alles  
inbegriffen (Unterkunft, Unterricht etc.)  
Beste Referenzen.

Ausführl. Prospekte und unverbindliche Beratung durch

**STRATHSIDE  
PRIVATE SCHOOL**  
Eastern Esplanade, Cliftonville, Kent, England

## LIPS-

Küchenmaschinen  
J. LIPS, Maschinenfabrik, URDORF / ZH

Wir gewähren  
**Darlehen**

zu günstigen Bedingungen für die Anschaffung  
von Glacemaschinen und Kühlschränken. Frei,  
Treig & Co., Bankhaus, Löwenstrasse 85/77,  
Zürich 1.

Zu verkaufen, evtl. zu vermieten  
**Gasthaus-Pension**  
(mit Dependence) 20 Betten, sehr schöne, ruhige  
Lage am See, gediegene Restaurationslokalitäten  
und grosse Terrassen. Neuzüchtlich eingerichteter  
Bau mit elektrischer Küche, Kühlanlage, Speiseküche,  
Garage etc. und über 13000 m<sup>2</sup> Umland. In-  
teressenten, die eine Annahmung von Fr. 30.000.—  
leisten können, wenden sich unter Chiffre OFA  
2801 Z an Orell Füssli-Annoncen, Zürich 22.

Preiswert zu verkaufen  
in grossem Fremdenort der Zentralschweiz  
gut bekanntes  
**Hotel- und Speiserestaurant**  
an sehr guter Verkehrslage. 45 Betten. Fast alle  
Zimmer mit fliessendem Wasser. Schöne Lokal-  
itäten für grosse und kleine Gesellschaften. —  
Offerten unter Chiffre Z S 2874 an die Hotel-  
Revue, Basel 2.

**PLANTEURS  
RÉUNIS** LAUSANNE