

Objektyp: **Issue**

Zeitschrift: **Hotel-Revue**

Band (Jahr): **62 (1953)**

Heft 35

PDF erstellt am: **22.07.2024**

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

### **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

# 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

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 Emile Birkhäuser & Cie S.A., Bâle, Elisabethenstrasse 15. - Rédaction & administration: Bâle, Gartenstrasse 112, Compte de chèques postaux N° V 85. Téléphone (061) 34 86 90

Nr. 35 Basel, den 27. August 1953 Erscheint jeden Donnerstag 62. Jahrgang 62<sup>e</sup> année Paraît tous les jeudis Bâle, 27 août 1953 N° 35

## Un problème que doit étudier l'hôtellerie

### Où va la publicité?

Par Paul André

Les problèmes que pose la publicité intéressent à plusieurs titres l'hôtelier. Tout d'abord, comme important consommateur: il achète beaucoup, dans toutes sortes de branches, et dépend plus ou moins directement des moyens mis en œuvre par l'offre. C'est ensuite un précieux intermédiaire pour certains produits de marque: leur publicité passe en partie par lui, et on cherche à le persuader qu'il va de son intérêt de la bien répandre. Lui-même enfin recourt à la publicité pour ses propres affaires. Il fait des annonces, édite des prospectus, et surtout contribue à une large propagande collective. Mais-a-t-il le temps de réfléchir à la publicité? Sait-il assez quelle place elle tient réellement dans sa vie? Il n'est pas inutile de le rappeler ici, en analysant librement quelques aspects du problème publicitaire, tel qu'il se pose aujourd'hui, voire tel qu'il se posera demain.

\* \* \*

Dès les premières lignes d'un article paru dans le N° d'avril de «La Revue de Paris» sur la Philosophie de la publicité, André Siegfried affirmait: «La publicité correspond à un aspect essentiel, indispensable, non seulement de la production industrielle moderne, mais de la vie même des sociétés évoluées». Et il notait qu'aux Etats-Unis, la production proprement dite, qui occupait en 1870 les 76% de la population, n'en occupe plus maintenant que les 44%. Ce qui veut dire que, chez le plus gros producteur du monde, moins de la moitié des personnes travaillent à produire. Que font alors la majorité des autres? Elles distribuent, elles vendent. Les machines allant toujours plus vite, il est d'ailleurs normal que le commerce occupe davantage de gens que l'industrie elle-même.

Vendre, c'est bien. Mais il faut pouvoir. Cela dépend à la fois des conditions économiques et de certaines conditions psychologiques. La vente est une chose qui s'exécute en général assez vite, mais qui longuement se prépare. Il y a donc ceux qui font vendre en créant une atmosphère propice. La publicité, affirme-t-on non sans exagération, est entre leurs mains devenue une science. Il est possible que la publicité puisse un jour réunir les éléments qui la constituent en science exacte. Souhaitons-le. De lamentables confusions cesseraient; quelques points d'interrogation se poseraient; on verrait qu'en ce domaine, le rôle de l'esprit est autrement plus actif qu'on ne le suppose. Et surtout différent.

Science publicitaire ou art publicitaire, comme on voudra, il faudrait plutôt appeler la publicité moderne une technique. Technique aux ressources variées. Elle consomme un débordement d'imagination. Mais elle semble ignorer que ces recherches finissent par engendrer la monotonie, dans la mesure précisément où intervient, à l'origine, le même mécanisme mental. Comment se renouveler sans être le chaînon d'une même méthode? Par la pensée. Une pensée libre, vraie, intense, juste. C'est la pensée qui invente, ce n'est pas la technique. La technique, au contraire, détourne des concep-

tions vraiment créatrices en dirigeant les efforts dans un sens unilatéral.

\* \* \*

Ces réflexions, on aurait aimé que M. André Siegfried les fit. Il a bien marqué l'importance prise par la publicité, mais il l'a vue à peu près comme la plupart des publicitaires, qui animent cet organisme social sans réellement l'observer en expérimentateurs, et qui le voient évoluer extérieurement, non pas intérieurement, dans sa conception même. Il attribue à la publicité le génie de la répétition, il la définit «une psychologie de la lassitude». Le public cède, parce qu'il ne peut plus résister. C'est cent fois exact. N'y a-t-il pas cependant autre chose à relever?

Il y aurait, par exemple, un bilan publicitaire à faire. Bilan financier, bilan moral. La publicité rapporte-t-elle à la société ce qu'elle lui coûte? Sa croissance phénoménale n'a-t-elle pas introduit un déséquilibre entre ce qu'elle offre et ce qu'elle demande? Sous ses airs très actifs, deviendrait-elle passive, autrement dit une sorte de taxe perçue par le syndicat des intermédiaires? Vaudrait-il mieux lui résister? Voilà des questions que l'on peut se poser. Que l'on doit se poser, soit à propos de la publicité que l'on subit, et qui peut être à divers degrés une duperie, soit à propos de celle que l'on fait, dont les magnifiques promesses mènent parfois à la ruine.

Et pourtant la publicité est une chose relativement simple, remarquera-t-on. Sa seule loi? Faire connaître en faisant envie. Son but? Amener les gens à ne plus même se rendre compte qu'ils lui obéissent. Beaucoup d'affiches, d'enseignes, de prospectus, de vitrines, d'annonces - de bruit enfin, aussi agréable et suggestif que possible, et le tour est joué. Oui certes: mais toute puissance implique une responsabilité correspondante. On ne joue pas sans risques avec les éléments qui commandent aux réactions humaines. On n'exploite que jusqu'à un certain point ces réactions; le moment arrive où elles se défendent. Comment croire qu'il n'y ait rien de changé, ou qui soit en train de changer, tandis que se multiplient les appels à la consommation? Ceux-ci porteront de moins en moins. La publicité, pour ne pas faire figure de duperie, devra alors être davantage que de la publicité. Il lui appartiendra de se dépasser elle-même.

\* \* \*

Faire connaître, puis faire aimer en persuadant, cela naturellement subsiste. C'est le but. Mais, pour y parvenir, les conditions diffèrent. Il ne s'agit plus d'user abondamment de la publicité, il faut l'enrichir, et contribuer à son développement comme service social. Service effectif, non factice. Nous rejoignons ici l'idée des «relations publiques», ces services de documentation objective dont on parle tant, mais qui offrent déjà le spectacle, assez lamentable, des plus graves déviations.

Le bobard ne doit pas régner sous une autre forme, plus vivante que jamais, grâce à un moyen de persuasion éminemment hu-

main. Le bobard ne doit pas faire l'ange, c'est-à-dire faire la bête. Or nous le voyons commencer à faire la bête, avec le langage d'un Tartuffe qui serait parfois professeur, parfois journaliste, parfois, prêtre laïque de je ne sais quel conventicule, parfois n'importe qui. Sans doute le public aime-t-il à être délicieusement trompé; sans doute en veut-il volontiers à ceux qui le détrompent, comme lorsqu'il refuse de croire un hypnotiseur qui lui dévoile naïvement ses grossiers trucs. Qu'importe: on ne crée rien avec des forces inférieures. Et la publicité doit monter. Si elle ne monte, d'ailleurs, elle tombera. Telle est la loi.

\* \* \*

La vérité, la vérité seule. Pas d'autre axiome désormais en publicité. Suffit-il, pour y satisfaire, de ne jamais mentir, et de ne pas exagérer? Ce serait trop facile, et trop arbitraire. Il faut être complètement vrai, argumenter dans la perspective de la réalité la plus exacte. Voilà qui n'est pas encore très commun, avouez-le. On y verra probablement une utopie. Tranquillisez-vous: si l'effort demande aujourd'hui quelque audace, il n'est pas au-dessus des moyens disponibles, et il sera largement payé. La publicité y gagnera en tout cas une valeur assez rare.

Une valeur dont elle a besoin pour tenir désormais son rôle ici-bas. D'auxiliaire indis-

pensable des affaires, elle en est devenue le moteur: la voilà maintenant une puissance économique de premier ordre. Mais comme les affaires, en se développant, ont quitté le domaine purement économique pour s'intégrer au domaine politique, la publicité ne relève plus seulement des lois de l'économie, ou de la psychologie collective appliquée à l'économie. Les initiatives qui la renouvelleront vraiment ne seront pas d'ordre quantitatif ou de nature technique, ainsi qu'on le croit trop souvent par habitude - habitude qui dégénère toujours en faiblesse, même avec l'appui des plus grandes forces. Ces initiatives viendront moins d'une vaste et parfaite organisation que d'une pensée en pleine vigueur, sans soutien parce qu'incomprise ou dépréciée, mais semant ses germes féconds dans les têtes intelligentes. D'idées, d'ailleurs, il n'en faut pas nécessairement beaucoup; quelques-unes suffisent; une seule parfois, mais intensément vitale. Tout d'abord importe la conception initiale, l'orientation essentielle\*).

Paul André

\*) A propos de l'exposition «Publicité américaine 1953», récemment organisée à Lausanne, et qui ne manquait pas d'intérêt, observons que l'essentiel d'une publicité ne réside en aucune façon dans un affiche, un prospectus, une annonce, un film; il est dans son orientation générale. Il faudrait organiser une exposition où plusieurs maisons importantes montreraient l'évolution de leur publicité en cinquante ans, par exemple. Ce serait réellement instructif.

## Das Frequenzjahr 1953

Soweit bis jetzt überblickbar gut  
Der verregnete Juni bewirkte nur partielle Ausfälle

Wir schreiben Ende August. Die Sommersaison hat ihren Höhepunkt bereits überschritten. Wenn der September vorbei ist, dann folgt in der Saisonhotellerie die stille Zeit bis zum Beginn der Wintersaison kurz vor Weihnachten.

Über den Verlauf der diesjährigen Sommersaison sind wir zahlenmässig noch nicht im Bild. Von der Eidgenössischen Fremdenverkehrsstatistik liegen erst die Juniziffern vor. Für die Hochsaisonmonate Juli und August fehlen noch genaue Anhaltspunkte. Doch darüber dürfte Gewissheit bestehen: dass in diesen beiden Monaten die durchschnittliche Bettenbesetzung mindestens so gut wie im Vorjahr, voraussichtlich aber noch besser war. Wenn auch über den mutmasslichen Frequenzverlauf im September noch nichts Verlässliches gesagt werden kann, so ist kaum anzunehmen, dass gegenüber dem von der Witterung keineswegs begünstigten September 1952 ein Frequenzrückschlag zu erwarten ist. So dürfen wir denn heute schon, obschon erst die statistischen Ergebnisse des Fremdenverkehrs für das erste Halbjahr vorliegen, uns ein summarisches Urteil über das Frequenzjahr 1953 erlauben. Dieses kann nur lauten: Das Jahr 1953 gehört zu den besten Frequenzjahren der Nachkriegszeit.

### Günstige Voraussetzungen

Wir haben von Anfang an dem Fremdenverkehrsjahr 1953 eine günstige Prognose gestellt. Die Ungewissheit über die Auswirkungen der englischen und französischen Devisenrestriktionen auf den Frequenzverlauf im Jahre 1952 war der Überzeugung gewichen, dass mit neuen devisenpolitischen Einschränkungen nicht mehr zu rechnen sei.

Im Gegenteil, die Wahrscheinlichkeit sprach für Lockerungen bestehender Devisenbeschränkungen. Diese Erwartung ging tatsächlich in Erfüllung, haben doch Deutschland die Reisedevisenzuteilung weiter liberalisiert und Grossbritannien die Kopfquote für englische Touristen gegen Ende März von 25 auf 40 Pfund heraufgesetzt, und Dänemark und Holland die Devisenzuteilungen auf Beginn der Sommersaison erhöht. Auch die günstige Wettbewerbslage der Schweizer Hotellerie war weder von innen noch von aussen gefährdet; von innen nicht, weil der SHV trotz steigenden Gesteungskosten an seiner bisherigen Preispolitik festhielt. Das Fehlen von Anzeichen eines Konjunktumschwunges im In- und Ausland und ein allgemein verstärkter Reisedrang, der namentlich in den USA. Richtung Europa sowie in Deutschland festzustellen war, bildeten weitere Faktoren, die eine optimistische Beurteilung der Frequenzaussichten rechtfertigten.

### Die Ergebnisse des ersten Semesters

Die Annahme, dass 1953 ein gutes Fremdenverkehrsyear werde, hat in den bisherigen Ergebnissen der Frequenzstatistik ihre Bestätigung gefunden. Zwar brachte die Wintersaison - Dezember-Februar - nur einen unbedeutenden Frequenzgewinn. Der Engländerausfall machte sich vielerorts stark fühlbar und ist nicht überall durch vermehrten Besuch anderer ausländischer, vor allem deutscher Gäste kompensiert worden. Glücklicherweise verlängerte sich die Saison noch stark in den März hinein, so dass viele Wintersportplätze zusätzliche Frequenzen aufwiesen. Sehr frühzeitig erfuhren auch die Frühjahrskurorte an den Seen, Tessin und



taire» aussi vite que possible, afin de reprendre la première place dans le secteur des «exportations invisibles» qu'ils ont dû temporairement laisser à l'Italie, suivie de la Grande-Bretagne et de la Suisse.

Tout porte à croire que les aspects touristiques et les résultats financiers de la saison en cours seront infiniment plus défavorables. La Suisse

a tout intérêt à «réactiver» la balance touristique de la France, dont l'évolution est basée sur une réciprocité et une libre concurrence des prestations touristiques. Espérons donc que les services de la direction générale du tourisme pourront nous présenter cette année un bilan financier en devises qui ne place pas la France dans une position touristique très éloignée de celle de 1952.

## L'écoulement des fruits du Valais

On nous écrit:

On a bien dit ici tout le tort que les producteurs d'abricots valaisans s'étaient fait aux yeux de leurs clients en livrant des fruits de mauvaise qualité ou prématurément cueillis. La presse agricole rappelle constamment les promesses qui ont été faites à nos paysans, promesses qui doivent trouver leur réalisation dans l'application du statut de l'agriculture. Mais, ce qu'on ne dit pas, c'est que l'agriculture s'est engagée elle aussi à améliorer la qualité de ses produits.

On il semble qu'au lieu d'une amélioration qui était réelle il y a quelques années, on assiste maintenant à un relâchement qui, s'il s'accroît ou continue encore longtemps, réduira à néant les efforts d'une propagande qui s'est dépensée sans compter ces derniers temps.

Il ne nous appartient pas ici de chercher les responsables de cet état de choses, mais de constater que certains livraisons d'abricots ont été indignes de la réputation des abricots du Valais, que du vin vendu dans les restaurants d'outre-saraine n'a de valaisan que le nom et que d'autres produits de ce sol fertile ont été vendus à des prix qui ne correspondaient pas à la marchandise offerte.

Avant de vitupérer l'égoïsme de leurs compatriotes qui se refusent soi-disant à payer 10 ou 20 cts de plus les produits de notre pays, les producteurs doivent aussi tenir leurs promesses, car seule cette qualité, qui est possible grâce à nos méthodes modernes de production, justifie des prix plus élevés. A mauvaise qualité égale, les citoyens achèteront les fruits étrangers meilleur marché et on ne peut les taxer arbitrairement d'égoïsme.

D'ailleurs le communiqué suivant publié dans la presse valaisanne par l'Office de propagande pour les produits de l'agriculture valaisanne montre que les milieux chargés de faciliter l'écoulement de ces fruits reconnaissent que tout n'est pas encore parfait de ce côté-là:

«Le problème de l'écoulement des abricots en Valais a heureusement trouvé une solution satisfaisante. Aujourd'hui la demande dépasse l'offre, ce qui signifie un revirement complet de la situation difficile des premiers jours du mois d'août. C'est avec satisfaction que l'on peut constater aujourd'hui que l'action publicitaire de l'Office de propagande valaisanne est intervenue au bon moment et avec un grand succès. Le grand nombre d'annonces diffusées et l'orientation continue des consommateurs par des services de presse et des communiqués radiophoniques ont grandement facilité l'écoulement de nos abricots.

C'est la poire Williams qui est à l'ordre du jour en ce moment. Une action analogue à celle des abricots a été mise sur pied par l'O.P.A.V. Cette campagne durera environ trois semaines, et il faut espérer qu'elle sera également efficace.

Mais il y a encore un autre produit du Valais qui appelle notre sollicitude: la tomate. Les premiers envois ont été expédiés. Malheureusement l'O.P.A.V. a déjà reçu des réclamations sérieuses de la part d'importants acheteurs au sujet du triage et de la qualité des tomates valaisannes. Il est inadmissible que nos tomates soient expédiées sans triage suffisant et dans des plateaux provenant de Yougoslavie et d'Italie (c'est nous qui soulignons. Réd.). La propagande de

l'O.P.A.V. est inévitablement vouée à l'échec si notre production et notre commerce n'arrivent pas à créer les bases élémentaires de toute action publicitaire, c'est-à-dire à assurer la qualité et la bonne présentation de nos produits.»

Voilà qui est parlé!

Il est clair que si les producteurs ont l'impression que des centrales de ramassage ou des coopératives ou qu'eux-mêmes parviendront à écouler des produits de mauvaise qualité, ils auraient tort de se donner la peine d'améliorer leur production. Mais l'échec sera certain et ce n'est pas le consommateur qui sera responsable. Il en va de même pour la production viticole. C'est ce que les intéressés feraient bien de méditer avant de réclamer une protection accrue et de faire appel à la solidarité de la population.

## Lehren des Aprikosenkrieges

«Die Vorgänge, die sich in diesem Sommer im Wallis im Zusammenhang mit den Absatznöten für die Aprikosen-Grossernte abgespielt haben, wirbeln viel Staub auf. Man möchte wünschen, dass sich Ähnliches nicht wieder ereignet. In der NZZ. (Nr. 1936 vom 25. August) zieht E. G. die Lehren aus diesem Krieg um die Aprikosen. Der gutdokumentierte Verfasser, der den Gang der Ereignisse in objektiver Weise schildert und die Politik der Einfuhrrossung auf ihre ökonomische Begründetheit hin untersucht, kommt dabei zu folgenden bemerkenswerten Schlussfolgerungen:

Die Einfuhr wurde dieses Jahr früher und stärker beschränkt, als nötig gewesen ist und wohl auch zulässig war. Es war überflüssig, die noch verlangten weiteren Massnahmen zu ergreifen. Auch in den Tagen des grössten Angebots konnte das Wallis nicht alle Bestellungen ausführen. Die Theorie, dass man die Einfuhr nicht bis zum Beginn der Inlandernte, sondern nur bis zur Erreichung einer bestimmten Menge zulassen solle, hat sich als falsch erwiesen. Es hat sich vielmehr gezeigt, dass der einheimische Markt bei vernünftigen Preisen und guter Qualität auch eine Walliser Grossernte glatt aufnimmt, selbst wenn sie erst nach grossen Importen reif wird. Die Importeure hat man in der zweiten Phase zu sehr strapaziert, und nicht einmal zum Nutzen der inländischen Produzenten. Eine durchgreifende Besserung ist aber nur zu erwarten, wenn man sich im Wallis endlich dazu herbeilässt, schon zu Erntebeginn faire Preise anzusetzen. Die unverünftigen Anfangspreise haben dieses Jahr die Abflusskanäle verstopft und sind schuld an einer gewissen Verspätung der Propaganda und der übrigen Massnahmen. Bei gleichem Verhalten wird es in Zukunft wieder gleich herauskommen.

Im Schweizervolk lebt eine tief verankerte Sympathie für das schöne einheimische Produkt und vor allem für den Bergbauern. Das hat sich wieder gezeigt, als die wohl allgemeine erste Reaktion auf die Ereignisse in Saxon (wenn ihr euch so aufführt, so esst eure Aprikosen selber) unterdrückt wurde und man reichlich Aprikosen einkaufte, schon weil man nicht Unschuldige leiden lassen wollte. Diese Sympathie bürgt dafür, dass kaum je grössere Absatzschwierigkeiten eintreten werden, sobald man sich im Wallis an die Regeln der wirtschaftlichen Vernunft hält.»

## Die Schweiz im weltwirtschaftlichen Wettbewerb

So wie wir in der Hotellerie den wachsenden Konkurrenzdruck ausländischer Fremdenverkehrsgebiete spüren, so ist auch unsere Exportindustrie für den Absatz ihrer Erzeugnisse einem verschärften internationalen Wettbewerb ausgesetzt. Im besonderen ist die *schweizerische Industrie* am Weltmarkt wieder sehr aktiv. Sie hat den Vorteil geringerer Gestehungskosten, so weit sie sich auf das Lohngebiet beziehen, denn die deutschen Industriearbeiterlöhne sind noch immer um einen Drittel kleiner als die unsrigen. Sogar bei der Gestaltung der Zahlungsfristen geht die westdeutsche Wirtschaft sehr grosszügig vor, was erstaunlich ist angesichts ihrer noch mangelhaften Kapitalausstattung. Auf jeden Fall müssen wir, wo immer unsere Wirtschaft in den internationalen Wettbewerb eintritt, grösste Anstrengungen unternehmen, um unsere Positionen halten und neue erringen zu können.

Dass dies trotz aller Schwierigkeiten immer wieder möglich ist, zeigt das Beispiel zweier grosser schweizerischer Maschinenfabriken, denen es unlängst gelang, *amerikanische Millionenaufträge* zu erhalten. Die schweizerischen Preisofferten lauteten um rund 30 Prozent billiger als das günstigste amerikanische Angebot. Ebenso wichtig für den Erfolg aber war eine gründliche und systematische Marktbearbeitung, die der Offertstellung voranging. Sogar führende amerikanische Zeitungen bezeichneten die bezüglichen *Geschäftsmethoden* der zwei schweizerischen Firmen als «musterbildend und beispielhaft». Sie hatten einen Vertreter an Ort und Stelle entsandt, hatten die Argumente der Konkurrenz geschickt und sachlich widerlegt und ausserdem den örtlichen Behörden ein Memorandum überreicht über die schweizerisch-amerikanischen Wirtschaftsbeziehungen unter besonderer Hervorhebung der Bezüge der Schweiz an amerikanischen Waren, die aus jener Region stammten. Das alles verfehlte den Eindruck nicht und führte zum Erfolg in einem harten Konkurrenzkampf. Wir meinen, dass man in allen Branchen unserer Wirtschaft entsprechende Werbemethoden ausbilden und zur Anwendung bringen könnte, und gerade unsere *Fremdenverkehrswirtschaft* hat bezüglich mo-

derner Werbemethoden ein ausgedehntes Betätigungsfeld vor sich; seine systematische Beachtung dürfte manche Erfolge eintragen.

Was aber unsere Wirtschaft lebensnotwendig braucht, ist ein hohes Mass an *Anpassungsfähigkeit* an die marktlichen Veränderungen. Private Initiative hat hier schon Gewaltiges geleistet und wird jeden Tag aufgerufen, sich erneut zu bewähren. Deshalb darf man ihr nicht zu starre Fesseln anlegen, sei es durch ein Übermass an gesetzlichen oder an vertraglichen Normen. Zum letztgenannten Punkte sind besonders die *Gesamtarbeitsverträge* und deren Allgemeinverbindlicherklärung zu nennen. Wohl hat sich das Gesamtarbeitsvertragswesen in unserm Lande in den letzten drei Jahrzehnten stark entwickelt, und es leistet im allgemeinen unserer Wirtschaft nützliche Dienste. Nur so lässt sich erklären, dass heute rund die Hälfte aller Arbeitnehmer und zwei Drittel aller Arbeitgeber im Lande gesamtarbeitsvertraglichen Regelungen unterstehen; diese beschränken sich nicht allein auf die Lohnfrage, sondern sie beziehen sich auf eine ganze Anzahl weiterer Fragen des Arbeitsverhältnisses. 1952 hat sich die Zahl der Gesamtarbeitsverträge wiederum um 35, und zwar total auf 1442 erhöht. Zu beachten ist, dass es bei einer Abschwächung der Hochkonjunktur und bei Verschärfung des internationalen Wettbewerbs nicht mehr möglich sein wird, bei jeder Vertragserneuerung weitgehende sozialpolitische Begehren zu erfüllen. Der soziale Fortschritt muss sich mit den Arbeits- und Ertragsmöglichkeiten der Wirtschaft im Einklang halten und darf nicht wild vorantreiben, sonst geschieht es zum Schaden aller.

In Bezug auf die *Allgemeinverbindlicherklärung* von Gesamtarbeitsverträgen brachte das Jahr 1952 auch wieder starke Aktivität. Der Bundesrat hat 25 (im Vorjahr 16) und die Kantone haben 35 (19) Allgemeinverbindlicherklärungen ausgesprochen; in der Hälfte dieser Fälle handelte es sich allerdings um blosse Verlängerungsbeschlüsse. Der Zentralvorstand schweizerischer Arbeitgeberorganisationen richtet im Jahresbericht 1952 die Empfehlung an alle Arbeitgeber, Allgemeinverbindlicherklärungen angesichts der labileren

# Pasteurisierte Milch ... leicht erhältlich!



Unsere gute Milch schmeckt allen - aber sie muss richtig behandelt und sie will richtig konsumiert sein

### Hauspasteurisation

● Die Zubereitung trinkfertiger Milch durch das landesübliche Aufkochen (Sieden) der rohen Konsummilch kann in jedem Haushalt durch Anwendung des Pasteurisationsprinzips auf einfachste Weise verbessert werden:

● In gewöhnlicher, ausgespülter Pfanne die Milch unter zeitweisem Umrühren (mit nur dafür bestimmter Holzkeule) auf 75—80° C rasch erhitzen (Thermometer benutzen).

● Bei Verwendung einer Wasserbadpfanne (Gebrauchsanweisung genau einhalten; besonders auf den vorgeschriebenen Wasserinhalt achten) die Milch beim Erhitzen des Pfeifsignals umrühren und weitererhitzen, bis das zweite Pfeifen eintritt. Die Milch alsdann in der Pfanne zugedeckt und bei wiederholtem Umrühren 2—3 Minuten beiseite stellen.

● Heisse Milch, die nicht unmittelbar nach dem Erhitzen genossen wird, in sauberem Topf in fließendem Wasser (Becken) stellen und unter öfterem Umrühren sofort abkühlen. Rasche Kühlung erreicht man mit der Kühlschale. — Hernach die trinkfertige Milch geschützt, kühl und dunkel aufbewahren. Wo Kühlschrank: nur vorgekühlte Milch hineinstellen.

● Bei obigen schonenden Milcherhitzungsarten werden allfällig vorhandene Krankheitserreger vernichtet. Wohlgeschmack, Nährgehalt und Gesundheitswerte bleiben der Milch dabei praktisch erhalten.

● Pasteurisierte Milch ist nicht eine sterilisierte Milch (Konserven). Trotz Kühllagerung (Kühlschrank) ist sie innerhalb 1—2 Tagen zu konsumieren.

### Flaschenmilch

● Wer die Hauspasteurisation für den gesamten täglichen Milchbedarf nicht durchführen will, kann zusätzlich trinkfertige, molkeimässig pasteurisierte Milch in Flaschen durch den Milchhandel auf dem Wege der normalen Hausbelieferung oder im Milchgeschäft beziehen.

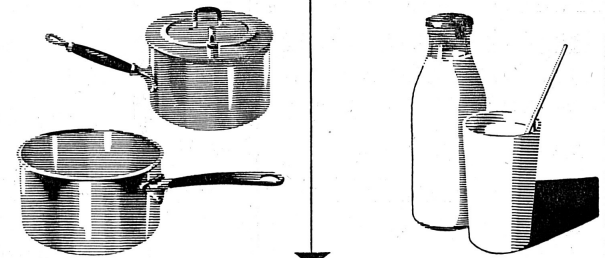
● Die Herstellung und der Handel mit Flaschenmilch sind zum Schutze des Konsumenten an strenge Vorschriften des Lebensmittelgesetzes gebunden und unterliegen somit der amtlichen Kontrolle.

● Pasteurisierte, trinkfertige Milch in Flaschen ist im Haushalt in gleicher Weise sachgemäss aufzubewahren wie die hauspasteurisierte Milch. Sie ist trotz Kühllagerung innerhalb 2 Tagen nach der Abfüllung in der Molkerei zu konsumieren.

● Flaschenmilch und hauspasteurisierte Milch sind vorzugsweise gekühlt oder kalt zu geniessen. Als warme Milch nur auf Trinktemperatur (50°—60°C) erwärmen. (Milchgetränke, Säuglingsernährung).

● Für Milch-Frappés oder erfrischende Milch-Mischgetränke, mit dem Schneebesen, Schüttelbecher oder elektrischen Mixapparat zubereitet, nur pasteurisierte Milch verwenden.

● Einwandfrei pasteurisierte Milch besitzt noch weitgehend den Wert der Rohmilch. Sie eignet sich deshalb für alle Formen *neuzeltlicher Ernährung*. Milchkuren, „Bircher Müsli“, Milch-Kaltschalen mit Früchten oder Getreideflocken aller Arten wie auch für Saucen, Milchgerichte usw.



Pasteurisierte Milch - ein Genuß!  
Trinkbereit zu jeder Zeit.

Propagandazentrale der Schweizerischen Milchwirtschaft, Bern

gewordenen Marktsituation nicht für länger als ein Jahr einzugehen. Die Wirtschaft darf sich nicht durch ein grosses Mass an vertraglichen Bindungen in ihrer Anpassungsfähigkeit an den Markt beeinträchtigen lassen. Was in der Hochkonjunktur an sozialen Nebenleistungen gerade noch tragbar

war, darf auf jeden Fall bei abschwächender Konjunktur nicht noch ausgedehnt werden. Die Mahnung ist angesichts des wachsenden internationalen Konkurrenzdruckes durchaus verständlich.  
Dr. O.B.

## Durch die Brille des Gastes gesehen

Es ist noch nicht lange her, seit grosse und angenehme amerikanische Zeitungen die Geschäftsmethoden zweier Schweizer Exportfirmen der Metall- und Maschinenbranche als vorbildlich und auch als für die Amerikaner richtungweisend bezeichnet hatten. Es handelte sich in jenem Falle um eine gründliche Marktbearbeitung vor der Bewerbung um einen grossen Auftrag. Unter anderem wurden auch die Bezüge der Schweiz aus der Gegend des anvisierten Auftraggebers genau auseinandergesetzt, und gerade dieses Moment wirkte förderlich und erfolgreich.

Während unsere Wirtschaft also einerseits sehr modern in ihren Werbemethoden ist und neue Erkenntnisse der Kundenwerbung zur Anwendung bringt, ist leider festzustellen, dass unsere Geschäftswelt andererseits oft noch recht unbeholfen in solchen Dingen dasteht. Dies zu ihrem eigenen Schaden, denn der heutige, scharfe Konkurrenzkampf zwingt alle und jeden, neue Wege zu beschreiten, die mit den Besonderheiten seines Geschäftsbetriebs zusammenhängen.

Was vor allem und weitherum fehlt, ist der systematisch durchgeführte Versuch, sein eigenes Geschäft nicht durch die Brille des Unternehmers, sondern des Kunden, auch des erst zu werdenden Kunden zu betrachten. Da sieht man auf einmal so viele Dinge, die besser gemacht werden könnten, um den Ansprüchen des Kunden zu dienen und seine Bedürfnisse zu befriedigen. Gewiss, oft handelt es sich dabei nur um scheinbare Kleinigkeiten, die seitens des Betriebsinhabers weder viel Mühe noch Kosten erfordern. Dennoch können sie sich summieren und in ihrer Gesamtheit für den Kunden entscheidend sein, unsere Dienste in Anspruch zu nehmen oder unsern Betrieb zu meiden.

Man weiss beispielsweise aus den Lebenserfahrungen eines der grössten amerikanischen Hoteliers, Conrad N. Hilton, der eine Reihe erstklassiger Häuser in verschiedenen Städten besitzt, dass sein Erfolg weitgehend darauf beruht, dass er sich bemüht, nicht durch die eigene, sondern durch die Brille der Gäste zu sehen. Er geht durch seine Häuser nicht als Hotelier, sondern als Gast und pflegt sich vorzustellen, er käme als Fremder hin. Und da sieht er jeweils immer wieder Dinge, die besser gemacht werden könnten und sollten. Er entdeckte auch immer wieder, dass in den Häusern da und dort am falschen Ort gesparrt wurde, in nebensächlichen Dingen, die aber für die Bequemlichkeit der Gäste nicht unbedeutend sind.

Das Beispiel Conrad N. Hiltons dürfte auch für uns von Interesse sein. Gewiss kann sich nicht jeder Hotelier in seinem Hause an Reformen

leisten, was dem Multimillionär Hilton möglich ist. Aber auch Hilton kam nicht als Millionär zur Welt, sondern als ein sehr armes Menschenkind. Es waren seine Geschäftsmethoden, die ihn hochgebracht haben. Wohl mag auch die Gunst äusserer Verhältnisse und Umstände mitgewirkt haben. Mit seiner Methode lässt sich aber auch in weniger goldenen Verhältnissen mancher Erfolg erzielen.

Und was hier von einem Hotelier gesagt wurde, gilt in ähnlicher Weise für Betriebsinhaber

## La nouvelle carte de la Suisse et la publicité touristique

On ne sait que trop combien les «extras» renchérisent le prix d'un séjour et par «extras», on entend non seulement les consommations prises à l'hôtel et aux restaurants, mais tous les objets ou les prestations qui sont nécessaires à la vie ou qui sont les compléments indispensables d'une villégiature.

Il est normal lorsqu'on est en vacance — et parce que l'on est en vacance — de sortir du train-train quotidien et de s'offrir des «extras» qui sont habituellement des exceptions. C'est ainsi que l'on recourra plus facilement au service des coiffeurs, des photographes, des taxis, etc.; ces prestations finiront par prendre une place assez importante dans le budget de vacance. Il convient donc de ne pas en augmenter les prix afin que, de ce côté-là, le touriste n'ai pas l'impression qu'il paie plus cher que dans la vie courante.

Les cartes de géographie sont aussi un élément de la plus haute importance et les bureaux de renseignements peuvent dire que la très grosse majorité des gens qui arrivent pour la première fois dans une station ou dans une localité viennent immédiatement demander un plan ou une carte d'orientation. Les difficultés techniques de reproduction rendent ces imprimés assez chers et l'office de tourisme qui veut rendre service à ses hôtes s'efforce de les leurs céder à des prix abordables. Sans parler de la place que ces cartes occupent dans la publicité locale et régionale.

C'est pourquoi la nouvelle, selon laquelle le Conseil fédéral s'appropriait à majorer les taxes de reproduction des cartes du service topographique fédéral à cause d'une certaine iniquité et à justifier la petite question posée à notre plus haute autorité par M. Moritz Kaempfen, conseiller national de Brigue. Nous voulons bien croire que les taxes actuelles n'ont pas été adaptées, mais il faudrait éviter que le touriste ou les milieux touristiques et hôteliers se voient chargés d'un

und Unternehmer aller Art. Ging da beispielsweise eine einfache Bäckerfrau in ihren Ferien regelmässig in die Bäckereien ihres Ferienortes und musterte die Betriebe mit kritischen Blicken. Sie entdeckte dabei eine Menge Untugenden jener Betriebsinhaber, und die Lehren zog sie sich zu Hause für den eigenen Gebrauch zu Nutzen. Mit offenen Augen durch die Welt gehen, sehen, werten und immer an den Kunden denken — das ist schliesslich der Weg, der auch in ungünstig gelagerten Fällen noch Erfolg bringen kann. Dabei geht es oft um die Korrektur menschlicher Gewohnheiten des Betriebsinhabers, seiner Ehefrau und des Personals, was für den Kunden sehr bedeutend sein kann. Gerade für die Hoteliers, die stets darauf achten, einen persönlichen Kontakt mit ihren Gästen zu gewinnen, ergeben sich hier wichtige Fingerzeige. Der Gast reagiert in sehr vielen Fällen auf unsere menschlich-allzumenschlichen Gewohnheiten äusserst sensibel. Denken wir stets daran, es ist auch unser eigener Vorteil! Und bemühen wir uns, unsern Betrieb und uns selbst durch die Brille des Gastes zu betrachten! Das hilft unbedingt weiter und kann vielleicht sogar Wunder wirken. ob.

## neuvél impôt indirect par l'augmentation projetée.

Espérons que le Conseil fédéral, trouvera une solution équitable dans un domaine où beaucoup plus important qu'il ne paraît de prime abord. Voici la question de M. Kaempfen, et la réponse du Conseil fédéral.

Le Service topographique a proposé que, par arrêté du Conseil fédéral, les taxes pour l'utilisation et la reproduction de la nouvelle carte de la Suisse soient fortement augmentées.

Cette mesure incompréhensible ferait grand tort à notre publicité touristique, qui actuellement doit user de plus en plus de la représentation graphique. Elle empêcherait souvent de joindre des cartes aux prospectus et imprimés de publicité, puisque le coût de ces cartes aurait doublé.

La proposition de supprimer la subvention à l'Office central suisse du tourisme est déjà peu compréhensible. C'est pourquoi il ne se justifierait guère que les taxes du Service topographique fussent augmentées d'une manière prohibitive.

Le Conseil fédéral est, par conséquent, prié de s'exprimer le plus tôt possible sur la proposition du dit service, afin de tranquilliser les milieux intéressés au tourisme.

Le Conseil fédéral répond comme suit: Les cartes nationales, dans leur ensemble et isolément, sont protégées par la loi sur les droits d'auteur. Aux termes de l'article 2 de la loi du 21 juin 1935, concernant l'établissement des nouvelles cartes nationales, les droits d'auteur confèrent l'établissement et la mise à jour de ces cartes passent à la Confédération.

Le projet d'une ordonnance qui réglerait l'emploi des cartes à des fins professionnelles ou pour une publication quelconque et établirait le tarif des émoluments est à l'étude. Il faut s'attendre à une augmentation des anciens émoluments. Dans sa réponse à une question Brawant, le Conseil fédéral



### Todes-Anzeige

Den verelerten Vereinsmitgliedern machen wir hiermit die Mitteilung, dass unser persönliches Mitglied

Herr  
**Arthur Spicker**  
Hotel Rigi, Weggis

am 18. August in seinem 75. Lebensjahre in die ewige Heimat abberufen worden ist.

In Davos-Platz starb unser persönliches Mitglied

Herr  
**Willi Zürcher-Lutz**  
alt Hotelier

nach langem, geduldig ertragenem Leiden, im Alter von 51 Jahren.

Wir versichern die Trauerfamilien unserer aufrichtigen Teilnahme und bitten die Mitgliedschaft, den Verstorbenen ein ehrendes Andenken zu bewahren.

Namens des Zentralvorstandes  
der Zentralpräsident  
**Dr. Franz Seiler**

avait déjà relevé, en 1947, que la Confédération possède tous les droits d'auteur pour l'établissement des cartes. L'emploi à des fins professionnelles des nouvelles cartes, établies à grands frais, ne pouvait être autorisé sans le versement d'émoluments équitables. Jusqu'ici de telles autorisations n'étaient accordées que pour les cartes Dufour et Siegfried, appelées à être remplacées par les nouvelles cartes nationales. Les émoluments sont si bas qu'ils ne couvrent même pas les frais administratifs de la procédure d'autorisation. Si les autorisations doivent s'étendre aux nouvelles cartes, ce qui serait certainement dans l'intérêt général, il importe de prévoir une réglementation qui ne favorise pas le preneur de licence au dépens de l'Etat détenteur des droits d'auteur. Il faut en outre éviter que cette réglementation ne conduise, comme ce fut le cas jusqu'ici, à subventionner indirectement le preneur de licence.

Avant qu'une décision définitive ne soit prise à ce sujet, les milieux intéressés auront l'occasion de s'exprimer.



Der Ovo-Service gilt bereits schon längst als Wohltat in der Schweiz, weil sich dank ihm stets jedermann erfrischen oder stärken kann. Was bürgt seit je - ob warm, ob kalt - für Qualität und für Gehalt? -

### OVOMALTINE

**Zu verkaufen**  
sehr gut erhaltene, elektrische  
**Wäschemange**  
für mittleren Betrieb, sowie  
**Waschmaschine**  
(Schultheiss), in einwandfreiem Zustand. Gute Occasion. Derby-Hotel, Davos, Tel. 38767.

**Hotel-Restaurant**  
(Jahresgeschäft) in verkehrsreicher Ortschaft des Berner Oberlandes an zahlungsfähige Fachleute zu verkaufen.  
G. Frutig, Hotel-Immobilien Bern, Spitalgasse 32.

**Flotte Existenz!**  
**TEA-ROOM-BAR**  
grosses, zweiteiliges Geschäft, modern eingerichtet, in allerbesten Lage, mit erstklassiger Kundschaft, in Kantonsausstand zu verkaufen. Kapitalausweis notwendig. Postfach 471 Bern/Transit.

**Direktor**  
eines ausländischen Sommerhotels mit erstklassigem Gästekreis sucht

**Beteiligung**  
**Hotel-Garni oder Hotelrestaurant**  
Mitarbeiter vom Oktober bis April. Ausführliche Offerten unter Chiffre D B 2591 an die Hotel-Revue, Basel 2.



# Schindler Aufzüge

**Aufzüge- und Elektromotorenfabrik Schindler + Cie. AG. Luzern**



## Etwas vollkommen neues für automatische Geschirrwashmaschinen

# RELAVIT

### Geschirrwashmittel

Relavit schont Geschirr und Besteck, verleiht ihm wunderbaren Glanz und ist sparsam im Gebrauch. Relavit verhilft Kalkbildung und verstopfte Düsen. Zahlreiche Grossbetriebe verwenden Relavit und bestätigen durch spontane Zeugnisse ihre Zufriedenheit. Verlangen Sie bemusterte Offerte.

**Van Baerle & Cie., AG. Münchenstein**  
Chemische- und Seifenfabrik Tel. (061) 90544

Bestqualifizierter Fachmann, frei ab 1. Oktober, sucht interessanten Posten als

### Direktor, Vizedirektor oder Chef de réception

Fähigkeitsausweise, gründliche Fachkenntnisse, In- und Auslandspraxis, 4 Sprachen, auch in Korrespondenz. Wintersaison oder Jahresstelle, evtl. Ablösung, auch Ausland. Offerten unter Chiffre D V 2545 an die Hotel-Revue, Basel 2.

ANGLO-SWISS SCHOOL OF LANGUAGES IN BOURNEMOUTH

# ENGLAND

Sprachkurse für Anfänger und Fortgeschrittene. Unverbindl. Auskunft u. Prospekte durch das Schulsekretariat in der Schweiz:  
Fr. Schilling jun., Sonneggstrasse 5, Zürich 6 - Telefon (031) 34 49 33

### Versicherung für verregnete Ferien

Immer mehr Dinge sind im Laufe der Geschichte versichert worden. Heute versichern wir uns praktisch gegen fast jedes Risiko. In einigen Ländern besteht Rückvergütung für verregnete Urlaub, und in Westdeutschland wurde ab 1. Mai eine *Reisewetter-Versicherung* eingeführt, von der man sich einigen Erfolg verspricht. Das Reisen ohne Regen-Risiko entspricht einem alten Wunsche der Feriengäste und Ausflügler in Klimazonen, wo das Wetter das ganze Jahr hindurch unsicher ist. Dass wir mit einer Wetterversicherung den Regen nicht aufhalten, die Sonne nicht hervorzaubern können, ist ohne weiteres klar. Petrus bleibt bis auf weiteres unbeflügelbar. Dagegen werden gewisse Prämien bezahlt, für die man sich in gewünschter Höhe gegen Regenwetter versichert, um die gebachten Ausgaben teilweise oder ganz zurückzuerhalten. Das System der Versicherung ist kaum weniger kompliziert als beispielsweise eine Lebensversicherung, die bekanntlich vom Alter, der voraussichtlichen Lebensdauer und der Gesundheit des zu Versicherten ausgeht. Die Wetterversicherung erhebt ihre Prämien ebenfalls abgestuft nach den verschiedenen klimatischen Bedingungen, die wir da und dort anzutreffen gewohnt sind. Regengebiete werden natürlich eine höhere Prämie voraussetzen als Trockenzonen. Was dazwischen liegt, würde im Verhältnis zu den Regenmengen und Regentagen der letzten 50 bis 100 Jahre abgestuft, um gerechte Prämien erheben zu können. In Deutschland wird die Reisewetter-Versicherung praktisch wie folgt aussehen: Herr Müller fährt im Mai zwei Wochen nach X. Y. Er versichert sich gegen Regen mit 700 DM. Fünf Prozent, also 35 DM, muss er dafür als Prämie zahlen. Die durchschnittliche Niederschlagsmenge in jedem Ort ist die Grundlage zur Berechnung.

Wird von der amtlichen Meßstelle während der betreffenden 14 Tage eine Regenmenge von mindestens 50 mm in X. Y. festgestellt, so hat Herr Müller seinen Urlaub umsonst. Er bekommt die 700 DM ausbezahlt. Die Wetterversicherung erhebt er von der Gesellschaft 50 bzw. 15 Prozent der Versicherungssumme. Werden nur 38 mm in den beiden Wochen gemessen, so bekommt er 5 Prozent und damit die Prämie zurück. Das Ganze ist keine Geheimwissenschaft. Eine Tabelle ermöglicht jedem eine genaue Kontrolle.

Vorläufig kann die Versicherung nur für 340 Orte des Bundesgebietes abgeschlossen werden. Sie sind nach ihrer durchschnittlichen Regenmenge - in zehn Gebietsgruppen aufgeteilt. In der Abteilung 1 mit den geringsten Regenhöhen sind insgesamt beispielsweise 11 Ostseebäder erfasst. Der Gegenpol, Gruppe 10, setzt sich aus 9 Orten zusammen. Dazwischen rangieren 320 weitere Reiseziele, die ebenfalls nach den örtlichen Niederschlägen eingestuft sind. Das Risiko für die Versicherungsgesellschaft lässt sich bisher nicht überschauen. Nach den Statistiken kommen etwa 700000 Gäste, die in den Sommermonaten länger als zwei Wochen verreisen, für den neuen Versicherungstyp in Frage. Um eine möglichst breite Basis zu gewinnen und auch die weniger finanzstarken Schichten zu erreichen,

ist die Mindestversicherungssumme auf 100 DM pro Woche festgesetzt. Die Höchstgrenze liegt bei 500 DM pro sieben Tage. Im Ausland, besonders in England und den USA, haben sich die Reiseversicherungsgesellschaften längst durchgesetzt. In den deutschen Kur- und Badeorten begrüsst man diese Idee. Die Fremden werden in Zukunft bei Regenwetter nicht mehr in Scharen abreisen, sondern seelenruhig auf ihre Versicherungsquote warten und dann - vielleicht - sogar noch 14 Tage länger bleiben.

### Der japanische Kronprinz in der Schweiz

Montagnachmittag traf der japanische Kronprinz Akihito mit der Swissair von Kopenhagen kommend, in Begleitung von neun hohen Beamten seines Hofstaates, auf dem Flughafen Kloten ein. Akihito war als Vertreter seines Vaters zu den englischen Krönungsfeierlichkeiten nach London abgeordnet und hat den Wunsch geäußert, neben verschiedenen anderen Ländern auch die Schweiz zu besuchen. Zum Empfang waren der japanische Gesandte in Bern, Minister Toru Haguiwara und Geschäftsträger Shimoda in Kloten anwesend. Schweizerischerseits wurde der Gast durch einen Vertreter des politischen Departementes, Legationsrat Rob. Maurice, und Abordnungen der Zürcher Behörden, der Verkehrszentrale sowie des Zürcher Verkehrsvereins begrüßt. Drei grosse Tokioter Tageszeitungen und die japanische Nachrichtenagentur «Kyodo Presse» haben je zwei Vertreter abgeordnet, um dem japanischen Volke die Schweizerreise des 20 Jahre alten Kronprinzen zu schildern. Nach einer kurzen Stadt- und Seerundfahrt unter Führung von Verkehrsdirektor Kämpfen fand im Dolder Grand Hotel ein Presseempfang statt. Daraufhin begab sich der hohe Gast nach Bern, wo für ihn und sein Gefolge im Hotel Bellevue Palace eine ganze Zimmerfront mit Salons, Schlafräumen und Bädern gerüstet war.

Am Dienstag stattete Kronprinz Akihito dem Bundesrat einen Empfang ab. Eine Exkursion in die Umgebung von Bern unter Führung von Herrn Bundesrat Dr. M. Feldmann folgte ein vom Bundesrat offeriertes Diner im Wattenwyl-Haus. Mittwochnachmittag verliess der japanische Thronfolger Bern mit dem Ziel Grindelwald, wo er im Hotel Adler abstieg. Für heute Donnerstag und morgen Freitag sind Exkursionen nach dem Jungfrauojoch und nach First vorgesehen. Von First aus will der Kronprinz zu Fuss bis zum Bachalpsee wandern und nachher auch noch der neuangebauten Gletscherschlucht einen Besuch abstatten.

Als weitere Stationen folgen Luzern mit Ausflug auf Bürgenstock, Schwyz (Besuch des Bundesarchivs), Bad Ragaz (Taminaschlucht), St. Moritz, Montag bis Donnerstag (diverse Exkursionen, Ritt nach Morteratsch). Freitag, den 4. September Abreise von St. Moritz nach Andermatt, Furka-

Gletsch, Besuch des Grimselkraftwerkes. Samstag Weiterreise nach Montreux, Lausanne und Genf, von wo am Montag die Abreise nach London erfolgt.

Hoffen wir, dass dem japanischen Thronfolger auf seiner ganzen Schweizer-tournee schönste Wetter beschieden sei, damit er und sein Gefolge mit den besten Eindrücken von unserm Reiseland und seiner leistungsfähigen Hotellerie in seine Heimat zurückkehren kann und dieser Besuch zu einem verheissungsvollen Anfang engerer touristischer Beziehungen mit dem Lande der aufgehenden Sonne werde.

### Autoland Italien

Italien hat alle Vorzüge eines Ferienlandes, und zwar in klimatischer, gastronomischer, kunsthistorischer und auch anderer Hinsicht. Es ist zugegebenermassen ein Ferienland par excellence. Nur steht der Kampf Schiene/Strasse auch in der Ferienzeit nicht still, und noch viel weniger kommt er in den typischen Ferienländern zur Ruhe, wie etwa Italien.

Da es sich jedoch um eine Schlacht handelt, die kein Blutvergiessen erfordert, sondern „nur“ wirtschaftliche Werte in Bewegung bringt, sind als Kampfmittel Wirtschaftszahlen unerlässlich. Solches Zahlenmaterial ist nun Italien in der Lage seit einer Reihe von Jahren liefern zu können. Dass solche Angaben eines typischen Fremdenverkehrslandes wichtig sind, liegt auf der Hand, und zwar geht es hier um die Einreisenzahlen der Feriengäste. Diese Angaben werden in Italien erfreulicherweise nach Verkehrsmitteln aufgeteilt wiedergegeben, und zwar einmal was auf Schiene, dann was auf der Strasse und zum dritten und geringsten Teil, was über See und Luft eingereist ist. Diese Erhebungen werden seit einer Reihe von Jahren (1931) gemacht, und wenn sie auch für die Zeit von 1940 bis 1948 eine Lücke aufweisen, geben sie doch recht interessante Aufschlüsse, wie die nachstehende Tabelle zeigt, die einen Ausschnitt aus der kürzlich erschienenen „Statistica del Turismo“ (Nr. 14) darstellt:

In Italien eingereiste Fremde (in Millionen)

Jahr	Total	Schiene	Strasse
1931	2,1	0,9	1,1
1938	3,9	1,3	2,4
1948	1,5	0,8	0,6
1949	3,4	1,2	1,9
1950	4,8	1,9	2,5
1951	5,4	2,0	3,0
1952	6,0	2,1	3,5

Einer mächtig in Zunahme begriffenen Gesamtfremdenzahl von 1,5 Millionen in der ersten Nachkriegszeit (1948) auf 6 Millionen (1952) steht hinsichtlich der benützten Verkehrsmittel eine langsam aber stetig steigende Ziffer für die Eisenbahn gegenüber (von 0,8 auf 2,1 Millionen). Viel intensiver und durchschlagender zeigt sich jedoch diese Aufwärtsentwicklung beim Strassenverkehr (von 0,6 Millionen (1948) auf 3,5 Millionen (1952)).

### Höhere Kochprüfung für wen?

1. Für den strebsamen, berufsstolzen Küchenchef oder Koch, der sein fachliches Können unter Beweis stellen möchte.
2. Für den fachlich und charakterlich geeigneten Berufsmann, der seiner beruflichen Karriere ein Ziel gesetzt hat und sich auch in Zeiten des Überangebotes an Köchen seinen Platz im Beruf sichern will.
3. Für den tüchtigen Koch, der erwartet, im Beruf vorwärts zu kommen und dank seiner Fähigkeiten und Kenntnisse geeignet zu sein, später einen angesehenen Posten zu bekleiden.
4. Für den verantwortungsbewussten Fachmann, dem die Ausbildung von erstklassigem Nachwuchs für die Erhaltung der Qualität unseres Hotelgewerbes am Herzen liegt.
5. Für den geeigneten Koch, der sich nach Bestehen der höheren Fachprüfung im Kochberuf allgemein bewährt und darum zum Fachlehrer, Lehrlingsexperten oder gar zum Experten für spätere höhere Fachprüfungen im Kochberuf berufen fühlt.

Mühe, Zeit und Geld für die Erwerbung des Titels «Eidg. diplomierter Koch» lohnen sich früher oder später.

Die Prüfung ist das höchste Ziel, das ein Schweizer Koch heute in seinem Beruf erreichen kann.

Das Diplom wird in den eigenen Fachkreisen aber auch im Ausland beachtet und geschätzt.

Schweizer Köche melden Euch zur Prüfung!

Die nächste höhere Fachprüfung im Kochberuf findet vom 9. - 12. November 1953 in Luzern statt.

Anmeldestelle hierfür ist die Schweiz. Fachkommission für das Gastgewerbe, Freigutstrasse 10, Zürich 2, Tel. (051) 259055.

In Prozenten ausgedrückt beansprucht der Strassenverkehr 51%, die Eisenbahn 43% des gesamten einreisenden Fremdenstromes. Dabei darf jedoch nicht verhehrt werden, dass Italien und Österreich zu denjenigen europäischen Staaten

### Une délicatesse

La variété des fruits de saison offerts en ce moment sur le marché est particulièrement grande. Parmi les produits du pays, la poire Williams mérite un compliment. Le goût spécial aromatique et la chair blanche et fondante sont les qualités in comparables de ce fruit que l'on peut appeler à juste titre la reine des poires.

Le Valais est le centre de production de cette poire. La récolte de cette année a atteint environ 3 millions de kg. Actuellement ces fruits délicieux sont sur le marché et leur qualité est excellente.

La poire Williams est surtout appréciée à l'état cru et sa présence honore chaque repas. Mais elle se prête aussi particulièrement bien pour stériliser et leur fraîcheur exquise nous enchantera durant les longs mois d'hiver. (OPAV)

### Un peu de moutarde

fait ressortir toute la saveur

**Colmans Mustard**

NUR PEPTA IST PEPTA

Ihre Gäste sind Ihnen dankbar, wenn Sie daran denken

**ENGLAND**  
Suchen fortwährend Tochter in gebildete, überprüfte Familien. Besorgen alles für Sie und wahren von hier aus Ihre Interessen.

**BELDI-GRANT**  
Anglo-Swiss-Büro mit langjähriger Referenzen. Auskunft Fr. 2.- in Marken. - Vormals Schweiz, jetzt Clavares Lyn, Eastmonceux, Sussex (England).

**„PERDURA“**  
die Qualitätsmatratze!

**P. HOSTETTLER, BERN**  
Galgenfeldweg 1, Telephone (031) 8 03 96

**Sofort Nichtraucher**  
nach Omason-Togien. Vollergeruch und Bedürfnis zu rauchgericht glänzlich auf. Aerall. gggg, angenehm zu schlafen, wobliefend, ohne jed. Nachteil, gggg. (Dietz, Pack. Fr. 11,74) dggg. A. Ribl, dipl. Crog., Sulgen TG. Tel. 072 / 5 22 58

**Concierge**  
sucht Jahres- oder Saisonengagement in grösseren Erstausschreibungen. Offerten erbeten an Concierge Grand-Hôtel Bellevue, Sierre.

### Geschäftsführer-Ehepaar

gesucht für die Führung eines modernen Berg-hotels mit Grossrestaurant ab 1. Dezember 1953 oder früher. Der Betrieb ist das ganze Jahr geöffnet. Fachkundige, mit der Führung eines solchen Betriebes vertraute Bewerber wollen sich unter Beilage des Nachweises der bisherigen Tätigkeit bis am 15. September ammelden unter Chiffre H 4776 an Publicitas, Thun.

### Sekretär-Hilfsbuchhalter

Stadt bevorzugt. Eintritt Oktober. Offerten sind zu richten unter Chiffre S H 2854 an die Hotel-Revue, Basel 2.

### ON DEMANDE, pour institut une gouvernante de maison

énergique et expérimentée. Entrée 15 septembre. Adresser offres sous chiffre PF 37640 L à Publicitas Lausanne.

Une délicatesse!

**Poires Williams du Valais**

Le goût spécial, aromatique et la chair blanche et fondante sont les qualités incomparables de la reine des poires. - La meilleure poire pour stériliser.

OPAV

**GESUCHT**

**IN APARTMENT-HOUSE NACH BASEL**

**Verwalterin**

Es werden folgende Bedingungen gestellt: Gut repräsentierende Person, deutsch, französisch und wenn möglich auch englisch sprechend. Dieselbe muss sich darüber ausweisen können, in der Lage zu sein, ein Apartment-House und das ihr zur Verfügung stehende Hausdienst-Personal zu führen.

Verlangt werden ferner: Führung der Buchhaltung, Erfahrung in der Betriebsrechnung sowie der Lingerie.

Geboten wird: Wohnung mit Bad. Gehalt nach Übereinkunft.

Da es sich bei dieser Verwaltung um einen Vertrauensposten handelt, wollen nur bestausgewiesene Bewerberinnen mit guten Referenzen ihre schriftliche Offerte richten unter Chiffre V A 2551 an die Hotel-Revue, Basel 2.

Kein anderer Tomaten-Ketchup ist so gut wie **HEINZ**

Von **HEINZ** auch die feine **Worcester Sauce**

Unerreichte Qualitäts-Produkte

Vertrieb für die Schweiz **JEAN HAECKY IMPORTATION S.A. BASEL**

Holländer, 28jährig, in der Schweiz tätig, sucht Stelle als **Direktionsgehilfe oder Chef de réception**. Erstausschreibung, Erfahrung und Praxis in Küche, Restauration, Büro und Reception. Deutsch, Französisch, Englisch und Holländisch in Wort und Schrift, gute Spanischkenntnisse. Sehr gute Referenzen vorhanden. Offerten erbeten unter Chiffre D G 2829 an die Hotel-Revue, Basel 2.

gehören, die *niedrige* Personentaxen zu verzeichnen haben; im Vergleich zu den bereits erwähnten Staaten beträgt die Differenz etwa 40% zugunsten Italiens. Das bedeutet einen immerhin erheblichen Anreiz im Reiseverkehr, um die oben erwähnte „Bahn-Komponente“ grösser sein dürfte.

Das jüngste Kind des Reiseverkehrs, das Flugwesen, weist natürlich einen stets steigenden Anteil in dieser Übersicht auf, wie die nachfolgenden Zahlen zu bezeugen vermögen:

In Italien einreisende Fremde im *Flugverkehr*:

1931	1 605
1948	68 000
1949	127 000
1950	178 000
1951	188 000
1952	214 000

Im Verhältnis zur Gesamtreisenziffer bedeuten die 214 000 Flugpassagiere jedoch einen bescheidenen Anteil mit nur zehn Prozent.

Die Schweiz ist nicht in der Lage, ähnliche Unterlagen zum Thema Schiene und Strasse aufzuweisen zu können, und es wäre wünschenswert, wenn die an und für sich überaus rühmendswerten Erhebungen des Eidg. Statistischen Amtes auch über diese brennende Frage erstrecken könnten. Sgr.

**Die Propaganda amerikanischer Ferienorte wird kritisiert**

In der Mainnummer der «ASTA Travel News», dem offiziellen Organ der American Society of Travel Agents, kritisiert der amerikanische Fremdenverkehrsfachmann Robert F. Warner die Propagandamethoden amerikanischer Ferienorte. Er weist vor allem darauf hin, dass die amerikanischen Ferienorte und -regionen nur ungenügende Anstrengungen machen, der Konkurrenz jener ausländischen Reisegebiete zu steuern, die in nächster Nähe der Vereinigten Staaten liegen und dort eine eifrige und geschickte Werbung betreiben (zum Beispiel Nassau, Puerto Rico, Mexiko und gewisse kanadische Provinzen). Warner stellt fest, dass die amerikanischen Ferienregionen erstens überhaupt zu geringe Mittel für eine wirksame Werbung bereitstellen und zweitens diese geringen Mittel noch ungeschickt verwenden. Nach Ansicht Warners haben die meisten amerikanischen Fremdenverkehrsgebiete und Einzelhotels die stetig zunehmende Bedeutung der Reisebüros und Hotelagenturen für die Kundenwerbung nicht genügend erkannt, wollen diesen die üblichen Kommissionen nicht zahlen und schenken auch der deutlichen Tendenz des Publikums zu wenig Beachtung, Pauschalreisen zu bevorzugen.

Warner kommt zum Schluss, dass die ausser-amerikanischen Feriengebiete sich der volkswirtschaftlichen Bedeutung des Fremdenverkehrs deutlich bewusst sind und seine Förderung konsequenter und fachmännischer betreiben als die inner-amerikanischen Regionen, die weniger auf «Touristen-Dollars» angewiesen sind. So erwähnt er die von Curtis Publishing Company für das Jahr

1952 veröffentlichten Ziffern, nach denen zum Beispiel Bermuda 500 000 Dollar allein für Insertionen in 28 amerikanischen Zeitschriften und Zeitungen ausgab, während die gesamten Werbetaufwendungen für den Staat Arizona nur 284 000 Dollar betrugen. Bermuda (mit nur 3000 Erstklass-Hotelbetten) konnte seine Besucherzahlen von 30 000 im Jahre 1946 auf über 100 000 im Jahre 1952 steigern. Mexiko gab 1952 für die Werbung in den USA 750 000 Dollar aus, der amerikanische Staat Florida hingegen 434 000 Dollar. Die Staaten Maine, New Hampshire, Massachusetts, New York und Pennsylvania stellten zusammen den Betrag von 445 714 Dollar für die Touristenwerbung bereit, verwendeten davon aber nur 188 764 Dollar auf Insertionen.

Die ausländischen Touristengebiete haben ihren grossen Erfolg beim amerikanischen Publikum nach den Ausführungen Warners auch dem Umstand zu verdanken, dass sie in ihrer Werbung zu meist von Schiffen und Luftfahrtgesellschaften energisch unterstützt werden, dass sie die guten Beziehungen zu Agenten und Reisebüros besonders pflegen und dass sie schliesslich den Erfolg ihrer Propagandaktionen genau kontrollieren und neue Aktionen auf sorgfältigen Umfragen und Beobachtungen aufbauen.

**AUSLANDSCHRONIK**

**Jeder 40. Schweizer in Österreich**

Aus dem Juli-Heft der österreichischen Fachzeitschrift «Der Fremdenverkehr»: «Ein Vergleich der Einwohnerzahlen in den westlichen österreichischen Nachbarstaaten Italien, Schweiz und Deutsche Bundesrepublik mit den Fremdenmeldungen aus diesen Ländern in Österreich in der letzten Sommer- und Winterzeit ergab:

Jeder 40. Schweizer, jeder 8. Deutsche und jeder 400. Italiener verbrachte seinen Urlaub im letzten Fremdenverkehrsjahr innerhalb Österreichs.»

**Kurhausbau in Salzburg**

Salzburg ist in erster Linie weder Industrie- noch Handelsstadt, vielmehr ein bedeutendes Zentrum des Fremdenverkehrs, nicht allein in der Festspielzeit, sondern während des ganzen Jahres. Aber die Stadt hat kein Kurhaus. Das alte Kurhaus ist im Krieg zerstört worden und bisher wurde es nicht wieder neu erbaut. Jetzt endlich beginnt der Plan eines Neubaues an der Stelle, wo das alte Kurhaus stand, zu reifen. Die «G'stätten», die zwar von Schutt und Trümmern befreit, aber immer noch von Luftschutzkellern und Betonblöcken verunstaltete Freifläche, soll verschwinden und neben dem neuen Kurhaus sollen ein Hotel, ein Hallenbad, ein Sportplatz und ein Autopark an ihrer Stelle geschaffen werden.

Von anderer Seite wurde vorgeschlagen, an dieser Stelle moderne Wohngebäude zu errichten. Die Befürworter dieses Planes bedenken nicht, dass der Moloch «Stadt», angetrieben vom kurzfristigen Geschäftsgeist, blind ist für die wahren und dauernden Werte der Landschaft. H. F.

**Das «Caffè Greco» in Rom gefährdet**

Das ganze literarische und künstlerische Rom befindet sich im Stadium des Alarms: das berühmteste Kaffeehaus von Rom steht vor dem Ruin und wird schliessen müssen, wenn es nicht gelingt, die verfallenen Wechsel in Höhe von 12 Millionen Lire einzulösen, die die Verschuldung des Cafés darstellen. Das «Caffè Greco» wurde von einem aus Venedig stammenden Levantiner unter Papst Clemens XIV. und mit dessen ausdrücklicher Genehmigung ins Leben gerufen. Es entwickelte sich rasch zum Zentrum des geistigen Lebens der päpstlichen Residenz, da es im Zentrum der Stadt unmittelbar des spanischen Platzes gelegen war. Später wurden Deutsche und Engländer die Hauptbesucher des Kaffeehauses, derart, dass das römische Volk das Kaffeehaus lange Zeit als das «Ghetto der Engländer» bezeichnete. Als Napoleon die Kontinentalsperre dekretierte, durch die ganz Europa auf lange Zeit des Kaffees beraubt wurde, da konnte der Wirt des «Caffè Greco» seinen Gästen stets noch den braunen Trunk kredenzen, wenn auch zu den schon damals nicht gerade niedrigen Schwarzmarktpreisen.

Der berühmteste Gast des «Caffè Greco» war unstrittig Goethe. Aber auch Richard Wagner, frequentierte das Lokal eifrig, ebenso Thorwaldsen, der Russe Gogol, Anatole France, die römischen Dichter d'Annunzio, Pascarella, Ojetti und Trilussa, von den englischen Berühmtheiten ganz zu schweigen.

Der heutige Inhaber des «Caffè Greco» ist ein fast 90jähriger Greis namens Gubitelli, der selber als Miniaturmaler grossen Ruf geniesst, aber offenbar über seiner Malerei die Belange des Kaffeehauses vernachlässigt hat, so dass sich seine Firma jetzt in Schwierigkeiten befindet. Die «romanisti» von Rom bemühen sich jetzt, das Kaffeehaus zu retten. Es sollen Kunstauktionen zugunsten des Kaffeehauses veranstaltet werden, zu denen die römischen Künstler ihre Werke freiwillig spenden wollen. Ob es aber auf die Dauer gelingen wird, den Untergang des Kaffeehauses aufzuhalten, das bleibt noch abzuwarten. Die römischen Künstler von heute sind alle motorisiert, und das «Caffè Greco» liegt so ungünstig, dass es keinen Parkplatz in der Nähe gibt.

**AVIS**

La Canadian Pacific Express Company, une agence de la Canadian Pacific Railway Company a récemment édité de nouveaux «Traveller cheques» pour les trois monnaies suivantes: Dollar canadien, dollar des Etats-Unis et Livres sterling anglaises. Les traveller cheques portent les valeurs fixes suivantes: 10, 20, 50 ou 100 dollars canadiens, et des Etats Unis, et 2, 5, 10 et 20 livres anglaises. Nos membres reçoivent ces jours un circulaire avec un spécimen de ces chèques. Cette circulaire est imprimée sur le même papier spécial qui sert à l'impression des chèques. Nous recommandons à nos membres d'observer les instructions qui leur sont ainsi données et de conserver la circulaire à portée de main, afin de pouvoir vérifier n'importe quand l'authenticité des chèques de la Canadian Pacific Express Company. Il con-

**Obst und Gemüse der Woche**

Walliser Aprikosen, Bühler Zwetschggen, Sommeräpfel und -birnen. Tomaten, Artischocken, Karotten.

vient de faire attention à ce que les signatures coincident exactement avec celle des documents présentés.

Die Canadian Pacific Express Company, ein Unternehmen der Canadian Pacific Railway Company, hat vor kurzem neue Traveller Cheques herausgegeben, und zwar für die drei Währungen: Kanadischer Dollar, US-Dollar und englische Pfund Sterling. Die Traveller Cheques lauten auf feste Beträge von je 10, 20, 50 oder 100 Dollar kanadischer und USA-Währung, und £ 2, 5, 10 oder 20 in englischer Währung. Unsere Mitglieder erhalten dieser Tage ein Zirkular mit der Abbildung dieser Cheques in natürlicher Grösse. Dieses Zirkular besteht aus dem gleichen Sicherheitspapier, mit dem die Cheques hergestellt sind. Wir empfehlen unsern Mitgliedern, die auf dem Zirkular enthaltenen Weisungen zu beachten und das Zirkular selbst in ihrem Bureau griffbereit aufzubewahren, damit sie sich jederzeit über die Echtheit vorgewiesener Checks der Canadian Pacific Express Company vergewissern können. Besonderes Augenmerk ist darauf zu richten, dass die bei der Einlösung vorzunehmende Gegenzeichnung mit der bereits vorhandenen Unterschrift genau übereinstimmt.

**TOTENTAFEL**

† Arthur Spicker, Weggis

Unter einem Berg von Blumen wurde Freitag, den 21. August, unser Veteran Herr Arthur Spicker, Besitzer des Hotels Rigi in Weggis, 75 Jahre alt, nach längerem Leiden zu Grab getragen.

Der Verstorbene verlebte mit seinen Schwestern goldene Jugendjahre auf der Insel Reichenau und verbrachte seine Studienzeit in Einsiedeln und Schwyz, wo er das Rüstzeug zum künftigen Hotelier erwarb. Seine weitere Laufbahn führte ihn dann in bekannte Häuser nach Nizza, London, Dublin und San Remo. – Vor 50 Jahren, nach dem Tode seines Vaters, übernahm Arthur Spicker, zusammen mit seinen drei Schwestern, das Hotel Rigi in Weggis und während dreier Jahre noch ein Winterhotel in Hyères. Später erwarben seine drei Schwestern das Hotel, Eden in Weggis, während der Verstorbene sein Hotel Rigi durch einen gediegene Neubau ums Doppelte vergrösserte. – 1913 reichte ihm eine Hoteliers-tochter aus San Remo die Hand zum Bunde, die ihm als überaus feinführende und tatkräftige Mitarbeiterin zur Seite stand. Trotz zweier Weltkriege verstand er sein Geschäft der heutigen modernen Zeit anzupassen und sich eine treue Kundschaft zu sichern.

Sie verwenden Resinflex speziell für Innendekorationen als Wandbeläge, für Bepölkerungen, Theater, Kinne, Hotels und Restaurants, in Bahnen, Autos und Autos.

Resinflex ist eines der besten bis heute geschaffenen Klebstoffe. Es ist beständig gegen Hitze, Säuren, Fette, Lösungsmittel, sowie gegen Sonnenstrahlung, behält immer gleich und plastisch, verbleicht nicht und seine Farbe verblasst nie.

Resinflex bietet Ihnen eine vielfältige Farbenauswahl in modernen fälligen Nuancen von pastellfarbenen bis dunkel und ist leichter bis schwerer Qualität erhältlich. Die einfache Verarbeitungsweise und die enorme Flexibilität des Materials gibt Ihnen zudem die beste Gewähr für eine einwandfreie und erstklassige Verarbeitung und durch Ihren Tapezierer oder Dekorateur.

Verlangen Sie bitte unsere Musterkollektion bei Ihrem Verarbeiter und prüfen Sie selbst an Hand dieser unsere vorteilhaften Lieferpreise.

**STOFFAG AG. AARAU**  
Feenstr. 16 / Tel. (064) 252 52

**TODES-ANZEIGE**

Es hat in Gottes unerforschlichem Ratschluss gelegen, von diesem zeitlichen ins ewige Leben abzurufen, meinen lieben Gatten, unseren lieben Bruder, Schwiegerohn und Schwager

**Willi Zürcher-Lutz**  
gew. Hotelier

Er starb im Alter von 51 Jahren nach langem, geduldig ertragenem, schwerem Leiden.

Davos-Platz, den 19. August 1953.

In tiefer Trauer:  
Frau Ph. Zürcher-Lutz  
und Anverwandte.

Die Abdankung fand am Freitag, den 21. August 1953, statt.

**Hotel-Handwerker**

der kleinere elektrische und sanitäre Reparaturen ausführen kann. Er sollte auch die Heizung besorgen und möglichst leichtere Malerarbeiten verrichten können. Ausführliche Offerten mit Angabe der Lohnansprüche bei freier Station sind erbeten an Hotel und Rest. Flora, Luzern.

**sommelière fille de salle**

On cherche

45 ans, n'ayant travaillé que dans les hôtels et cliniques, bonnes connaissances de la cuisine, cherche place de saison ou à l'année. Libre le 1er octobre 1953. Faire offre sous chiffre P 7125 Yv à Publicitas Yverdon.

Tüchtiger Fachmann sucht Engagement für Winter-saison als

**Mitarbeiter**

Für unsere General-Vertretung in Bern suchen wir

Erstklassige Referenzen vom In- und Ausland. Offerten unter Chiffre A. M. 2470 an die Hotel-Revue, Basel 2.

Junger Niederländer im Besitze von prima Zeugnissen u. Referenzen, sucht Stelle als

**Kellner**

Gefl. Antworten an J. van Ciel, Hoopendaalseweg 110, Vossemeer, N.B., Holland.

Tüchtiger

**Alleinkoch**

gut, Konditor (Österreich) sucht auf langere Zeit festes Engagement. – Willi Wick, Kichenhof, derzeit: Hotel Klausen, Unterschächen (Ur).

**DIREKTOR**

Hotelfachmann, mit langjähriger Erfahrung in der Leitung v. Luxus- und Grossbetrieben, sucht neuen Wirkungskreis als

**Chef-Saucier**

Gesucht in Bahnhofbuffet in Jahresstelle tüchtiger, seriöser

Es kann nur absolut tüchtige Kraft, die für feine Küche garantieren kann und an Sossbetrieb gewöhnt ist, berücksichtigt werden. Ausführliche Offerten mit Zeugniskopien und Gehaltsansprüchen erbeten unter Chiffre C 5 2496 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**Buffettochter**

(2 Saisons im gleichen Betrieb) sucht Anstellungsstelle vom 15. evtl. 1. September bis 18. Dezember. Es können nur kleinere Ablösungen in Frage. Offerten an Hotel National, Tea-room Riato, Giataad (MOB).

**Für 1954**

in lange Sommersaison (1. Mai bis Ende Okt.) wird eine gewandte und sprachkundige

**Sekretärin/Sekretär**

Gesucht. – Der Eintritt hätte schon heuer (Mitte Sept. bis Ende Okt.) zu erfolgen, um von der bisherigen Inhaberin des Postens eingearbeitet zu werden. Angenehme und gute Arbeitsbedingungen. Offerten mit Zeugniskopien, Bild und Saläransprüchen erbeten an Badhotel „Tamina“ Bad Ragaz.

Gesucht per 1. September tüchtige sprachkundige

**Serviertochter**  
**Commis de rang**  
**Demichef**  
**Commis de cuisine**

Offerten mit Zeugniskopien sind zu richten an Grand Hôtel Suisse & Majestic, Montreux.

Gesucht

per 15. September in Passantenhotel nach Basel: bestausgewiesenes, absolut erstklassiges

**Zimmermädchen**

(Schweizerin). tüchtig, guter Verdienst. Ferner nach Übereinkunft: sehr guter, zuverlässiger

**Etagenportier**

Nur wirklich gute Bewerber vom Fach wollen sich melden unter Chiffre B A 2837 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**Nous cherchons bon duo**

chantant micro pour Restaurant-Dancing. Durée 18 octobre à fin avril. Faîtes offres détaillées Restaurant Capo St. Martino, Lugano.

Für grundlegende servicefachliche Schulung, theoretisch u. praktisch: **Servierkurs der Schweiz. Hotelfachschule Luzern.** Nächste Kurse: 8. September bis 28. Oktober; 29. Oktober bis 19. Dezember 1953. Prospekt sofort auf Verlangen! Tel. (041) 25551

Wäsche schönen mit **KOLB'S**

**Seifenflocken „Weisse Taube“**

J. KOLB Seifenfabrik ZÜRICH

Das beste Waschmittel für sorgfältige Pflege der Wäsche! Für Waschmaschinen, Automaten und Waschkessel

Dem Kurverein Weggis gehörte Arthur Spicker in früheren Jahren als Vorstandsmitglied an, war Mitglied der Strandbad-Baukommission, der Musikkommission und der Reklamekommission, die er während zweier Amtsperioden präsidierte. Bis in die letzte Zeit lag ihm die Entwicklung des Kurortes am Herzen, war er ein eifriger Debattierer und Verfechter seiner aufbauenden Ideen. Der Verstorbene hinterlässt neben seiner Gattin zwei hoffnungsvolle Söhne und Töchter, wovon die Söhne und eine Tochter ebenfalls in der Hotellerie tätig sind, während die jüngste Tochter eine zweite Heimat in Holland gefunden hat. Ihnen gilt unsere herzlichste Teilnahme. Dem Verstorbenen werden wir ein ehrendes Andenken bewahren.

**PETITES NOUVELLES**

**Septembre musical**

Aux couleurs harmonieuses de l'automne, qui font de cette région un enchantement pour ceux qui y dirigent leurs pas, Montreux tient à ajouter les charmes et la féerie de la belle musique. C'est ainsi que cette année à nouveau un «Septembre Musical» sera organisé dans la sympathique station de la Riviera suisse. Ne reculant devant aucun sacrifice pour offrir aux amis de la musique des manifestations de plus en plus remarquables, l'Office du Tourisme de Montreux s'est assuré cette

année le concours de l'Orchestre symphonique de Cologne et des Chœurs du Gürzenich, qui donneront une série de concerts certainement inoubliables et exécuteront des œuvres fort rarement — sinon même jamais — présentées dans notre pays.

**Verbier se rapproche de Martigny**

Pour se rendre à Verbier, au départ de Martigny, il fallait descendre à Sembraucher et prendre place dans un car postal qui passait par le village de Châble, dans la vallée de Bagnes, au pied du Grand Combin. Depuis quelques mois, de gigantesques travaux sont en cours dans cette région pour l'aménagement du Lac de la Grande Dixence, d'une capacité de 400 millions de mètres cubes et qui alimentera trois usines électriques, à Fionnay, à Sembraucher et à Martigny-Gueret, avec une puissance totale de 728 000 kw. Le bassin d'accumulation de Mauvoisin, d'un volume de 177 millions de mètres cubes fera fonctionner l'usine de Fionnay et celle de Riddes, dans la vallée du Rhône.

La Compagnie du chemin de fer Martigny-Orsières avait décidé de construire la ligne à voie normale Sembraucher-Le Châble d'une longueur de 6 1/2 km dans le but principal de permettre le transport des six cent mille tonnes de ciment nécessaires au barrage de Mauvoisin. La population de toute la vallée a salué avec plaisir cette réalisation et la nouvelle ligne a été inaugurée le 11 août; dès sa sortie de Sembraucher, elle traverse la Dranse sur un viaduc en béton armé, franchit

un torrent et atteint Châble (835 mètres d'altitude) d'où partira le puissant téléphérique des chantiers de Mauvoisin, distance de 6 km et qui sont disposés à 1828 mètres d'altitude.

**Succès du film «Cimes et Merveilles»**

Le film en couleurs réalisé et présenté par le dessinateur-écrivain Samivel connaît un succès réjouissant. Cette bande, tournée en grande partie dans les Alpes suisses, avec la collaboration de l'OCSI, a obtenu le Grand Prix du Festival international du film de montage, à Trente, l'automne dernier. Elle a attiré une audience considérable aux présentations organisées et commentées par Samivel lui-même, dans divers pays de langue française. En Suisse, à Paris, à Bruxelles, Anvers, etc., les séances prévues ont dû être doublées ou triplées et les présentations, faites toutes devant des salles comblées, ont atteint le chiffre record de 370, dont 70 en Belgique. Le public et la presse n'ont que des éloges pour ce documentaire palpitant qui montre la vie et le développement de la faune et de la flore alpines. De nombreux témoignages nous prouvent que cette bande est un puissant moyen de propagande en faveur de nos montagnes.

**Adresse gesucht**

Ein Mitglied wünscht den gegenwärtigen Aufenthaltsort des Concierge-conducteurs Caspar

**Un intéressant congrès à Lausanne**

Le Congrès mondial de l'opinion publique se tiendra à Lausanne (Hôtel Beau Rivage) du lundi 31 août au vendredi 4 septembre. Deux importants organismes (Esomar et Wapor) voués à l'étude du marché et à celle de l'opinion publique, dont l'activité s'étend à tous les pays et qui comptent dans leurs rangs des personnalités comme Mr. Gallup (qui sera présent) ont fait inscrire quelque 150 membres, domiciliés en majeure partie aux Etats-Unis avec une forte participation de Grande-Bretagne et du Canada.

L'après-midi du jeudi 3 septembre sera consacré aux problèmes touristiques et la séance — qui débutera à 14.30 heures — dans l'une des salles de l'Hôtel Beau-Rivage, à Ouchy, sera présidée par Mr. H. Baldwin, directeur de l'agence de voyages Natural, Le Coultré, à Genève.

Les organisateurs de ce congrès nous prient d'informer les directeurs des hôtels de tout le pays qu'ils sont cordialement invités à suivre les travaux de cette séance et que leur participation à la discussion est souhaitée. Quatre rapports seront présentés en anglais, en allemand et, éventuellement, en français. Le Siège auxiliaire de l'Office central suisse du tourisme, Grand-Pont 8, à Lausanne (tél. 22 11 66) donnera bien volontiers d'autres précisions.

Collenberg, von Morissen (Kt.Graubünden), zu erfahren. Zweckdienliche Mitteilungen erbitten wir an das Zentralbureau SHV, Basel 2.

**A vendre région de Montreux**

**pension-hôtel**

de 20 chambres, 2 salles à manger pour 20 et 10 personnes. Chauffage à mazout automatique. Prix de vente, tout compris Fr. 175000.-, Hypothèque 1er rang Fr. 80000.-, S'adresser à L. Herminjard, Av. Belmont 6, Montreux.

**Hotel-Restaurant**

Erhöhte Lage, 400 m ü. M. am Vierwaldstättersee. Sommerbetrieb. Schönste Aussicht auf die Alpenwelt. 40 Gästezimmer, grosser Garten, Seilbahn, Strandbad mit sep. Restaurant am See. 68000 m<sup>2</sup> Land und Wald. Hypothek geordnet. Umständlicher günstig zu verkaufen.

Gute Rendite. Anfragen sind zu richten unter Chiffre B 41321 Lz an Publicitas AG., Luzern.

**Gutgehendes Restaurant**

mit Still, in günstiger Lage der Zentralschweiz, von Fachleuten zu pachten, evtl. zu kaufen gesucht. Luzerner Fähigkeitsausweis vorhanden. Gefl. Offerten unter Chiffre G R 2616 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**Gesucht per sofort tüchtige, sprachkundige Barmaid**

in Jahresstelle. Gefl. Offerten mit Zeugniskopien und Photo unter Chiffre T B 2573 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**Gesucht in Passantenhotel tüchtige Restaurationstochter**

Eintritt anfangs September oder nach Übernkunft. Offerten mit Zeugniskopien und Photo an Hotel Weisses Kreuz, Flühlen, Vierwaldstättersee. Tel. 584.

**Gesucht für mein modern umgebautes Hotel gut präsentierende, junge, ehrliche und fleissige Tochter**

für den Service (evtl. Anfängerin). Guter Verdienst zugesichert. Offerten mit Bild und Zeugniskopien unter Chiffre X X 2581 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**Gesucht per sofort oder nach Übernkunft in modernen Betrieb Allein-Lingère Serviertochter**

Nur seriöse, nicht zu junge Bewerberin kommt in Frage. Service-Lehrtochter Küchenmädchen Köchin Hausbursche Zimmermädchen, evtl. Anfängerin

Gefl. Offerten unter Chiffre T S 2811 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**Zu verkaufen Liegenschaft mit Café**

in Basel, Nähe Bahnhof SBB. Umsatz etwa Fr. 100000.-, Kaufpreis Fr. 300000.- (inkl. Inventar). Rendite 6%. Offerten unter Chiffre L G 2658 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**Zu vermieten in aargauerischer Industriestadt alkoholfreies Speise-Restaurant**

etwa 80 Pensionskörte. Gute Existenz für Küchenchef mit fachkundiger Frau. Antritt baldmöglichst. Offerten unter Chiffre Z V 2594 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**Jünger tüchtiger Oberkellner-Chef de service Aushilfe**

ab zirka 15. September bis November, auch als Chef de rang in Erstklassrestaurant. Offerten sind zu richten unter Chiffre H L 2593 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**Junge, tüchtige Barmaid**

deutsch, französisch, englisch sprechend, sucht Stelle in gut frequentierter Bar. Eintritt per 1. September od. nach Übernkunft. Gefl. Offerten unter Chiffre G R 2594 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**Gesucht von mittlerem, gepflegtem Speiserestaurant mit Metzgerei, saubere, zuverlässige Köchin od. Tochter**

mit guten Kochkenntnissen welche Freude hätte, sich in der guten Küche weiter auszubilden. Guter Lohn. Off. mit Zeugniskopien und Photo unter Chiffre K T 2590 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**Gesucht per 1. September in Erstklasshotel Office-Gouvernante**

Jahresstelle. Offerten an Hotel Bellevue-Palace, Bern.

**Jeune femme allemande cherche place comme secrétaire-débutant**

en Suisse romande. Libre du 15 septembre. Offres à Alexander Mirimanian, Hôtel Monopol, St. Moritz.

**Wegen Liquidation einer Sammlung sind günstig zu haben: Kolibrierte engl. und franz. gerahmte und ungerahmte Pferdestiche Pferdebilder**

Jagd, Rennen, Wagen, darunter graphisch wertvolle Stiche sowie preiswerte Bilder mit dekorativem Charakter. Unverbindliche Auskunft Telefon (061) 91 05 21.

**Einmalige Gelegenheit für Hotels, Anstalten, Institute, Spitäler, zur Anschaffung von Waschmaschine Pendelzentrifuge**

48 kg Trockenwäsche fassend 50 kg Wäsche

**Waschmaschine Waschemänge**

Walzenlänge 2,2 m Alles fabrikmäss. Extraklassiges Schweizerfabrikat modernster Konstruktion mit voller Fabrikgarantie. Auf Wunsch Zahlungsvereinfachungen. Offerten unter Chiffre P 5569 Publicitas AG. Solothurn.

**Zu verkaufen einmal getragenes Frack-Anzug**

Grösse 52, Schrittlänge 82. Preis Fr. 170.-. Adresse: W. Ruch, Bündnerstr. 14, Basel.

**Zwei Serviertochter**

(Deutsche), langj. im Beruf, gute Zeugnisse, suchen Stellung in gutgehendes Restaurant oder Tea-room. Angebote unter Chiffre S D 2592 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**Chef-Pâtissier**

sucht auf 15. September passenden Posten. Offerten unter Chiffre SA 2842 an Schweizer Annoncen AG., Zürich 23.

**Gesucht per sofort in Landgasthof, Nähe Bern, tüchtige Serviertochter**

Gefl. Offerten unter Chiffre S 12652 Y an Publicitas Bern.

**Restaurationskellner, Chef de rang, Demi-Chef**

sucht Stelle für die Wintersaison. Österreichischer, 41jähr., sehr flink, ehrlich, gutes Erschein. Sprachenkenntn.: Französisch, Italienisch, zur Zeit im Hotel Hirschen, Interlaken; Speckmayer Franz.

**Gesucht für Wintersaison 1953/54: Koch Sekretär Serviertochter**

sprachkundig Buffetburschen Zimmermädchen

Hotel Carmenna, Arosa, Restaurant-Bar-Dancing.

**Gesucht nach Übernkunft in erstklassige Dancing-Bar (Jahresstelle) I. BARMAID**

Gutpräsentierende, versierte, seriöse Bewerberinnen richten ihre Offerten unter Chiffre B M 2572 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**Grand hôtel-pension dans importante ville de Suisse romande cherche maître d'hôtel**

expérimenté, parlant les 3 langues principales âgé de maximum 45-49 ans. Date d'entrée à convenir. Offres sous chiffre M H 2580 à l'Hôtel-Revue, Bâle 2.

**Gesucht auf 15. September Restaurationstochter**

in Passantenhotel der Ostschweiz. Guter Monatsverdienst und geregelte Freizeit. Kenntnisse der französischen Sprache erwünscht. Off. sind zu richten unter Chiffre P H 2507 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**Gesucht auf Mitte September Alleinportier - Hausbursche**

Jahresstelle. Garni Hotel Hirschen, Marktplatz 22, St. Gallen.

**Gesucht wird auf 15. evtl. 20. September Serviertochter**

in gepflegtem Restaurant, die im Restaurations- u. à-la-carte-Service bewandert ist und englische und französische Sprachenkenntnisse besitzt. Verdienstmöglichkeit ist sehr gut, einen ganzen freien Tag pro Woche und Zimmerstunde. Freie Station und Kost sowie Wäsche im Hause. Gefl. Offerten unter Chiffre R T 2582 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**Gesucht von mittlerem, gepflegtem Speiserestaurant mit Metzgerei, treue, zuverlässige Köchin oder Koch**

Eintritt auf 15. September evtl. 1. Oktober. Gute Behandlung, geregelte Freizeit. Offerten mit Bild, Zeugniskopien und Lohnansprüchen an Frau Gaisler, Fruböl, Richterswil (Zürich).

**Gesucht als Kuchliffe vom 15. September bis Ende Oktober seriöse, zuverlässige Zimmermädchen**

Offerten mit Zeugniskopien an die Leitung des Ferienheimes CO-OF, Weggis, Tel. (041) 821341.

**On cherche femme de chambre**

connaissant le service de salle, bon gain, place à l'année dans hôtel soigné des environs de Neuchâtel. Entrée de suite. Offres sous chiffre E N 2561 à l'Hôtel-Revue, Bâle 2.

**Wir suchen per Oktober in Jahresstelle, für unseren gepflegten Speisesaal im 1. Stock, sprachkundige, im à-la-carte-Service bewanderte Obersaaltochter**

evtl. käme auch tüchtige Restauranttochter in Frage, die sich als Obersaaltochter ausbilden möchte. Offerten mit Bild, Zeugniskopien und Altersangabe an R. Hunziker-Ritschard, Hotel Falken, Thun.

**Gesucht in gepflegten Betrieb tüchtige, sprachkundige, im Speiservice bewanderte Restaurationstochter**

Schriftliche Offerten mit Bild an Fam. Haueiter, Gasthof Schützen, Steffisburg.

**Gesucht per 1. September junge, sprachkundige Serviertochter**

Tea-room Ernst Survetta, Bahnhofstrasse 61, Zürich 1.

**Gesucht für Wintersaison, zirka 20. Dezember bis Ende März: Oberkellner Economat-Gouvernante Hilfspersonale Pâtissier Aide de cuisine Commis de cuisine Glätlerin Restaurationstochter Serviertochter Bar**

**Gesucht seriöse, flinke Serviertochter**

Offerten mit Bild sind zu richten an A. Marty-Züger, Hotel und Metzgerei Rotkreuz, Einsiedeln, Tel. (085) 611 18.

**Für grundlegende küchenfachliche Schulung, theoretisch u. praktisch: Kochkurs an der Schweiz. Hotelfachschule Luzern. Nächste Kurse: 8. September bis 28. Oktober; 29. Oktober bis 19. Dezember 1953. Prospekt sofort auf Verlangen! Tel. (041) 25551**

**KREIS HEPP AG**

**Hotel-Silberwarenfabrik**

**St. Gallen** Zürcherstrasse 204 c Telefon 071/28837

**Bestecke Reparaturen und Neuversilberungen**

**Zürich** Badenerstrasse 20 Telefon 051/25 46 24



Stellen-Anzeiger
Moniteur du personnel Nr. 35

Offene Stellen - Emplois vacants

Chef de réception-Kassier gesucht von Erstklasshotel in Zürich.
Offerten unter Chiffre 1998

SCHWEIZER HOTELIER-VEREIN
Fachberufsnachweis / Gartenstrasse 112 / Tel. (061) 94 86 97
BASEL

Vakanzenliste
Liste des emplois vacants
des Stellenvermittlungsdienstes

Jahresstellen

- 3224 Hilfskitchen oder Küchenmädchen, Zimmermädchen, 15. September, Hotel 35 Betten, Engadin.
3226 Buffetpraktikantin, 1. September, Saalpraktikantin, 15. September, Obersaaltochter, Privatzimmermädchen, Sütze der Hausfrau, 1. Oktober, Hotel 60 Betten, Thunersee.

Gesucht von Hotel Bristol, Bern, zu bald. Stellenantritt: Koch-
lehrling (Dauer der Lehre 2 1/2 Jahre), Kellnerlehrling
(Dauer der Lehre 2 Jahre). Es wollen sich nur fleissige und willige
junge Leute anmelden und einen Lebenslauf beifügen. (2000)

Stellengesuche - Demandes de places

Bureau und Reception
Hotelierstochter, 21 Jahre, Kenntnisse der drei Hauptsprachen,
sucht Aushilfsstelle für Bureau und als Stütze des Patrons, auf
ca. 15./20. September bis 15. Dezember. Tessin oder franz. Schweiz
bevorzugt. Offerten erbeten unter Chiffre 89

Journalführer-Sekretärin-Aide de réception sucht auf 1. Sept.
Stelle. Offerten unter Chiffre 107
Salle und Restaurant
Büffeldame, ges. Alters, fachkundig und flink, sucht passenden
Posten. Offerten unter Chiffre 301

Küchenchef, 32jährig, tüchtiger und zuverlässiger Mitarbeiter,
zur Zeit in guter Saisonstelle, sucht auf Herbst gute Jahres-
stelle, evtl. auch in eine Anstalt oder in ein Heim. Gute Zeugnisse
und Ref. zu Diensten. Offerten mit Lohnang. unter Chiffre 94
Etage und Lingerie
Ingenieur, tüchtige, sucht ab 1. Oktober Stelle als Aushilfe und für
Winteranstellung. Offerten unter Chiffre 102

Cuisine und Office

Chefkoch, tüchtiger, ges. Alters, sucht Stelle in kleineres Hotel.
Restaurant- und entretemekundig, Eintritt 15. Sept. oder nach
Übereinkunft. Offerten erbeten unter Chiffre 103

Obacht! Man vergesse nicht die
Beilage des Briefporto
zur Weiterbeförderung der Offerten!!!

Sommersaison

- 3223 Ofize-Küchenmädchen, 1. September, Hotel 40 Betten, Lago
Maggiore.
3231 Küchenchef, evtl. aushilfswaise, sofort, Hotel 70 Betten,
Vierwaldstättersee.
3234 Carter-Hausbursche, Saaltochter, sofort, Hotel 60 Betten,
Lugano.

Aushilfen

3284 Nachtconciere, Militärabstimmung vom 7. bis 26. Sept.,
später evtl. festes Engagement, Hotel 15 Betten, Lugano.
Koch, für 2 Monate, 1. September, Restaurant, Basel.

Lehrstellen

3226 Kochlehrling, nach Übereinkunft, Hotel 60 Betten, Thunersee.
3338 Kochlehrling, sofort, Hotel 110 Betten, Bern.
3441 Kochlehrling, nach Übereinkunft, mittelgr. Hotel, Bern.
3445 Kochlehrling, nach Übereinkunft, Hotel 25 Betten, B.O.

Ausland - Etranger

England (Austausch)

Gesucht in gutes englisches Hotel 4 Serviertochter, mit Eintritt
auf Herbst, evtl. Winter. Offerten mit Zeugnisakopien, Photo und
Lebenslauf an Nr. 35/EA/3469 an Hotel-Revue, Basel 2 (Fr. 2.- in
Marken beilegen).

„HOTEL-BUREAU“
Succursale de Lugano

Avenue Agassiz 2, Téléphone (021) 23 92 98.
Les offres concernant les places vacantes ci-après
doivent être adressées à Lugano à l'adresse ci-dessus.
8608 Une secrétaire, début septembre, hôtel moyen, Alpes vaud.
8606 Fille de buffet, fille d'office, fille de salle, de suite, hôtel
de passage, Lausanne.
8609 Chausseur (avec permis de conduire), à convenir, hôtel
moyen, lac Léman.

8614 Sommelière, fille de maison, de suite, hôtel-restaurant,
Alpes vaudoises.
8618 Chef d'office, fille de lingerie, de suite, grand hôtel, lac
Léman.
8620 Commis de rang, aide de buffet, de suite, hôtel-restaurant,
Lausanne.
8628 Une secrétaire, cuisinière, de suite, grand restaurant, lac
Léman.
8628 Lingère, de suite, pour un mois, grand hôtel, Montreux.
8638 Sommeliers, de suite, dancing, lac Léman.
8639 Chef de partie, commis de cuisine, de suite, hôtel 100 lits,
Valais.
8641 Commis de cuisine, aide de buffet, de suite, grand restaura-
tion, Lausanne.
8645 Aide-lingère, de suite, hôtel moyen, Genève.
8648 Sommeliers, de suite, grand hôtel, Lausanne.
8650 Commis de rang, une secrétaire, de suite, hôtel de passage à
l'année, Valais.
8651 Sommelière, aide-lingère, de suite, grand hôtel, Montreux.
8652 Commis de rang, de suite, hôtel moyen, Lausanne.
8661 Gouvernante d'économat, commis de rang, commis de
cuisine, de suite, hôtel 100 lits, Alpes vaudoises.
8664 Commis de cuisine, de suite, hôtel 80 lits, lac Léman.
8672 Sommeliers connaissant la restauration, de suite, restau-
rant Lausanne.
8674 Filles de salle, tournaute (salle-étage), lingère, secrétaire,
de suite, hôtel moyen, Genève.
8678 Apprentie fille de salle, de suite ou à convenir, hôtel moyen,
Frribourg.
8682 Comptable expérimenté, gouvernante de lingerie, repa-
seuse, fille de lingerie, femme de chambre, concierge de
nuit, entrées à convenir, grand hôtel, lac Léman.
8687 Sommeliers connaissant la restauration, de suite, restau-
rant, Julia herniaux.
8691 Sous-maîtres pour service à la carte, de suite, restaurant,
Bonnev.
8692 Femme de chambre (Suisseuse), à l'année, ler octobre,
Leaves, aide-cassière, fille d'office, de suite, grand restaura-
tion, Lausanne.
8698 Commis de rang, de suite, pour environ 1 mois, grand
hôtel, lac Léman.
8700 Sommelière, de suite, buffet de gare, lac Léman.
8701 Filles de salle, de suite, pour environ 1 mois, hôtel 100 lits,
lac Léman.
8702 Tournaute étage-salle, de suite, hôtel moyen, lac Léman.
8703 Sommelière, de suite, hôtel moyen, canton de Fribourg.
8704 Sommeliers, fin soir, tournaute buffet-étage (évent. débu-
tante), de suite, hôtel moyen, Vaud.
8705 Fille de cuisine, de suite, hôtel moyen, Lausanne.
8706 Secrétaire-maincourante, ler septembre, hôtel 80 lits,
Valais.
8708 Fille ou garçon de salle, de suite, hôtel moyen, lac Léman.
8709 Un secrétaire (3 langues indispensables), de suite ou à
convenir, grand hôtel, lac Léman.

Portier
sucht Stelle in Saison- oder
Jahresbetrieb im Welsch-
land, um die franz. Sprache
zu erlernen. Eintritt Anfang
1. Oktober. Offerten an Kolb,
Stadthausgasse 25, Basel.

Gesucht
in Jahresstelle von bestbekanntem Stadthotel!
Oberkellner
Intelligente, sympathische Fachleute mit überdurchschnittlichen Fähigkei-
ten, gute Verkäufer und Organisatoren, sprachkundig, solid und zu-
verlässig; belieben sich zu melden, mit Beilage von Curriculum vitae
und neuem Bild unter Chiffre D R 2530 an die Hotel-Revue, Basel 2.

Gewandte
SEKRETÄRIN
als Ablösung gesucht
vom 10./15. September bis Ende Oktober. Ange-
bote mit Zeugnisakopien, Photo und Saltsprachen
unter Chiffre G S 2662 an die Hotel-Revue,
Basel 2.

Erstklasshotel in Zürich sucht in Jahresstelle
Etagen-Gouvernante
Eintritt 1. Oktober. Offerten mit Zeugnisakopien
und Photo unter Chiffre E T 2287 an die Hotel-
Revue, Basel 2.

Patissier
entremetskundig, mit guten
Referenzen, sucht neuen
Wirkungskreis. Offerten er-
beten unter Chiffre P T 2821 an
die Hotel-Revue, Basel 2.

Jeune fille
de 21 ans, connaissant les
quatre langues, cherche
place comme
serveuse

Gesucht
zu baldigem Eintritt selbständige, in sämtlichen
Arbeiten eines Hotelbetriebes versierte
Etagen- und Economat-Gouvernante
sowie seriöse, flinke
Saal- oder Serviertochter

Zimmer-
mädchen
Concierge
Portier-Concierge sucht
sich per 15. September oder
nach Übereinkunft zu ver-
ändern als

Barmaid
mit guten Referenzen sucht
Stelle in der Zentralschweiz.
Eintritt nach Übereinkunft.
Offerten unter Chiffre J B
2615 an die Hotel-Revue,
Basel 2.

dans tea-room ou magasin
pour la saison d'hiver 1953/54.
S'adresser sous chiffre S V
2612 à l'Hotel-Revue à Bâle 2.

Gesucht
per sofort tüchtiger
Koch
als Aushilfe für 3 Wochen, evtl. länger.
Eilofferten an Kurhaus Gyrenbad, Turbenthal.

Gesucht
nach Übereink in Jahresengagement für gut-
gehend. Hotelbetrieb mit Restauration in Graubün-
den (Sommer- u. Winteranstellung) bestqualifiz.,
sprachkundiges
Geranten-Ehepaar

Chef de cuisine
de première force, travail-
leur sobre et ponctuel,
cherche place à partir du
1er septembre dans maison
de 100 à 150 lits ou plus à
l'année ou longue saison. Si
possible avec petite brigade.
Référence de premier ordre
à disposition. Faire offres
avec indication de salaire
sous chiffre C D 2611 à
l'Hotel-Revue à Bâle 2.

Restaurationsstochter
tüchtig und sprachkundig.
Geht. Offerten unter Chiffre L Z 2603 an die Hotel-
Revue, Basel 2.

Gesucht
per sofort oder nach Übereinkunft für
Herbstsaison im Tessin
Portier-Hausbursche
evtl. auch Anfänger
Offerten mit Bild unter Chiffre P H 2602 an die
Hotel-Revue, Basel 2.

Gesucht
in Jahresstelle
Commis de cuisine
Offerten mit Zeugnisakopien und Gehaltsansprü-
chen an Bahnhofstrasse 112.

Portier-
Hilfsconcierge
28jährig, deutsch, franz.,
englisch und italienisch spr-
achlich
wünscht Jahres-
oder auch gute
Saisonstelle.
Geht. Offerten unter Chiffre
P H 2614 an die Hotel-Revue,
Basel 2.

Offerten
von Vermittlungsbüreaux
auf Inserate unter
Chiffre bleiben
von der Weiterbe-
förderung ausge-
schlossen.

Allein-Pâtissier
Saucier
2 Entremetiers
Nur bestausgewiesene Bewerber (nur Schweizer) wollen
ihre Offerten mit Zeugnisakopien und Lohnansprüchen
einreichen.

Gesucht
per sofort
Zimmermädchen
mit Ablösung im Service.
Offerten an Pension Halner, Heiden, Tel. (071)
9127.

*ist es Ihnen schon bekannt,*  
daß Sie mit

# Knorr Spezial-Fleischsuppe "GASTRONOME"

- Fond blanc
  - Kalbs-Ragout
  - Risotto
  - Sauce Béchamel
  - Gemüse-Suppen usw.
- entscheidend verbessern können?

Großer Fortschritt für jede Küche,  
weil frei von Fabrikgeschmack,  
hellfarbig und klar!

- 1-Kilo-Büchse 13<sup>50</sup>
- 5-Kilo-Kessel 13<sup>20</sup> p.kg
- 12-Kilo-Kessel 13<sup>10</sup> p.kg

Thöni

## ENGLAND

### Verbinden Sie das Englischlernen mit Ferien!

Unsere dreimonatigen, gutgeplanten Kurse für Anfänger und Fortgeschrittene, jeden Alters u. beider Geschlechter, bieten Ihnen im sonnigen und gesunden Ferienort Cliftonville an der Küste der Grafschaft Kent in hotelmäßig ausgestatteter Schule Gelegenheit zu neuzeitlicher, dem Leben und der Praxis angepasster sprachlicher Ausbildung.

Neue Kurse beginnen: 28. Sept.-19. Dez. 1953 und 1. Februar-24. April 1954.  
Kosten: £ 70.- (ca. s.Fr. 850.-) für 12 Wochen, alles inkl. (Pension, Unterkunft, Unterricht etc.). Beste Referenzen.

Ausführl. Prospekte und unverbindliche Beratung durch

### STRATHSIDE PRIVATE SCHOOL

Eastern Esplanade, Cliftonville, Kent, England

**Gesucht**  
für Erstklasshotel im Graubünden, tüchtiger  
**Chef de réception-Caissier**  
Saalführer  
ferner einige sprachkundige

Gefl. Offerten unt. Chiffre G R 2542 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**Gesucht** zu baldigem Eintritt  
**2 Mädchen**  
für Zimmer und Hausgeschäfte. Ferner  
**Tochter**

mit einigen Kochkenntnissen (Praktikantin). Offerten mit Zeugniskopien usw. an Parkhotel Schweri, Weesen a. Wallensee.

**Hotel in Lugano sucht ab sofort**

**Commis de cuisine**  
**Etageportier**  
(auch Anfänger)  
**Zimmermädchen**  
**Küchenbursche**  
**Serviertochter**  
**Wäscherin**

Offerten sind zu richten unter Chiffre H O 2832 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**Das Hotel Cresta-Palace in Celerina**  
sucht für die Wintersaison:

**Chef de réception**  
**Etagegouvernante**  
**Conducteur**  
**Aide-Concierge**  
**Chasseurs**  
**Chef de hall**  
**Chef de rang**  
**Demi-chef de rang**  
**Zimmermädchen**  
**Hilfzimmermädchen**

Offerten mit Zeugniskopien und Photos an Direktor Bisenz, Celerina.

Jüngeres, tüchtiges  
**Hotelier-Ehepaar** sucht

**Direktionsposten**  
oder **Miete**

eines mittleren Hotels auf diesen Winter. Eigene Küchenführung (Küchenchef). Prima Referenzen und Zeugnisse zur Verfügung. Offerten unter Chiffre D M 2372 an die Hotel-Revue, Basel 2.



Im „Montana“, die Fachschule im Hotel  
**Schweiz. Hotelfachschule Luzern**

## Englisch

auf die Wintersaison durch Besuch des Sprachkurses vom 22. September bis 19. Dezember 1953. Englisch: 18 Unterrichtsstunden pro Woche, dazu 4 Stunden Französisch für Vorgerückte. Intensivster, erstklassiger Unterricht; beste Resultate! Prospekt sofort auf Verlangen. Telephone (041) 2 55 51

### Wintersaison 1953/54

Für die Wintersaison 1953/54 stehen folgende Stellen zur Besetzung offen:

**Chef de réception-Kassier**  
**Oberkellner**  
service- und sprachgewandt  
**Etagegouvernante**  
**Restaurationsstöchter**  
für Bündnerstube-Dancing  
**Saalkellner-Saaltöchter**  
**Etageportiers**  
**Zimmermädchen**  
**Conducteur**  
**Liftier, Chasseur**  
**Telephonistin**

Offerten mit Zeugniskopien und Photo an Grand Hotel Veraina, Klosters.

**Gesucht**  
in Jahresstellen jüngere

**Buffetdame oder Buffettochter**  
**Abwaschmädchen** für Office  
**II. Aide de cuisine**  
**Restaurationsstöchter**

Nur fachkundiges Personal beliebt ausführliche Offerten einzureichen an Bahnhofbuffet Schaffhausen.

**Grösseres Unternehmen in St. Gallen sucht**

**Deutsch-korrespondentin**  
perfekt in Stenographie und Maschinenschreiben.

Offerten mit Zeugniskopien unter Chiffre U 70368 O an Publicitas St. Gallen.

**Gesucht auf 1. September tüchtige, jüngere**

**Köchin od. Commis de cuisine**  
**1 Zimmermädchen**  
für 11/2 Monat  
**1 Office Mädchen**  
**1 Restaurationsstöchter**  
tüchtige mit Sprachkenntnissen  
**1 Wäscherin-Lingère**  
**1 Kocjlefring**

Gefl. Offerten unter Chiffre Z S 2495 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**HOTEL SCHWANEN, RAPPERSWIL**  
sucht mit Eintritt 1. September in Jahresstelle

**3 Restaurationsstöchter**  
sprachkundig und à-la-carte-gewandt  
**Bar-Serviertochter**  
**2 Aides de cuisine**

Baldige Offerten erbeten.

**Gutgehendes Erstklasshotel**  
in bekanntem Wintersportplatz Graubündens sucht auf kommende Saison gut qualifizierten, jüngeren

## Oberkellner

Eintritt ca. 5. Dezember. Offerten erbeten unter Chiffre O K 2454 an die Hotel-Revue, Basel 2.

Jüngere, deutsch, französisch, italienisch und englisch sprechende

## Gouvernante

sucht von Mitte Oktober bis Ende November

**Aushilfsstelle oder Ferienablösung**

in Economat oder am Buffet. Zürich bevorzugt. Gefl. Offerten unter Chiffre V P 2840 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**Nous engageons**

de suite ou à convenir pour placé à l'année un

## maître d'hôtel-restaurateur

Seul des personnes capables et qualifiées veulent soumettre leurs offres à la Direction Ch. Fedier, Restaurant Métropole, Lausanne.

## GESUCHT nach Ermatingen am Untersee

**Chefköchin**  
sowie eine  
**Restaurationsstöchter**

Eintritt 1. Sept. eventuell später. - Offerten von nur bestausgewiesenen Kräften an H. Grauf, Besitzer, Hotel Adler, Ermatingen.

## Gesucht in Jahresstelle

Auf 15. September:  
**Alleinköch**  
**Portier-Hausbursche**  
**Lingère-Zimmermädchen**

Auf 1. September:  
**Serviertochter**

Offerten sind erbeten an Hotel Kurhaus, Weissbad (App.).

## Gesucht per sofort oder nach Übereinkunft, tüchtige, selbständige

**Lingerie-Gouvernante**  
**Restaurationsstöchter**  
für Speise- und Restaurantservice, französisch sprechend, jüngerer

**Mädchen**

als Mithilfe in Wäscheri und Lingerie

Offerten an Hotel Krone, Solothurn.

## Gesucht für Wintersaison

**Chef de rang**  
**Commis de rang**  
Schweizer Personal wird bevorzugt.

Offerten sind zu richten an die Direktion Kulm-Hotel, St. Moritz.

## Gesucht in Bahnhofbuffet SBB, der Zentralschweiz

**Buffetdame**  
für Restaurant II. Klasse, Eintritt Mitte September,  
**Buffettochter**  
für Restaurant II. Klasse, sofort

**Buffettochter**  
für Restaurant III. Klasse, 1. Oktober,  
**jüngere Kaffee Köchin**

Offerten mit Zeugniskopien und Photo unter Chiffre Z E 2578 an die Hotel-Revue, Basel 2.

## Stadthotel der Zentralschweiz sucht mit Stellenantritt auf 15. September

**SEKRETÄRIN**  
für Reception, Serviceüberwachung, Korrespondenz, allgemeine Büroarbeiten. Sprachkenntnisse: Deutsch, Französisch, Englisch in Wort und Schrift Bedingung. Alter nicht unter 26 Jahren. Nur Bewerberinnen, die einen ähnlichen Posten schon bekleidet haben, wollen Offerte einreichen unter Chiffre S E 2374 an die Hotel-Revue, Basel 2.

## Chef de service

jeune sérieux, de confiance, ayant déjà occupé poste comme tel,  
**demandé.**

Offres écrites avec références et prétentions au Café Rest. Glacier au Larnen, Lausanne. (Ne se présenter que sur convocation).

## L'Hôtel Beauvillage-Palace, Lausanne-Ouchy

cherche pour début septembre une

## gouvernante-tournante

Place à l'année. Faire offres avec copies de certificats et références à la direction de l'hôtel.

## Junger Kellner

sucht nach Absolvierung des Servierkurses Stelle auf 15. September oder nach Übereinkunft. Offerten unter Chiffre P 27277 On an Publicitas Aarau.

## Concierge

(Concierge de nuit), 4 Sprachen, erstklassige Referenzen aus dem In- und Ausland, sucht Stelle. Offerten unter Chiffre C N 2888 an die Hotel-Revue, Basel 2.

Tüchtiges, sauberes

## Zimmermädchen

sucht Stelle in gutes Pensionshotel. Gute Zeugnisse vorhanden. Eintritt 15. September oder nach Übereinkunft. Offerten unter Chiffre J 4832 T an Publicitas Thun.

Bestausgewiesener

## Alleinkoch-Chef

gelernter Konditor, 30 Jahre alt, sucht Stelle. Eintritt ca. 15. September 1953 oder später. Offerten sind erbeten unter Chiffre A K 2539 an die Hotel-Revue, Basel 2.

Fräulein, gesetztes Alters, sprachkundig, erfahren im Hotelfach, mit Fähigkeitsausweis, sucht auf Anfang Oktober Posten als

## Gerantin-Leiterin

in Hotel-Pension oder Teal-room. Offerten unter Chiffre Z 5302 Y an Publicitas, Bern.

23jähriger Deutscher sucht auf 1. September Stelle als

## Sekretär oder Concierge-Gehilfe

in gutem Haus. 39jährige Berufspraxis in erstem Haus Schweiz. Fachschule für das Gastgewerbe besucht. Engl. Sprachkenntnisse. - Offerten an K. D. König, z. Z. Wegensstetten (Aarg.).

## Portier

34 Jahre, sucht Jahresstelle nach Übereinkunft, deutsch und französisch sprechend, habe gute Kenntnisse in Malerarbeiten und Reparaturen sowie Heizung. Zeugnisse vorhanden. Offerten unter Chiffre P 2898 an die Hotel-Revue, Basel 2.

Der Lehre entlassener Konditor sucht auf 20. September oder später in einem guten Hotel Saison- oder Jahresstelle als

## Commis-Patissier

Offerten an Werner Gertsch, Konditor, Wengen (BC.).

## Gesucht wird auf 15. September oder nach Übereinkunft

in Jahresstelle, tüchtige, pedante, unbedingt selbständige, an Stossbetrieb gewöhnte

## KÖCHIN

in gepflegtes Hotel am Zürichsee. Guter Lohn. Offerten mit Zeugniskopien und Referenzen unter Chiffre H S 2544 an die Hotel-Revue, Basel 2.

## Gesucht für Basel in Jahresstelle jüngerer

**Alleinkoch**  
in mittleren Betrieb. Eintritt nach Übereinkunft. Offerten mit Zeugniskopien und Lohnanspruch unter Chiffre A K 2888 an die Hotel-Revue, Basel 2.

Junges, tüchtiges Ehepaar mit Fähigkeitsausweis, sprachkundig, sucht

## GERANCE

für Wintersaison evtl. Jahresengagement in der Deutsch- oder Welschküche. Offerten erbeten unter Chiffre T 70068 X an Publicitas Genéve.

## Gesucht in Jahresstelle, für erstklassige Dancing-Bar

**Barlehtochter**  
Gelegenheit, den Barservice à fond zu erlernen. Jüngere, gut präsentierende, seriöse Bewerberinnen mit guten Umgangsformen sind gebeten, ausführliche Offerten mit Bild einzureichen an Restaurant Singerhaus, Basel.

## Gesucht per sofort für Bar-Dancing

**Chasseur P**  
Offerten an Fritz Eschler, Küchlin-Betriebe, Basel, Steinenvorstadt 85.



Prozent der Gastbetten beansprucht. Mit Ausnahme Genfs verzeichneten alle Städte mehr Übernachtungen als vor Jahresfrist. In Zürich belief sich der Zuwachs auf 3, in Lausanne und Basel auf 7, in Bern auf 17%. In der Bundesstadt entfiel die Hälfte, in den übrigen Städten rund zwei Drittel der Logiernächte auf ausländische Besucher.

Die Frequenz der Tuberkuloseheilstätten und Kuranstalten ging wiederum leicht zurück, und zwar verringerte sich die Zahl der Übernachtungen einheimischer Patienten um 6, jene der Ausländer um 3 1/2%. Die Gesamteinbüsse war mit 15400 Logiernächten oder 5% etwas grösser als im Mai. Wie damals stammten von den ausländischen Genesungsbedürftigen gut vier Fünftel aus Frankreich (28000 Logiernächte), Belgien, Grossbritannien (22500), Deutschland (17500) und Grossbritannien (14000). Die Engländer und besonders die Belgier waren schwächer, die Franzosen und die Deutschen stärker vertreten als vor Jahresfrist.

Au service de notre agriculture

A diverses reprises, au cours de l'année, on entend parler de certaines campagnes organisées par l'Office de propagande pour les produits de l'agriculture suisse. Or, le rapport annuel d'une telle institution est le seul à donner un aperçu exact de son activité aussi intéressante que variée. Ce coup-d'œil rétrospectif sur une année écoulée constitue un compte-rendu de ce qu'elle a fait durant un exercice, car il renseigne sur les mesures de propagande et les campagnes les plus importantes qui furent entreprises; mais son intérêt n'est pas moindre pour les tiers. Quel est le Suisse qui n'est pas attaché d'une manière quelconque au sol natal et qui ne désire pas être renseigné de plus près sur la manière dont les produits agricoles suisses finissent par trouver leur voie vers le consommateur? En présence de la concurrence étrangère croissante, l'importance de cette institution se manifeste de plus en plus et il ne faut pas s'étonner si, après 22 ans d'existence, l'Office de propagande s'est vu dans la nécessité de procéder l'année dernière à une révision de ses statuts pour mieux adapter toute l'organisation aux exigences accrues de l'heure actuelle.

Les illustrations et brefs chapitres débutant par de plaisantes vignettes donnent un excellent aperçu des travaux accomplis. La propagande en faveur des fruits à pépins fut centrée sur la publication d'un manuel suisse des fruits «Autour de la pomme», édité à la demande de la Régie fédérale des alcools pour un concours de composition dans les écoles. Nombreuses furent aussi les mesures en faveur de la vente des cerises, fraises, abricots et pruneaux. Les jus de fruits ont de nouveau été l'objet d'une attention particulière. Près de 20000 écoliers purent faire une dégustation gratuite et la nouvelle affiche en faveur du jus de pommes a généralement été jugée particulièrement réussie. La nouvelle boisson «Su-sy», à base de jus de fruits, a réussi également, grâce à la propagande faite, à se créer un grand cercle d'amateurs et la

«figurine Su-sy», que l'on voit si fréquemment sur les colonnes d'affichage, est déjà devenue familière à chacun. Une campagne a également été lancée pour le concentré de jus de fruits.

Des efforts spéciaux ont été déployés pour le vin et les autres produits de nos vignobles. Outre la nouvelle affiche en faveur du vin et quelques séries d'annonces très instructives, il convient de mentionner avant tout la publication de la plaquette bibliophile «Noë dans nos vignes». Des autos de propagande où se trouvaient des jeunes filles en costumes nationaux, qui distribuaient gracieusement des grappes au public, firent une publicité des plus originales pour le raisin de table indigène; sur toutes leur route à travers la Suisse, elles furent accueillies avec enthousiasme. Signalons aussi la série d'annonces qui, par des vers appropriés et un bonhomme caractéristique, fit une propagande efficace pour nos pommes de terre en attirant fortement l'attention du public.

La place nous manque pour nous arrêter aux diverses mesures destinées à favoriser la vente des légumes, de l'huile de colza, miel, etc.; l'Office de propagande met particulièrement en évidence l'excellente et agréable collaboration de la presse (et aussi de la radio) - à laquelle elle exprime sa gratitude - dans son important travail de propagande.

DIVERS

Le Brésil Hôte d'honneur de la 34e Foire nationale de Lausanne

Le Comptoir Suisse bénéficiera de la participation officielle du Brésil à sa 34e manifestation qui se déroulera du 12 au 27 septembre prochain. En cet hôte étranger, il aura le privilège de saluer puis de présenter à ses visiteurs, après quelques nations voisines et nord-américaines, le premier pays sud-américain exposant, en un pavillon ad hoc, les produits typiques de son économie.

Celle-ci est basée, principalement, sur les industries agricoles avec le café, le cacao, le sucre, le coton, les viandes et conserves; puis sur les industries métallurgiques et sidérurgiques qui connaissent, depuis 1946, une extraordinaire expansion. Les industries chimiques, les textiles - singulièrement les tissus de coton -, les industries du bois et du papier sont également au nombre des activités les plus importantes de cet immense pays. Nul n'ignore que les relations économiques entre la Suisse et le Brésil se sont accentuées depuis la seconde guerre mondiale et que, compte tenu de certaines fluctuations, elles demeurent intenses; elles se traduisent pour notre pays, en 1952, par 57 millions d'importations et 145 millions d'exportations. Le Brésil livre à la Suisse 43% de son ravitaillement en café, ce qui représente une valeur de 38 millions; il compte au nombre de nos fournisseurs principaux en tabacs bruts, en cacao (fèves et graines), les importations secondaires englobant la viande congelée et les conserves, les cuirs, peaux, huiles, les objets d'histoire naturelle, etc.

Riche en matières premières, sauf en charbon, le Brésil concentre actuellement ses efforts sur la

métallurgie et la sidérurgie qui se sont surtout développées dans les Etats de Minas Gerais et de Sao Paulo, où l'usine nationale de Volta Redonda est le premier producteur du pays en aciers et produits laminés. En outre, l'année 1951 a donné naissance à de nouvelles industries de transformation des métaux ferreux et non ferreux, d'une grande signification pour l'essor économique du pays. A cette nation en pleine expansion industrielle, la Suisse livre surtout des machines et machines-outils, des instruments et appareils de précision, des montres, des produits pharmaceutiques. D'autre part, de tout temps, mais d'une façon plus marquée encore ces dernières années, notre pays s'intéresse au prodigieux essor économique de la grande nation du Brésil où il a investi d'importants capitaux.

BÜCHERTISCH

Grindelwald, das Gletschertal

Eine der schönsten Gegenden in unser landschaftlich so vielfältigen Heimat, ist gewiss Grindelwald, «den Gletschern by», das zu den ältesten Fremdenverkehrsorten überhaupt gehört. Sanft geschwungene Halden und darüber unvermittelt, bis in die Schneeregion ansteigende schroffe Wände und Gletscher, die bis in die Kulturregion vordringen, haben seit früher Zeit immer wieder Unzählige in ihren Bann gezogen. Es ist erfreulich, dass diese Bergwelt nun in einer neuen Nummer der bekannten Heimatbücher des Verlages Paul Haupt in Bern einmal in Wort und Bild vorgeführt wird von einem Verfasser, der seine engere Heimat wie kein zweiter kennt und liebt: Hans Michel: Grindelwald, das Gletschertal (23 Textseiten, 1 Farbtafel, kartoniert Fr. 4.50).

Schon weiss er uns das einzigartige Landschaftsbild zu vermitteln und uns aus der Geschichte des Tales viel Interessantes zu berichten. Auch einen wertvollen Beitrag zur Geschichte des Fremdenverkehrs in unserem Land gibt uns der Verfasser. Unmühtig zu sagen, dass dieses Heimatbuch mit herrlichen Bergaufnahmen geschmückt ist. Es ist ein Bändchen, an dem alle Heimat-, Geschichts- und Bergfreunde grosse Freude haben werden. mp

Schweizerisches Archiv für Verkehrswissenschaft und Verkehrspolitik. 8. Jahrgang, Heft 2/1953. Art. Institut Orell Füssli AG., Dietzstrasse 3, Zürich 3.

An der Spitze des 2. Heftes des Jahrganges 1953 des «Archivs» steht ein L'activité ferroviaire en 1952 betitelter Aufsatz von Georges Harvand. Der Verfasser, der im Sekretariat des Internationalen Verbandes der Eisenbahnen tätig ist, behandelt in diesem Artikel in umfassender Weise die technische, betriebliche, kommerzielle und finanzielle Entwicklung der wichtigsten Eisenbahnen Europas und der Vereinigten Staaten.

Ein weiterer Aufsatz aus der Feder von Prof. Dr. Kurt Krapp ist der ökonomischen Eigenart des Fremdenverkehrs gewidmet. Diese Studie vermittelt in knapper Form einen Einblick in die wesentlichsten Zusammenhänge des Fremdenver-

kehrs und beleuchtet gleichzeitig die Berührungspunkte zwischen Verkehr und Fremdenverkehr.

Erik B. Gasser trägt einen Artikel bei über die Subventionierung der amerikanischen Luftverkehrsgesellschaften. Dieses Problem gewinnt besondere Aktualität, wenn man sich vergegenwärtigt, dass zwischen den amerikanischen Luftverkehrsgesellschaften und den europäischen eine scharfe Konkurrenz sich abzeichnet.

Als letzter Aufsatz sei erwähnt eine Beschreibung und ein Kommentar der neuen internationalen Ordnungen für die Beförderung von Privatwagen und von Behältern. Verfasser ist PD. Dr. Hans Herold, der als Vertreter der Wirtschaft bei der Vorbereitung dieser multilateralen Staatsverträge mitwirkte.

Unter den Besprechungen sei besonders hervorgehoben die Rezension eines Berichtes über die gemeinwirtschaftlichen und betriebsfremden Lasten der Deutschen Bundesbahn. Rezensent ist Prof. Dr. Kurt Leibbrand.

Das «Archiv» schliesst wie üblich mit der stets lesenswerten Chronik des Verkehrs, den statistischen Zahlen, den Buchbesprechungen und den Spalte über wichtige Veröffentlichungen.

Une très heureuse contribution

Plusieurs entreprises industrielles et commerciales de Suisse apportent à la cause qui nous est chère une contribution dont il nous est agréable de souligner, à la fois, l'opportunité et la réussite. Chaque année, leurs dirigeants vouent les soins les plus attentifs à l'édition de calendriers qu'ils distribuent à leur clientèle et par lesquels ce que l'une de ces maisons appelle la danse fugace des mois et des saisons reflète les aspects les plus divers du pays, par des images et des évocations ou éclate la richesse exceptionnelle de la palette helvétique.

Nous citons, au hasard de la plume, dans le choix des calendriers qu'il nous a été donné d'admirer, les contributions hautement louables de la Ciba, à Bâle, de Paillard-Bolex, à Yverdon-St. Croix, de l'Imprimerie Courvoisier, à La Chaux-de-Fonds, de Landis & Gyr, à Zoug, de Brown-Boveri & Cie, à Baden, des Ateliers des Charmilles, à Genève, et de la Compagnie d'assurances La Bâloise, à Bâle.

Cette liste est certainement incomplète et nous ne serons pas les derniers à souhaiter qu'elle s'allonge, dans les meilleures traditions du bon goût et du beau travail.

FLAWA KAFFEE-Filter für rasche, satzreife Filtration

Extra-puissant... extra-résistant... universel

Star-Mix-COMBI

Moteur de cuisine de grandeur moyenne

idéal pour hôtels, pensions, tea-rooms, restaurants, cantines, asiles, homes, cliniques, etc.

Extrêmement complet grâce à des combinaisons parfaitement étudiées: Bâteuse et pétrisseuse (2 1/2 et 5 kg), Hâchoir à viande (1 kg en 45 secondes), livrable aussi avec bourreur à saucisses, Râpe (avec 6 disques différents), Sorbatière (2 l), Presse-citrons, Mixer avec gobélet 1 1/2 ou 3 l, Centrifuge pour jus de fruits avec éjecteur automatique pour les résidus, Ecrémeuse (5 l), etc.

Demandez-nous une démonstration dans votre propre cuisine, nous viendrons avec plaisir

GROSSENBACHER Société Commerciale par Actions

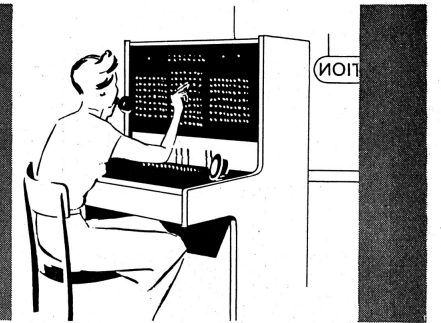
St-Gall, Rosenheimstr. 2 Tél. (071) 2 93 23

Zürich, Zähringerplatz 11 Tél. (051) 34 43 48

Lausanne, Ile St-Pierre 1 Tél. (021) 22 37 32



Das Telefon im Hotel



Eine gute Telefonbedienung wird vom Gast geschätzt, aber sie hängt von der Einrichtung ab.

Autophon verfügt über 30 Jahre Erfahrung in der Planung und Ausführung von Hotel-Telephonanlagen jeder Grösse. Eine Rücksprache mit unseren Fachleuten wird sich immer lohnen.

AUTOPHON

Zürich, Claridenstr. 19 Tel. 051/27 44 55
Basel, Peter-Merian-Str. 54 Tel. 061/34 85 85
Bern, Monbijoustr. 6 Tel. 031/ 261 66

Advertisement for KUMMER, BADEN featuring a plant illustration and list of products like Gloxinien, St. Paulien, etc.

Advertisement for Berghotel-Restaurant and Passantenhotel Garni.

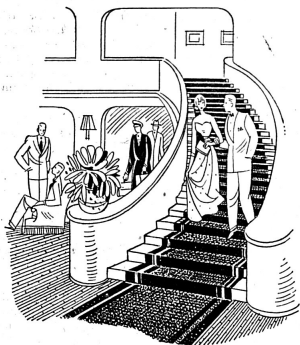
Advertisement for HOTEL-IMMOBILIEN-ZÜRICH AGENCE IMMOBILIÈRE D'HÔTELS.

Advertisement for HOTEL with 45 Betten and Tea-room.

Advertisement for Pension DAVOS-DORF.

Advertisement for Pension with 20 Betten, fliessend Wasser.

Advertisement for Hotel-Sekretärkurse by Gademanns Fachschule, Zürich.



**Von erprobten Qualitäten**

sind unsere dekorativen, modern und persisch gemusterten Treppen- und Korridor-Läufer.

Ihre Gäste schätzen das sichere und lautlose Gehen darauf.

Die Dessin-Auswahl ist enorm und überdies besteht die Möglichkeit, spezielle Wünsche zu berücksichtigen.

**Schuster**

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

**Chromstahlgeschirre**

bekanntester Weltmark, bis 50% unter Katalogpreisen. Nachbestellungen sind in allen Fachgeschäften möglich.  
E. MÜLLER, Ottenweg 13, Tel. (051) 32 92 20, ZÜRICH

**Möbel-**

Für Ihre Anschaffungen wenden Sie sich am vorteilhaftesten an das Vertrauenshaus.

**Kompl. Zimmereinrichtungen  
Neubestuhlungen  
Einzelmöbel**

Aeusserst günstige Angebote - auch auf Teilzahlung.

**Mobilia AG. OLTEN**



**Wiram Walker's  
CANADIAN CLUB**

Whisky  
ALSO  
BOURBON & RYE

GENERAL AGENTS:

**F. Siegenthaler Ltd.**  
LAUSANNE TEL. (021) 23 74 33



**VON ROLL**

**Luftseilbahnen**

Sesselbahnen  
Standseilbahnen  
Eisenbahnmateriale  
Zahnradbahnmateriale

Gesellschaft der  
Ludw. von Roll'schen  
Eisenwerke AG., Werk Bern



**HOTEL**

Zu verpachten  
mit 40 Betten in bekanntem Sommerkurort in Graubünden. Offerten mit Referenzen und Angabe der bisherigen Tätigkeit unter Chiffre G R 2803 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**Erne  
Englisch**

in London  
an den London Schools of English, 20/21, Princes Street, Hanover Square, London W.1. Spezialkurse für jeden Zweck, das ganze Jahr. Für Unterkunft kann gesorgt werden.



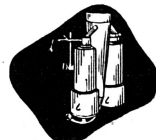
**WIBIS  
Bodenreinigungsmaschine**

Zum Spänen, Bürsten, Blochen, Fegen, Reinigen - die  
Trotz geringem Gewicht, hervorragende Leistung, dank patentiertem Wendeantrieb. Verlangen Sie Prospekte oder unverbindliche Vorführung

**Bisang** AFFOLTERN a. A.  
Tel. (051) 94 63 36

OLMA, Halle 2a, Stand 2021

**Kaffee- u. Küchen-  
maschinen**



blitzend sauber  
mit dem ent fettenden  
Reinigungspulver



Es verhindert Kalkbildung  
erleichtert das Reinigen und  
schont die kostbaren  
Maschinen

W. KID, SAPAG, Postfach Zürich 42  
Tel. (051) 28 40 11  
Qualität zu günstigem Preis!

**Th. Domenig AG.**

**BÜNDNER SPEZIALITÄTEN  
„CARMENNA“  
AROSA**  
Telephon (081) 3 16 01/2

Bündnerfleisch  
Rohschinken/Bein  
Salami Fr. -.88 p. Stk.  
Salamì Fr. 11.50 p. kg  
Mortadella Fr. 5.50 p. kg

Zu verkaufen  
frische, vollfleischige

**Mastpoulets**

0,8-1,2 kg, fortwährend abzugeben à Fr. 6.30 per kg.  
E. Frey, Geflügelarm,  
Bornhausen-Eschenz. Tel.  
(084) 86563.

Inserieren bringt Gewinn



BITTE OFFERTE ODER DEN UNVERBINDLICHEN BESUCH EINES MITARBEITERS VERLANGEN!

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

**LICHTREKLAMEN**

NACH NEUESTEM VERFAHREN VON INTENSIVSTER WIRKUNG  
Unverbindliche Offerten **LKRAFT** Olten Tel. (062) 5 40 59  
SPEZIAL-WERKSTÄTTE FÜR MODERNE LICHTREKLAMEN

**IM LÖTSCHEN**

**Hotel zu verkaufen**

mit 46 Betten, grossen Sälen, Garten- und Parkanlage, eigenem Wasser usw. Günstige Lage für Sommerinstitut, Ferien- und Erholungsheim. Besichtigung bis 8. Sept. 1953. Dr. L. Stöfel und Dr. K. Weissen, Advokaten, Visp/VS.

**Strassburger  
Gänseleber**

getruffelt „FEYEL“

Für den Service à la carte - die Büchse „double tranche“

**HANS GIGER & CO., BERN**

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



**PASSUGGER**



seit 70 Jahren schon der Inbegriff für Tafelwasser

**Hotels  
Restaurants**

Kauf, Verkauf und Pacht vermittelt  
**G. FRUTIG, BERN**  
Hotel-Immobilien - Spitalgasse 32 - Tel. (031) 35302

**Gelegenheit**

Zu verkaufen ein grösseres Quantum neuerwertige, schone und solide

**Wirtschafts-  
stühle**

zum Preise von Fr. 17.50 per Stück. Möbelabrik Gschwend AG., Steffisburg, Tel. (033) 26312.



Silberwarenfabrik Schaffhausen

**Hotel-Silber**

Verkaufsbureau und Musterzimmer in Zürich:  
**EDUARD WIDMER, ZÜRICH 8**  
Wiesenstrasse 11 Telephon (051) 34 72 36  
oder im Werk Schaffhausen, Telephon (053) 5 12 91