Objekttyp: **Issue**

Zeitschrift: **Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels**

Band (Jahr): **45 (1936)**

Heft 30

PDF erstellt am: **06.05.2024**

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.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

SCHWEIZER HOTEL-REVUE
REVUE SUISSE DES HOTELS

Nº 30
BASEL, 23. Juli 1936

Nº 30
BALE, 23 juillet 1936

INSERATE: Die einspaltige Nonpareillezeile oder deren Raum 45 Cts. Reklamen Fr. 1.50 per Zeile. Bei Wiederholung entsprechender Rabatt.
ABONNEMENT: SCHWEIZ: jährl. Fr. 12.—, halbj. Fr. 7.—, vierteljährlich Fr. 4.—, monatlich Fr. 1.50. AUSLAND: bei direktem Bezug jährlich Fr. 15.—, halbjährlich Fr. 8.50, vierteljährlich Fr. 5.—, monatlich Fr. 1.80. Postabonnemente: Preise bei den ausländischen Postämtern erfragen. Für Adressänderungen ist eine Taxe von 30 Cts. zu entrichten.

Organ und Eigentum des Schweizer Hotelier-Vereins

Organe et propriété de la Société Suisse des Hôteliers

Erscheint jeden Donnerstag

Fünfundvierzigster Jahrgang
Quarante-cinquième année

Paraît tous les jeudis

ANNONCES: La ligne de 6 points ou son espace 45 cts., réclames fr. 1.50 par ligne. Rabais proportionnel pour annonces répétées.
ABONNEMENTS: SUISSE: douze mois fr. 12.—, six mois fr. 7.–, trois mois fr. 4.–, un mois fr. 1.50. Pour l'ETRANGER abonnement direct: 1 an, 15 fr.; 6 mois, 8 fr. 50; 3 mois, 5 fr.; 1 mois, 1 fr. 80. Abonnement à la poste: demander le prix aux offices de poste étrangers. Pour les changements d'adresse il est perçu une taxe de 30 centimes.

Postcheck- & Giro-Konto No. V 85

Redaktion u. Expedition: Gartenstrasse No. 46, Basel
Verantwortlich für Redaktion und Herausgabe: Dr. Max Riesen

TELEPHON No. 27.934

Rédaction et Administration: Gartenstrasse No. 46, Bâle
Druck von Emil Birkhäuser & Cie., Basel

Compte de chèques postaux No. V 85

Im Einverständnis mit dem Bundesrat ist der Ertrag der diesjährigen Bundesfeier-Sammlung (Karten- und Abzeichenverkauf) bestimmt worden zur

Bekämpfung der Tuberkulose

Die Sammlung dient demnach einem edlen gemeinnützigen Zweck. — Bestellungen der Hotels auf **Bundesfeier-Abzeichen** und **Bundesfeier-Menukarten** (welch letztere gratis abgegeben werden) sind an das **Sekretariat des Schweiz. Bundesfeier-Komitees,** Bahnhofplatz 9, in Zürich zu richten.

INHALTSVERZEICHNIS:

Das Bild im Hotelprospekt — Hotellerie und Wirtschaft — Landesausstellung Zürich (S. 2) — Der Fremdenverkehr in der Schweiz im Monat Mai — **Offizielle Todesanzeige — Mitgliederbewegung** — Zur Bundesfeier-Sammlung — Willkommene Unterstützung — Schlafwagen als Hotel — **Frage und Antwort** (S. 3) — Marktmeldungen — Internationales Unterscheidungszeichen der Motorfahrzeuge — Zusammenarbeit der Bauernschaft und Hotellerie — **Die Hotel-Bar als Komfortbegriff** — Kurzmeldungen.

Das Bild im modernen Hotelprospekt

W. Flaig, Klosters

Noch immer spuken — als Blickfänger — süsse Badenixen, phantastische Berge und himmelblaue Riesenenziane ebenso hartnäckig wie die „mässigen Preise" und die „ozonreichen Wälder" in den Werbeschriften der Hotels, obwohl doch so manches Haus heute die „neue Sachlichkeit" nur allzu hart spüren muss und Grund genug hätte, jeder, aber auch jeder Möglichkeit zur Verbesserung der Werbekraft nachzugehen.

Die beste Werbung ist der zufriedene Gast. Aber auch er muss ein erstes Mal kommen, und um dies zu erreichen, ist der Hotelprospekt des einzelnen Hauses nach wie vor eines der wichtigsten Werbemittel. Dass seine Grösse, der Reichtum seines äusserlichen Kleides, die mehr oder weniger üppige Sprache, Gesamtumfang und Auflagenhöhe dieser Druckschrift von der Grösse, dem Vermögen, dem bisherigen Besuch, den Beziehungen des Hotels und von der Art der verschiedenen Verwendungen des Prospektes abhängen, das sind Binsenwahrheiten und auch — schwierige Fragen, über die wir uns heute nicht unterhalten wollen. Mir liegt vielmehr daran, Erfahrungen der allerletzten Zeit über den grundsätzlichen Inhalt des Prospektes — an Worten und Bildern — hier bekanntzugeben mit besonderer Berücksichtigung der Hotels in den Schweizeralpen. Nicht als ob andere nicht auch solche Erfahrungen gemacht hätten, sondern weil ich in meinem Berufe als Reise- und Sportschriftsteller viel damit zu tun habe und dabei wieder und wieder auf — nach meiner Ansicht — so grundfalsche Meinungen stosse, dass eine Aufklärung in gar keinem Fall schaden kann. Und erst recht nicht schaden kann, wenn andere, auch gegensätzliche Meinungen dadurch herauszutreten gezwungen werden. Die umstrittenen Fragen sind:

Viel, wenig, gar keine Bilder? Fotos oder Zeichnungen? Viel Text? Wenig Text? Sachlich oder „poetisch"?

Ganz allgemein kann dies damit beantwortet werden, dass die Reise, auch die reine Vergnügungsreise, heute eine Geldfrage ist. Geld heisst Geschäft. Geschäft heisst trocken-sachliche Prüfung des Angebotes. Dazu kommt, dass die Menschen und zumal die Städter von heute überhaupt mehr als sachlich eingestellt sind in solchen Dingen. Auch der sehr begüterte Gast rechnet heute (ganz abgesehen davon, dass viele nur durch das „Rechnen" begütert wurden); das beweist das Abwandern vieler solcher Gäste in das im Rang nächst tiefere Hotel.

Folglich: der Hotelprospekt muss sachlich klar sein, in Wort und Bild.

Im gleichen Masse wie die Sachlichkeit wuchs aber auch der Geschmack einerseits und die Freude am einfach „Schönen", ja Romantischen, als Gegengewicht zur rechnerischen und sportlichen Sachlichkeit. Ich brauche nur auf den Hang zum romantischen Wandern (auch des Autotouristen!) hinzuweisen oder auf den vermehrten Absatz phantastischer, mystischer und romantischer Schriften (neben den „Tatsachenberichten", den über alles beliebten, oder den Lebensbeschreibungen usw.).

Folglich: der Prospekt muss auch „schön", geschmackvoll sein, er muss der sportlichen Romantik Rechnung tragen.

Die Bilder.

Bilder müssen drin sein, und zwar so viele, dass sich der Gast zum allermindesten von der Landschaft, dem Ort, der Stadt, am besten auch von der Lage und Art des Hauses einen wirklichen Begriff machen kann. Der äusserst misstrauische Gast wird dabei eine Foto stets der Zeichnung und dem bunten (oft reichlich kitschigen) Aquarell des Prospektemalers vorziehen.

Auch das Umschlag- oder Aussenbild (Titelbild) soll nicht irgend ein unvorstellbares Etwas sein, sondern wahr, am besten aus der Landschaft, dem Volksleben, der Eigenart der Gegend. Irgend ein — oft schon recht abgeklappertes Sportbild ist genau so wertlos wie die ewige Badejungfer auf dem Plakat. Deshalb braucht das alles nicht trocken und leer zu sein. Es ist das Geschick des „Prospektedichters" einerseits und des künstlerischen Leiters der Druckerei anderseits, die hier entscheiden. Häuser mit originellen Innenräumen, berühmten getäferten oft alten Stuben (Bierstube, Schwemme, Keller u. a. m.), mit alten gewölbten Gängen, Möbeln und dergleichen können hier diese Eigenart ausnützen und dabei der „Romantik" Rechnung tragen.

Immer werbend sind hübsche Fensterblicke oder vom Balkon ins Grüne, auf den See, das Gebirge. Man bedenke, der Gast kommt meist aus der Stadt, aus der Enge, aus dem Tiefland. Ein Zimmer, in dessen Fenster ein Schneeberg hereinleuchtet, oder ein Balkon mit Sonne und Seeblick ist ein Traumland für ihn.

Die Sachlichkeit kann durch ein gutes Bild eines Zimmers (Innenaufnahme) befriedigt werden, muss aber dem Durchschnitt entsprechen und nicht das einzige Paradezimmer „mit allen Schikanen" sein, deren Fehlen die Schikanen der anderen Räume sind! Die Leute schauen scharf hin. Dagegen kann man das Bild des Speisesaales mit den fabelhaft gedeckten Tischen (drei Gläser usw.) ruhig weglassen und dafür viel lieber ein Bild von der Älplerchilbi oder dem Schwingfest hinein nehmen, das zieht viel mehr!

Keinesfalls — ich betone es nochmals! — als Titelbild ein Phantasiegemälde mit meerblauem Enzian oder süss lockender Badenixe. Auf dem Papier ist das nur für eine ganz kleine Gruppe naiver Schwärmlinge verführend genug. Allerdings — es gibt kleinere Betriebe, die fast nur von solchen sehr naiven Gästen leben. Aber sie bilden doch eine Ausnahme heute. Und schliesslich ist es ein ganz anderes, ob ein berühmtes Hotel ersten Ranges sich eine üppige Fassade zulegt und künstlerisch gestalten lässt, oder eine kleine Pension. Dies Erstklasshotel darf als Ausnahme eine künstlerische Ausstattung seines Prospektes wagen, muss aber daneben der Sachlichkeit und Wirklichkeit noch immer genug Raum gewähren; denn wenn auch der sehr reiche Gast bei dem Hotel I. Ranges und anerkannten Rufes den höchsten Grad von Bequemlichkeit und Geschmack voraussetzt, so will er doch keine Katze im Sack kaufen, er erst recht nicht für sein vieles Geld!

Wird eine künstlerische Ausstattung durch Bilder nach Zeichnungen oder Gemälden gewagt, so kann nur das Allerbeste, nur wahre Kunst dienen, ja sie kann es dann u. U. hervorragend, indem man z. B. ein nicht nur allbekanntes, sondern auch vielbeliebtes Gemälde eines berühmten Künstlers verwertet und so diese Berühmtheit von Bild, Maler und Landschaft oder Gegenstand (Volksbrauch, Typ eines Einheimischen usw.) ausnützt.

Bei weiser Beschränkung kann hier auch das kleine und mittlere Haus zupacken und einmal etwas anderes als den ewigen „Falter" hinaussenden, z. B. einfach eine schöne farbige Postkarte, Vielfarbendruck nach einem berühmten und sehr charakteristischen Gemälde oder alten handkolorierten Stich (Motiv einerlei) aus der Gegend.

Auf der Rückseite lässt man ein paar wohlabgewogene freundliche, sachlich genügend aufklärende Sätze aufdrucken, unterschreibt von Hand und — schickt sie als Postkarten-Drucksache (5 Rappen), nicht aber in Umschlag, an alle früheren Gäste und „Interessenten". Die Idee ist vielleicht nicht neu. Aber des Versuches wert. Man muss natürlich in der Kunst sich ein wenig auskennen, fachkundigen Rat anhören und — befolgen.

Hotellerie und Wirtschaft

(Korrespondenz aus Mitgliederkreisen S.H.V.)

Wieviel ist in letzter Zeit geschrieben worden über die bedenkliche Fremdenverkehrsschrumpfung und die daraus entstandene Finanzlage der Schweizerischen Hotellerie! Wir wollen hier nicht wiederholen, mit welchen Existenzschwierigkeiten diese unsere Landesindustrie zu kämpfen hat, welche Opfer sie von Jahr zu Jahr neu auf sich nehmen muss, sondern uns bloss fragen: ob und wann überhaupt dieser Rückgang zum Stillstand kommen wird. Die Saison-Schnellzüge laufen seit geraumer Zeit; brachten sie letzten Sommer noch etwelchen erfreulichen Gästezustrom, so treffen sie heute mit leeren Waggons ein. Zu Hunderten stehen an den Bahnhöfen der grossen Fremdenplätze die Hotelportiers in Reih und Glied; doch wenn die Züge einfahren: immer dasselbe Bild — an den Fingern sind die Arrivées abzuzählen.

Im Vergleich zum letzten Jahr sind die Ausfälle enorm. Selbst Badekurorte, die doch eine Anziehungskraft besonderer Art aufweisen wie Schuls-Tarasp und Ragaz, um nur einige wenige zu nennen, weisen eine ganz bedenkliche Leere auf. Landesteile wie Graubünden, deren wirtschaftliche Struktur ganz vom Fremdenverkehr abhängt und die bis anhin schon das Höchstmass an Opfern auf sich nehmen mussten, stehen nachgerade vor einem wirtschaftlichen Zusammenbruch, wenn dieser Zustand andauert.

Die Hotellerie lebt und stirbt mit der Weltwirtschaft. Sie ist aber auch eines der grössten Opfer unserer widersinnigen Weltwirtschaft und wird auch keinen normalen Zustand erleben, solange die Wirtschaft nicht in andere Bahnen gelenkt wird.

Ursache und Wirkung sind in der Öffentlichkeit schon oft beleuchtet worden. Die Hauptursache an allem und Veranlassung der chaotischen Wirtschaftszustände ist die gigantische Verschuldung der Völker. Wenn einzelne Staaten es verstanden haben, durch inflationistische und andere Massnahmen das absolute Schuldenmass verhältnismässig niedrig zu halten, so war dies eben nur möglich dadurch, dass man der Wirtschaft Daumenschrauben anlegte und ganz bedeutende Eingriffe in den freien Verkehr vornahm. Man denke nur an die Einkaufsbeschränkungen aller Art, an die Schutzzölle, Sperrzölle usw.

Nach den vielen Eingriffen der Staaten hat die allgemeine Wirtschaft heute aufgehört, eine private Sache zu sein; sie ist vielmehr eine direkte Staatsangelegenheit geworden. Solange man aber noch — wie bei uns — von einer Privatwirtschaft spricht, sollte man sich darüber klar sein, dass diese ohne ein bestimmtes Mass von Freiheit eben nicht gedeihen kann. Die schweiz. Hotellerie wird durch diese staatlichen Wirtschaftsregelungen direkt in Mitleidenschaft gezogen, ohne die ihr gebührende Sonderberücksichtigung zu finden. Dies beweist ja nur zu deutlich die Entwicklung nach unten der letzten Jahre und der stete Niedergang des internationalen Reiseverkehrs. Wenn man die Sache näher untersucht, so kommt man zur Konstatierung, dass es sich bei diesen Massnahmen der meisten Staaten viel weniger um die eigentliche Gesundung der Wirtschaft als um andere Dinge handelt. Die schöne Zeit des Freihandels scheint wohl für ewig begraben zu sein, denn mehr und mehr wickelt sich der gesamte Warenverkehr fast überall in einer nationalgeordneten Wirtschaft ab.

Nichts dürfte aber gefährlicher sein als eine Politik der wirtschaftlichen Unabhängigkeit und des Abschlusses nach aussen. Allerdings behaupten die Anhänger der Protektionswirtschaft, dass unsere hohen Zölle das beste Mittel zur Aufrechterhaltung unseres Lebensstandardes seien. Sie vergessen aber dabei, dass herausgehende Waren schliesslich nur durch hereinkommende bezahlt werden können. Die Politik der Schutzzölle und Einfuhrbeschränkungen ist, allerdings nicht nur bei uns, bis zum Extremen getrieben worden, die Auswirkungen davon hat die Hotellerie in erster Linie zu spüren bekommen und sie trugen viel dazu bei, dass die wirtschaftliche Grundlage schwer erschüttert wurde. Ge-

wissermassen sind unsere Schutzzölle und Einfuhrbeschränkungen zu Sperrmassnahmen geworden, so dass ein Ausgleich zwischen Landwirtschaft einerseits und der Industrie anderseits nicht mehr möglich wurde. Diese Unausgeglichenheit hat dann auch noch dazu geführt, dass insbesondere der Landwirtschaft Millionen und Millionen zur Verfügung gestellt werden mussten. Niedrigere Zolltarife und der Abbau der Kontingentierungen würden aber für bestimmte Bedarfsartikel bestimmt grössere Umsätze und Einnahmen bringen und der Inlandproduktion trotzdem noch genügend Schutz bieten. Gleichzeitig aber würde es z. B. Deutschland möglich werden, einen Teil der Schulden in Warenlieferungen abzutragen und damit die Wirtschaftsregelung zugunsten der Hotellerie zu erleichtern. Schliesslich erhält der Staat Zölle nur von Waren, die eingeführt werden und nicht von solchen, die der zu hohen Belastung und Einfuhrbeschränkung wegen nicht eingeholt werden können. Wenn wir einen normalen Markt für landwirtschaftliche Produkte erhielten, dürften ausserdem grosse Summen an Subventionen wegfallen, gleichzeitig aber ein Ausgleich in der Preisgestaltung für die Hotellerie erreicht werden. Die Bestrebung zur Belebung des Handels im Sinne des Ausgleichs von Ausfuhr und Einfuhr ist daher eine Notwendigkeit im Hinblick auf die Gesundung des Reiseverkehrs und damit der gesamten Wirtschaft. Auf alle Fälle aber wäre es von grösstem Nutzen, einmal genau zu wissen, nach welcher Richtung die schweizerische Wirtschafts-Politik zielt? Das Bestehen der Hotellerie hängt zum Grossteil davon ab.

P. B.

Landesausstellung Zürich

(E. Br.) Erinnern wir uns daran, dass die im besten Andenken stehende Berner-Landesausstellung vom Jahre 1914 trotz Krieg und Mobilisation eine Besucherzahl von vier Millionen aufwies, so heben sich sofort die Zusammenhänge zwischen der kommenden Veranstaltung vom Jahre 1939 in Zürich und dem schweizerischen Gastgewerbe ab. Die Hotellerie hat also ein grosses Interesse an dieser Ausstellung. Deren Budget rechnet vorsichtshalber mit nur zwei Millionen zahlenden Besuchern.

Organisatorisch wird freilich die kommende Landesausstellung nicht in den Fusstapfen des Berner-Unternehmens wandeln. Das ist leicht zu verstehen. Damals kannte man in der Schweiz nur die Ausstellungen an sich. Sie waren Plattform für Neuheiten. Sie stellten das Bindeglied zwischen Fabrikant und Konsument auf der einen Seite und zwischen Fabrikant und Wiederverkäufer auf der andern Seite her. Letztere Funktion haben zwischenzeitig die Mustermesse in Basel, das Comptoir in Lausanne und der Automobilsalon in Genf übernommen. Wir können in Zürich nicht eine erweiterte Mustermesse veranstalten! Von der traditionellen Unterteilung nach Branchen wird man abgehen müssen. Die Parole lautet bekanntlich: „Thematische Ausstellung". Das heisst, dass man zahlreiche, die Allgemeinheit interessierende Themen in lebendiger und instruktiver Weise behandelt und in diesem Rahmen möglichst der gesamten schweizerischen Wirtschaft Gelegenheit gibt, ihre Leistungen der grossen Masse vorzuführen. In der Gruppe „Recht, Sozialwissenschaft, Politik" wird sich z. B. eine anschauliche Darstellung „Woher kommen die Steuergelder und wohin gehen sie?" unterbringen lassen und sicher viel Interesse erwecken.

Die Entwicklung des Badewesens und „Die Alpen in alter und neuer Zeit" sind Themen, welche die Hotellerie näher berühren. Es heisst, dass ebenfalls die elektrische Energieerzeugung und der Aufbau der Tarife zur Darstellung gelangen soll. In diesem Rahmen wird sich ebenfalls Gelegenheit bieten, prächtige Landschaftsbilder zu zeigen. Man denke nur an die Elektrizitätswerke in Ritom, bei Vernayaz, an der Handeck usw. Es liegt in der Natur einer solchen thematischen Aufmachung, dass die massgebenden Ausstellungsinstanzen tunlichst mit den Berufsverbänden verkehren und nicht mit den Einzelmitgliedern. Denn die Leistung der Branche interessiert in erster Linie und ihr hat sich das private Interesse unterzuordnen. Das mag für manche nicht angenehm sein. Aber dieses Vorgehen ist nun einmal durch die Verhältnisse bedingt. Und die Verhältnisse sind nicht willkürlich geschaffen, sondern drängen sich geradezu auf, wenn die Ausstellung die nötige Beachtung finden soll und wenn man vermeiden will, dass das Publikum nach den ersten Tagen enttäuscht verkündet: „Das haben wir ja alles längst in Basel, Paris und Brüssel gesehen!" Man weiss, wie sehr Brüssel enttäuschte (wobei ich keineswegs den Schweizerpavillon im Auge habe), weil es nur eine Materialansammlung ohne instruktiven Charakter und ohne Spitzenleistungen zeigte. Man weiss, dass auch die Kolonialausstellung in Paris (1931) nicht frei von Enttäuschungen war, weil sie ins Uferlose ging bzw. jeder Standgeldzahler Aussteller sein konnte. Solche Entgleisungen müssen wir vermeiden. Wir müssen uns auf eine wesensverschiedene Veranstaltung umstellen.

Die internationale Propaganda für die Zürcher-Ausstellung soll auf sehr breiter Grundlage erfolgen. Diese Propaganda wird unmittelbar auch eine Werbung für die Hotellerie bedeuten. Wir können uns auf ein grosses Besucherkontingent aus dem Ausland gefasst machen. An den am Touristenverkehr interessierten Instanzen wird es nun sein, rechtzeitig die erforderliche Sonderpropaganda zu inszenieren, damit die vielen Ausstellungsbesucher nicht nur den Weg von der Grenze nach Zürich und zurück finden. Die Ausstellung findet bekanntlich erst im Jahre 1939 statt. Man hat also Zeit. Wichtig aber ist, dass die Propaganda die traditionellen Bahnen verlässt und neue Wege sucht. Einst war die Schweiz das Touristenland par excellence. Heute muss sie diese Stellung mit etlichen andern Staaten teilen. Vor allem muss sich die Propaganda gegen die Parole der „teuren Schweiz" richten. Dieses Schlagwort wird im Ausland immer wieder gegen die Schweiz vorgebracht. Erst kürzlich sagte mir ein deutscher Lehrer, dass er früher seine Ferien stets in der Schweiz zugebracht habe, nun aber nach dem billigen Jugoslawien gehe. Wir dürfen wohl auch die ausländischen Wünsche, die niedrigern Preise durch grössere Einfachheit zu erzielen, nicht zu sehr ignorieren.

Der Schreiber dieser Zeilen nahm kürzlich an einer Pressefahrt teil, zu welcher die sächsische Regierung Pressevertreter aus 15 Staaten eingeladen hatte. Überall waren wir Gäste der besuchten Ortschaften. Überall wurden wir gefeiert. Aber das Essen umfasste stets nur die Suppe, einen zweimal servierten Hauptgang und das Dessert. Es ging auch so ganz gut, wir waren alle recht zufrieden. Man zeigte uns nicht nur die sächsische Landschaft, sondern ebenfalls die Herstellung des Meissener-Porzellans. Man führte uns durch Fabriken, durch Heimbetriebe der erzgebirgischen Spielwarenindustrie. Man servierte uns sächsische Weine und Liqueure. Man schenkte uns als Erinnerung sächsische Gewebe, Kunstblumen, Serviettenringe aus Zinn des Bergwerkes von Altenberg. Man zeigte uns Trachtenmädchen in der Lausitz und im Erzgebirge. Dabei wurde nichts propagiert, sondern alles nur gezeigt. Aber diese dreitägige Schau machte uns mit Volksleben, Industrie, Hotellerie, Volkskunst und Landschaft bekannt. Es war ein Erfassen des gesamten Gebietes. Eine Analogie zur italienischen Abteilung der Leipzigermesse, die 600 Quadratmeter bedeckte und unter Ausschaltung von Privatfirmen als Kollektivität auftrat, die für das **ganze Land** Propaganda machte. Für die Zigarren wie für die Früchte; für die Blumen wie für die Wintersportorte. Für die Kunststätten wie für die Autostrassen. Für die regionalen Trachten wie für die gastronomischen Spezialitäten. Jedem Besucher stund es frei, den italienischen Hotelführer mitzunehmen. Jeder Dame wurden zwei Nelken überreicht, geschmackvoll zusammengebunden und mit einer Etikette versehen: „Herzliche Grüsse aus der italienischen Riviera und eine warme Einladung, dies paradiesische Küstenland zu besuchen." Bedenkt man, dass die Abteilung von etlichen hunderttausend Personen besucht wurde, so kann man sich einen Begriff vom Umfang dieser originellen Blumenpropaganda machen!

Die Sachsenfahrt und die italienische Ausstellung sind hier nur erwähnt, um an Hand der Praxis zu zeigen, welche Wege heute die Propaganda geht und wie ein Land nicht mehr lediglich mit der Altehrwürdigkeit, den landschaftlichen Reizen und den Sportplätzen werben kann. Man muss sich auch an Ausstellungen nicht scheuen, in der Werbung originell zu sein und neue Wege zu betreten.

Im Organisationskomitee der Landes-Ausstellung, das aus 26 Mitgliedern besteht, sind folgende Herren aus Kreisen des Gastgewerbes und des Verkehrs vertreten: Direktor Bittel von der Schweiz. Verkehrszentrale, Dr. Cottier, Kreisdirektor III der S.B.B., C. Müller-Munz, Restaurateur, Zürich, und Dr. C. Staehelin, Präsident des Verkehrsvereins Zürich. Das Organisationskomitee ist der eigentliche verantwortliche Träger des Unternehmens.

Für die Landesausstellung des Jahres 1914 wurde die Organisation bereits sechs Jahre vorher geschaffen. Für die nächste Ausstellung verfügen wir nur über halb so viel Zeit. Immerhin reicht sie, um sich auch in der Hotellerie genügend vorzubereiten. Aber man muss ohne Verzug an die Aufgabe herantreten und vor allem eine vielseitige Propaganda inszenieren, die — das sei nachgetragen — auch an unsern technischen Musteranlagen nicht vorbeigehen darf. Es mag einem spätern Aufsatz vorbehalten sein, auf einige propagandistische Richtlinien noch näher einzutreten.

Der Fremdenverkehr in der Schweiz im Mai 1936

(Mitget. vom Eidgenössischen Statistischen Amt)

Im Berichtsmonat wurden von 6240 Betrieben (Vorjahr 6142) mit 137000 Gastbetten (136900) 222000 Arrivées (211000) und 832000 Logiernächte (856000) gemeldet. Gegenüber dem Vorjahre hat also die Zahl der Ankünfte um 5,5 Prozent zugenommen; die Zahl der Übernachtungen dagegen ist um 2,7 Prozent gesunken.

	Arrivées		Logiernächte	
Wohnland	Mai 1935	Mai 1936	Mai 1935	Mai 1936
Inland .	141282	147533	536364	529158
Ausland .	69279	74688	319247	303179
Zusammen	210561	222221	855611	832337

Der Pfingstverkehr, der letztes Jahr in den Monat Juni fiel, vermochte somit nur die Zahl der Arrivées etwas zu erhöhen. Am Rückgang der Übernachtungen sind die Auslandgäste wieder stärker beteiligt als die Inlandgäste. Die durchschnittliche Bettenbesetzung sank für die ganze Schweiz von 20,2 auf 19,6 Prozent.

Von den Fremdengebieten interessieren während des Frühjahres vor allem der Tessin und die Gegend am Genfersee. Aus dem Tessin wurden über 30000 Übernachtungen — davon 22000 von Auslandgästen — weniger gemeldet als im Vorjahre. Die durchschnittliche Bettenbesetzung sank von 32 auf 25 Prozent. Im Gegensatz zum Tessin waren die Gaststätten im Genferseegebiet, die weniger von Gästen aus Deutschland besucht werden, besser besetzt als im Vorjahre; die Zahl der Logiernächte der Auslandgäste stieg sogar um 9500.

Kleine Chronik

St. Gallen. Wie man uns mitteilt, ist das Hotel Walhalla-Terminus in St. Gallen wegen grösseren Renovationen für ca. zwei Monate geschlossen worden. Dagegen bleiben sämtliche Restaurations-Lokale geöffnet.

Mitgliederbewegung — Mouvement des membres

Neuanmeldungen.
Demandes d'admission.

	Betten Lits
M. Emile Gamon, Hôtel de la Tête-Noire, Fribourg	20
Hr. Julius A. Riedweg, Direktor, Hotel Bellevue-Kurhaus, Gstaad	80
Frl. Lydia Lanz, Pension Guntenmatt, Gunten	20
Hr. Peter Reber, Hotel Reber au Lac, Locarno.	120
Hr. Otto Franz Helfenstein, Hotel du Pont, Luzern	35
Hr. Peter Tschudi, Ski- und Touristenhaus „Ortstock", Schwanden (Glarus)	10
Hr. Alois Marty-Horlacher, Hotel Terminus, Spiez	P.M.
Hr. Albert Bohren, Hotel Falken, Thun	60
Hr. Willy Seiler, Hotel Bristol, Wengen	45
Hr. Arthur Kolb, Sport-Hotel Krone, Zweisimmen	80
Hr. Ferdinand Zimmerli, Direktor, Hotel Laurino, Bolzano	P.M.

Todes-Anzeige

Den verehrlichen Vereinsmitgliedern machen wir hiemit die Mitteilung, dass unser Mitglied

Herr

Gottfried Ammann

Kurhaus Belsito, Lugano-Cademario

am 12. Juli im Alter von 63 Jahren gestorben ist.

Indem wir Ihnen hievon Kenntnis geben, bitten wir, dem verstorbenen Kollegen ein ehrendes Andenken zu bewahren.

Namens des Zentralvorstandes
Der Zentralpräsident:
Dr. H. Seiler.

Zur Bundesfeier-Sammlung

Die Aufgaben der Tuberkulosebekämpfung.

Die Tuberkulosesterblichkeit ist in den letzten 25 Jahren um mehr als die Hälfte zurückgegangen. Vieles bleibt zu tun übrig, denn diese Krankheit fordert in der Schweiz immer noch 4000 Menschenleben pro Jahr und die Zahl der behandlungsbedürftigen Tuberkulosen muss mit 40—45000 beziffert werden. Der Ausfall an Nationalvermögen, den die Schweiz dadurch erleidet, dass sich die Tuberkulose ihre Opfer vorwiegend im erwerbsfähigen Alter holt, beträgt pro Jahr noch mindestens 100 Millionen Franken.

Die fortschreitende Erkenntnis über Ursache, Entstehung und Verlauf der Tuberkulose ergab, dass nur durch Vorbeugen eine erfolgreiche Bekämpfung dieser Volksseuche möglich sei. Diese Tatsache führte zur Gründung der kantonalen und lokalen antituberkulösen Organisationen und zur Schaffung von Tuberkulose-Fürsorgestellen. Durch das 1928 in Kraft getretene eidgenössische Tuberkulosegesetz fanden der Kampf gegen die Tuberkulose seine gesetzliche Verankerung und die antituberkulösen Ligen ihre öffentliche Anerkennung.

In allen zivilisierten Ländern gilt heute die Fürsorgestelle als das Zentrum der ganzen antituberkulösen Bewegung. Von hier gehen alle notwendigen Anordnungen aus. Der eine Kranke muss für Monate in ein Sanatorium versorgt werden, ein anderer soll einen Platz im Spital finden, ein dritter kommt aus der Heilstätte zurück, ist voll arbeitsfähig, muss aber ärztlich überwacht werden, um Rückfälle zu verhüten, ein weiterer muss erst in einer Arbeitsheilstätte auf die Tragfähigkeit seines klinischen Resultates geprüft werden.

Die Hauptsache aber ist, dass wir mit dem Kranken zugleich seine Familie und alle diejenigen, mit denen er ständig in Kontakt war, in die Obhut der Fürsorgestelle nehmen. Es ist die vornehmste Aufgabe der Fürsorgestelle, bei jedem Erkrankungsfall abzuklären, ob Personen seiner Umgebung bereits ebenfalls Symptome zeigen oder gefährdet sind. Erfahrungsgemäss gibt es viele Tuberkulöse, bei denen der Träger sich seiner Erkrankung, mangels subjektiver Beschwerden, gar nicht bewusst ist. Grosse, unermüdliche, fortlaufende Aufklärungsarbeit ist erforderlich, um beim Patienten und seiner Umgebung das richtige Verständnis für die notwendigen Anordnungen zu finden.

Dieser Ausschnitt aus der Tätigkeit unserer Fürsorgestellen zeigt wohl deutlich, dass diese Institutionen das Zentrum des Kampfes darstellen, zeigt aber auch, welche gewaltigen materiellen Mittel bereitgestellt werden müssen, um diesen mannigfaltigen Aufgaben Genüge leisten zu können. Rund 50000 untersuchte und unterstützte Personen werden jährlich von den Fürsorgestellen betreut.

Die Bekämpfung der Tuberkulose ist eine Pflicht der Nächstenliebe gegenüber kranken oder in ihrer Gesundheit gefährdeten Mitmenschen und damit zugleich eine soziale und nationale Tat.

Mögen alle dieser Pflicht am 1. August eingedenk sein!

Schweizerische Vereinigung gegen die Tuberkulose:
Der Präsident: Dr. E. Bachmann, Zürich.

Abzeichenverkauf.

Das Bundesfeier-Komitee schreibt uns:

Auch dieses Jahr wird das Schweizerische Bundesfeier-Komitee am Bundesfeiertag, wie seit einer Reihe von Jahren, ein Abzeichen zum Verkauf bringen. Bildeten in andern Jahren Seidenstoff und Metall das Material dieser Abzeichen, so haben wir diesmal einen neuen Weg beschritten und werden dem Schweizervolk eine Plakette aus Holz zum Kaufe anbieten, eine recht gut gelungene Arbeit der notleidenden Brienzer Schnitzer, denen mit diesem grossen Auftrag (es handelt sich etwa um eine halbe Million Abzeichen) eine höchst willkommene Verdienstmöglichkeit geschaffen werden konnte. Das diesjährige Abzeichen ist aus Ahornholz geschnitzt und stellt ein auf die Spitze gestelltes Quadrat dar mit dem Schweizerkreuz auf rotem Grund, im untern Teil ein stilisierter Bergkranz mit dem Zeichen des Tuberkulosedoppelkreuzes im Mittelfeld. Ein weiss-roter Seidenbändel trägt das Datum des 1. August in drei Sprachen.

Das Abzeichen wird, wie üblich, einen Franken kosten und am Bundesfeiertage verkauft werden. Wir hoffen und glauben, dass es gefallen und freudig gekauft werde, ist es doch ein gut Stück schweizerischer Handarbeit, einfach, solid, mit liebevollem Fleiss über die Winterzeit von hunderten regsamer Hände angefertigt. Der Reingewinn aus dem Verkauf dieses Abzeichens und der zwei Bundesfeierkarten ist im Einverständnis mit dem Bundesrat für die Bekämpfung der Tuberkulose bestimmt.

Zahlreiche Helfer und Helferinnen haben sich auch dieses Jahr dem gemeinnützigen Werk unserer Sammlung mit Begeisterung zur Verfügung gestellt, die im Interesse des idealen Zweckes die Sammlung durchführen werden. Auch der Schweizer Hotelier-Verein wird, wie schon seit einer Reihe von Jahren, wiederum beim Vertrieb des Abzeichens in liebenswürdiger Weise mitwirken.

Willkommene Unterstützung

Nationalrat Ph. Schmid-Ruedin schreibt im „Schweizerischen Kaufmännischen Zentralblatt" über die Not der Hotellerie:

Der Zentralvorstand des Schweizerischen Hotelier-Verbandes hat soeben wieder auf die verzweifelte Lage der Hotellerie hingewiesen. Rührt uns dieser Notschrei nicht? Die Hotellerie ist einer der schönsten und umfassendsten Zweige unserer Volkswirtschaft. Dadurch ist die Schweiz eigentlich in der ganzen Welt bekannt geworden. Unser Gastwirtschaftsgewerbe galt als klassisch und wird auch heute die Konkurrenz mit allen Ländern aufnehmen können.

Aber die Zeitumstände haben unsere Hotellerie auf die Knie gezwungen, ich meine den fanatischen Nationalismus aller Länder, der eigene Gaststätten errichten liess und der die Ausreise der eigenen Landsleute versperrt. Ich meine auch die Mode, die Meer- und Strandbäder Trumpf werden liess, und ich meine den Geldschwund, der in den grossen und kleinen Portemonnaies grassiert.

Kann uns das Los der schweizerischen Hotellerie gleichgültig sein? Ich glaube nicht. Da muss es nicht nur bei Schützenfesten heissen: Einer für alle und alle für einen. Darum, finde ich, sollten die Eidgenossen dieses Jahr nicht in Scharen weiss Gott wohin reisen, weil es dort angeblich billiger sei. Heute kann man auch in der Schweiz mit wenig Geld prächtige Ferien erleben. Bei uns kann man sich erholen. Dies trifft nicht immer zu, wenn man ins Ausland reist, oft kehrt man abgehetzt heim. Wenn wir wirklich einmal beginnen wollen, vaterländisch zu handeln, dann könnten wir es schon diesen Sommer tun. Unsere Miteidgenossen des Gastwirtschaftsgewerbes sind uns dafür herzlich dankbar.

Schlafwagen als Hotel — Wehret den Anfängen!

Wie wir einer Mitteilung der „Weinländer-Zeitung" entnehmen, sind anlässlich des Schweiz. Pressetages von Ende Juni in Frauenfeld zur Unterbringung der Teilnehmer einige Schlafwagen herangezogen worden, da in den Frauenfelder Hotels nicht genügend Logismöglichkeiten vorhanden waren. Dieses Vorgehen hat in den Hotelierkreisen der Gegend einiges Aufsehen erregt, war es doch bisher Usus, bei derlei Veranstaltungen die Teilnehmer, die am Tagungsort nicht untergebracht werden konnten, in den Hotels der Umgebung einzuquartieren. Auch im vorliegenden Falle wäre das gewiss leicht möglich gewesen, z. B. durch Unterbringung der Presseleute in Winterthur und Nachbarschaft.

Wir erachten es als Selbstverständlichkeit, dass in derartigen Fällen bei der Logierung der Tagungsteilnehmer in erster Linie die Hotellerie berücksichtigt wird, und werden daher bei den zuständigen Organisationen Vorstellungen erheben, damit diesem Grundsatz auch ihrerseits nachgelebt wird. Es erscheint dies umso notwendiger, als nach dem eingangs erwähnten Blatt die Absicht bestehen soll, das Beispiel des letzten Pressetages auch anderwärts nachzuahmen. Die Hotellerie muss sich hier unbedingt auf den Boden des „Wehret den Anfängen" stellen.

Generalagentur für die Schweiz: Jean Haecky Import A.G., Basel

Internat. Unterscheidungszeichen der Motorfahrzeuge

Das eidg. Justiz- und Polizeidepartement hat unlängst an die Kantonsregierungen folgendes Kreisschreiben erlassen, das wir auch der Aufmerksamkeit der Hotellerie empfehlen:

Nach Art. 5, Abs. 1 des internationalen Abkommens vom 24. April 1926 über Kraftfahrzeugverkehr muss jedes Motorfahrzeug, um zum internationalen Verkehr auf öffentlichen Wegen zugelassen zu werden, mit einem auf der Rückseite augenfällig auf einer Tafel oder auf dem Fahrzeug selbst angebrachten Unterscheidungszeichen versehen sein. Dieses muss beleuchtet werden, sobald es bei Tageslicht nicht mehr erkennbar ist (Art. 3, II, Ziffer 1, des Abkommens). Gemäss Anlage C zum Abkommen besteht dieses Unterscheidungszeichen für Motorwagen aus einem länglichrunden Schilde von 30 cm Breite und 18 cm Höhe, das auf weissem Grund ein bis drei grosse lateinische Druckbuchstaben enthält. Diese müssen wenigstens 10 cm hoch sein; die Breite ihrer Striche beträgt 15 mm. Für Motorräder sind die Ausmasse der Tafel 18 mal 12 cm; die Höhe der Buchstaben beträgt 8 cm und deren Strichbreite 10 mm. Falls das Unterscheidungszeichen auf das Fahrzeug aufgemalt wird, so hat es diesen Vorschriften zu entsprechen.

Sowohl bei uns als auch vielerorts im Ausland ist es üblich geworden, das weisse Oval wegzulassen und lediglich die Buchstaben des Unterscheidungszeichens entweder in heller Farbe oder in metallener Ausführung direkt auf der Hinterseite des Fahrzeugs anzubringen. Dieser den Vorschriften des internationalen Abkommens von 1926 nicht entsprechende Zustand ist in der letzten Session des ständigen Völkerbundsausschusses für den Strassenverkehr zur Sprache gekommen. Trotzdem auch der Standpunkt vertreten wurde, dass diese aufgemalten oder metallenen Buchstaben als genügend anerkannt werden sollten, wurde beschlossen, sich dafür einzusetzen, dass im internationalen Verkehr nur noch solche Unterscheidungszeichen anerkannt werden, die den aufgezählten Bedingungen genau entsprechen. Ein schweizerischer Automobilist oder Motorradfahrer, der die Buchstaben CH nur auf der Rückseite seines Fahrzeugs aufgemalt oder in metallener Ausführung angebracht hat, oder der wohl die vorgeschriebene weisse ovale Tafel oder Bemalung führt, diese aber nachts nicht beleuchten kann, läuft deshalb auf einer Auslandreise Gefahr, Anstände mit den Grenz- oder Polizeiorganen zu haben. Es ist zu erwarten, dass einzelne Staaten künftig die Vorschriften des internationalen Abkommens von 1926 über das Unterscheidungszeichen, gestützt auf die Empfehlung des Völkerbundes, streng durchführen werden. Wir ersuchen Sie daher, dafür zu sorgen, dass die Automobilisten und Motorradfahrer Ihres Kantons Kenntnis davon erhalten. Dieses Kreisschreiben geht auch an die Automobilisten- und Motorradfahrerverbände mit dem Ersuchen, es ihren Mitgliedern bekanntzugeben. Die Experten sollen bei der Abnahme von Motorfahrzeugen, an denen dem internationalen Abkommen von 1926 nicht entsprechende Erkennungszeichen angebracht sind, den Halter darauf aufmerksam machen, dass er auf Auslandfahrten Unannehmlichkeiten zu gewärtigen hat. Bei einer Revision der Vollziehungsverordnung wird bestimmt werden, dass nur ein den Vorschriften des Abkommens von 1926 entsprechendes internationales Unterscheidungszeichen am Motorfahrzeug angebracht werden darf.

Im Inlandverkehr kann selbstverständlich ein in der Schweiz immatrikuliertes Motorfahrzeug, das kein CH-Schild aufweist oder mit vorschriftswidrigen CH-Buchstaben versehen ist, nicht beanstandet werden, da das Erkennungszeichen ja ausschliesslich für den Verkehr in andern Staaten als im Heimatland bestimmt ist. Mit Rücksicht auf den Fremdenverkehr ersuchen wir Sie aber auch, Ihre Polizeiorgane anzuweisen, ausländische Führer, deren Motorfahrzeug ein den erwähnten Vorschriften des internationalen Abkommens von 1926 nicht entsprechendes Unterscheidungszeichen aufweist, **nicht anzuzeigen.** Zur Identifizierung des Fahrzeugs genügt es, wenn die für den entsprechenden Heimatstaat vorgesehenen Buchstaben auf irgend eine Weise deutlich sichtbar auf der Rückseite angebracht sind.

Zusammenarbeit zwischen Bauernschaft u. Hotellerie

In der ersten Nummer der neuerscheinenden Zeitung „Echo der Rigi-Sonnenseite" hat der Kurverein Weggis einen beachtenswerten Aufruf an die Weggiser Bauernschaft erlassen, den wir nachfolgend in seinem Wortlaut wiedergeben:

„Ausgehend vom Bestreben, zwischen den Interessen des Weggiser Fremdenverkehrs und denen der Landwirtschaft einen vermehrten Ausgleich zu schaffen, hat der Vorstand des Kurvereins Weggis beschlossen, zu einem Vermittlungsdienst für die in Weggis erzeugten landwirtschaftlichen Produkte an die Weggiser Hotellerie Hand zu bieten.

Unser Sekretariat wird von jetzt ab, als Versuch für die Saison 1936, wöchentlich an alle Hotels und Pensionen von Weggis-Hertenstein Zirkulare versenden, in denen die Angebote der Weggiser Landwirte bekannt gegeben werden.

Als Produkte kommen vorerst nur die folgenden in Frage: Kirschen, Frühobst, Frühkartoffeln, Most, Kirsch, Träsch, Brennholz und Stauden. Also vorläufig, für diesen ersten Versuch, keine anderen als die genannten Produkte.

Wir bitten nun alle Weggiser Landwirte, die unseren Versuch unterstützen wollen, ihre Produkte unter Angabe der Qualität, ob erste oder zweite, des Preises, sowie der Telephonnummer des Produzenten (wenn nicht die eigene, dann die nächstliegende) bekanntzugeben.

Als Qualität kommt für die Hotels in der Regel die erste, also die beste, in gewissen Fällen auch die zweite in Betracht. Die Preise sollen den Zeiten entsprechend möglichst billig angesetzt werden. Man soll gegenüber den üblichen Marktpreisen in Rechnung ziehen, dass beim Absatz in der Gemeinde selbst die Fracht und andere Spesen nach auswärts wegfallen!

Es wird erwartet, dass die Weggiser Landwirte diese Aktion des Kurvereins in vollem Mass unterstützen. Der Kurverein seinerseits wird an die Weggiser Hotellerie einen warmen Appell richten, ebenfalls nach bester Möglichkeit Hand zu bieten durch rege Nachfrage und prompte Bezahlung.

Die gegenwärtigen schweren Zeiten und die allgemeine Unsicherheit der nächsten Zukunft rechtfertigen wohl mehr als je eine gemeinsame Aktion und gegenseitiges Entgegenkommen zwischen den beiden grössten Wirtschaftsgruppen unserer Gemeinde, Fremdenverkehr und Landwirtschaft. Bei beidseitigem guten Willen kann die vorgeschlagene Aktion für beide Teile Nutzen bringen. Wenn dieser erste Versuch gelingt, ist einem weiteren Ausbau freie Bahn gesprochen! Darin liegt die besondere Bedeutung dieses ersten Anlaufs!

Wir danken im voraus allen, hüben und drüben, die mit gutem Willen und tatkräftiger Mitarbeit für die gute Sache einstehen wollen!"

Es ist ausserordentlich begrüssenswert, dass der Kurverein Weggis bestrebt ist, den direkten Warenverkehr zwischen Bauer und Hotel am Platze zu fördern. Der „Weg zurück" zu den früheren Gepflogenheiten wird sich sicher wieder — wie ehemals — bewähren und dürfte im beidseitigen Interesse liegen. Oft muss ja leider heute konstatiert werden, dass die Absatzorganisation für landwirtschaftliche Produkte überspannt wurde, indem letztere zuerst die langen, kostenverteuernden Wege über Zentralen und Verbände machen müssen, bevor sie ins Hotel gelangen. Dabei erhält der Bauer weniger und der Hotelier muss die Verbandspreise, d. h. mehr bezahlen, als bei der ursprünglichen Handelsweise, beim direkten Geschäft zwischen Bauer und Hotel. — Mögen die Bestrebungen des Kurvereins Weggis von Erfolg begleitet sein und anderweitig ebenfalls Nachahmung finden, zum Nutzen der Bauern und der Hotellerie.

Die Hotelbar als Komfortbegriff

Fred Ammann, Barman im Palace Hotel, St. Moritz

Über die Bar zu schreiben, ist momentan ein sicher ungüstiger Moment. Es ist deshalb notwendig, sich die Gründe zu vergegenwärtigen, weshalb viele Bars auch bei normaler Hotelfrequenz zu geringe Umsätze aufweisen. Vor allem ist dieser Umstand den veränderten Verhältnissen zuzuschreiben, indem der heutige Hotelgast im Charakter und auch in der Lebensweise nicht mehr viel mit demjenigen vor noch acht Jahren gemein hat.

War die Bar im alten Sinne, im letzten Jahrzehnt dazu da, dem Gast zur Aperitif-Stunde und spät abends zum Whisky oder Wein als trauliche Plauschecke zu dienen, so ist dieser Begriff heute nur mehr im eleganten Erstklasshotel anwendbar. Und auch dann nur, wenn sich die Kaufkraft des Gastes erhalten hat und wenn er, der Erziehung und dem Charakter entsprechend, das Verständnis zum beschaulichen Lebensgenuss in die neue Zeit herübergerettet hat. Dem jungen Sportler, mit Ausnahme vielleicht des Engländers, ist diese Lebensweise jedenfalls unbekannt. Er entspricht mit Rücksicht auf seine neue Lebenseinstellung mit Körper und Seele dem Reformgedanken. Lebens- und Ernährungsreform zwingen den Sportler aber, sich oft nicht nur tagsüber vom Alkohol zu enthalten, sondern auch abends und sehr oft ist er ein Vor-Mitternachtsschläfer. Die prüfende Kennersitte, wie ein jahrelang im Eichenholz gereifter Tropfen aus dem Saft sonnendurchglühter, kugeliger Goldtrauben zur Kehle geführt, gekostet und bewertet wird, kennt er nicht. Er weiss nicht, dass dieses Sichhingeben an den Genuss von aus der Natur ausgesuchten und bis zur höchsten Vollkommenheit gesteigerten Schätzen, auch ein „Bar"-Begriff ist. Was er vor allem unter Bar versteht, sind hohe Stühle, lachendurchsprühte Episoden, Fancy-Drinks in den raffiniertesten Farbenzusammenstellungen und kunstvoll getürmten Fruchtgarnituren, Bridge, Poker und natürlich Tanz. Wenn dieser Gast also einmal gelegentlich in die Bar geht, dann kommt er nicht vor allem, um zu trinken, sondern um zu tanzen; und dass er nichts mit dem „wirklichen" Bargast gemein hat, wird sicher jeder Leser verstehen.

Das Sommerhotel, das glaubte, in Ermangelung der alten guten Kunden diesem neuen Zug dadurch zu entsprechen, dass es eine Tanzbar eröffnete, hat in neun von zehn Fällen gefehlt. Die Orchestergagen, Licht und Zinsen stehen in keinem Verhältnis zum Gewinn, der sich aus einer Kundschaft erzielen lässt, die erstens nur gelegentlich und dann vorwiegend alkoholfrei trinkt. Als weiterer Faktor mag der Umstand die Rendite der Sommerbar benachteiligen, dass die Ernährung im Sommer eine wesentlich andere, bzw. leichtere ist als im Winter und so Aperitife und Digestife weit weniger genossen werden.

Wie Nacht und Tag kann sich der Sportler im Winter zur Bar stellen. Die langen Abende, das Mitgerissenwerden und das Heimeligwarme der Wintersport-Bar haben es in sich, den Sportler täglich und mehrmals die Bar aufsuchen zu lassen. Auch sei nicht vergessen, dass sich der Wintergast eher vor seiner Ankunft ein Budget für die Bar vorreserviert als der Sommergast, der über unsere Berge keucht oder in den kristallklaren Seen planscht. Daher kann ein oft sehr reservierter Sommersportler im Winter im fröhlichen Barbetrieb aufleben und sich als durchschnittlicher bis guter Bargast entwickeln. Obwohl wir nicht von der Wintersport-Bar sprechen möchten, sind diese Feststellungen notwendig, um vor allem den Hotelier auf den wesentlichen Unterschied von Sommer und Winter in der Bar aufmerksam zu machen.

Die Bar als Komfortbegriff ist nach unserer Auffassung die notwendige Möglichkeit, dem guten, kaufkräftigen Hotelgast einen restlos befriedigenden „Indoor"-Ferienaufenthalt zu bieten. Für das Hotel, das anstrebt, nicht nur Logierhaus zu sein, stellt sich die Aufgabe, beide Begriffe, den Indoor- und den Open-air-Komfort, mit der gleichen Sorgfältigkeit ins Auge zu fassen. Zur „äussern" Annehmlichkeitssteigerung zählen eine schöne Aussicht, ebensolche Umgebung, Park, Kinderspielplatz und Sportgelegenheiten. Für die von Petrus gesegneten Tage hält der Hotelier eine „mollige" Halle, gute Fauteuils, Zeitschriften, Tischspiele und eben eine „Bar" bereit. Diese Stätte entspricht denn auch — und zwar vorwiegend im vornehmen Haus — der stilreinen Bar, wie sie in ihrer Ursprungsform in allen Städten und Modeplätzen der eleganten Welt bekannt ist. Sicher wird es Leser geben, die sich des Gastes entsinnen, der ausser jeweils vor den Mahlzeiten auch abends die Bar aufsucht, sich dann ruhig in eine Ecke setzt und bei zwei, drei Whiskies ein Buch liest. Dieser Mensch, dem grosse Lebenskunst zugeschrieben werden muss, wird sicher einen genussreichen Abend verlebt haben. Der Wohlerzogene wird auch in Gesellschaft den Abend angenehm plaudernd verkürzen können. Ein Dritter schliesslich mag es vorziehen, am Bartisch mit dem Bartender einige Worte zu wechseln, und wenn Letzterer genügend fachgewandt ist, das heisst über die nötige Kinderstube und Lebensgewandtheit verfügt, so kann sich am Schluss des Abends auch dieser Dritte als guter, kaufkräftiger und, was wichtig ist, als wiederkommender Bargast erwiesen haben.

In diesem Fall ist die Bar das gesellschaftliche Herz und würde sie fehlen, dann wäre dem Hotel eine gewisse Leere nicht abzusprechen. Der gute Gast wird somit diesen „Komfort" dankbar entgegennehmen und gebrauchen. Die Bar wird ihm daher, je nach Umständen mehr bedeuten als ein Hausorchester — sie kann letzteres sogar ersetzen. Im Hotel, das weitab vom Verkehr oder sonstwie isoliert liegt, wird dem erkenntlichen Gast die Bar das Kino, den Kursaal oder das Kaffeehaus ersetzen. Zudem ist nicht unwesentlich, dass er dann nicht nur Pensions- oder Logiergast ist, sondern vollwertiger Hotelgast, dessen kleine Nebenausgaben voll und ganz dem Hotel zufliessen.

Wir kommen nach all dem Gesagten zum Schluss, dass eine Bar jedenfalls auch heute noch modern ist und dass sie unter den entsprechenden Voraussetzungen nötig ist, um in ihrem Vorhandensein den Komfort eines Hotels effektiv zu erhöhen. Wenn auch als Bedingung festliegt, dass die Bar im Charakter dem Hotel angepasst sein muss, so darf der notwendige psychologische Entscheid vor allem nicht fehlen, um urteilen zu können, wo eine Bar hingehört und wo nicht.

FRAGE UND ANTWORT

32. Frage: Vor zwei Jahren bin ich durch die Überredungskunst eines Acquisiteurs überrumpelt worden und habe einen dreijährigen Insertionsauftrag für eine ausländische Zeitschrift aufgegeben. Für den Vertragsabschluss war ausschlaggebend, dass der Acquisiteur mündlich die Organisation von Pauschalreisen in Aussicht stellte und versprach, Gäste zuzuweisen. Während ich durch Abnahme der entsprechenden Inserate meinen Verpflichtungen nachgekommen bin, hat mir der Verlag bis heute noch keinen einzigen Gast zugewiesen. Das Inserieren in der betreffenden Zeitschrift halte ich überhaupt für vollständig wertlos. Kann ich die Annullierung der noch abzunehmenden Inserate verlangen?

Antwort: Wie wir aus dem uns zugesandten Vertragsabschluss ersehen, ist die Zuweisung von Gästen nicht zu einem Bestandteil des Vertrages gemacht worden; zudem steht in dem Vertrage die Klausel, dass mündliche Abreden keine Gültigkeit haben. Aber auch ohne diese Klausel könnten Sie keine Einwendungen machen, da Ihnen der Vertreter nur die Möglichkeit der Zuweisung von Gästen in Aussicht stellte, ohne sich dabei vertraglich zu binden. Für eine Anullierung des Vertrages fehlen deshalb die rechtlichen Voraussetzungen. Was die Erfolglosigkeit der Inserate anbetrifft, so ist zu sagen, dass bei einem Insertionsvertrag der Verleger sich verpflichtet, die Inserate nach den getroffenen Abmachungen, in der vereinbarten Aufmachung etc. erscheinen zu lassen und damit ist von seiner Seite der Vertrag erfüllt, sofern in letzterem nicht noch besondere Nebenbestimmungen enthalten sind. Ob dann die Inserate in bezug auf Werbung von Gästen Erfolg haben oder nicht, berührt den Vertrag in keiner Weise. Aus diesem Grunde kann deshalb der Vertrag ebenfalls nicht annulliert werden. Die einzige Möglichkeit besteht, durch gütliche Unterhandlungen ein Entgegenkommen, d. h. die Aufhebung des Vertrages zu erreichen.

Wir müssen in bezug auf Insertionsofferten von Acquisiteuren ausländischer unbekannter Firmen immer wieder empfehlen, prinzipiell eine Bedenkzeit von einigen Tagen zu verlangen, bevor ein Vertragsabschluss unterschrieben wird. Lassen Sie alles, was Sie wünschen und was man Ihnen verspricht, sofort schriftlich im Vertrag bestätigen. Besser noch, senden Sie die Unterlagen zuerst dem Zentralbureau des S. H. V. ein, von wo man Sie gern beraten wird. Sie werden sich so am besten vor einer Überrumpelung und Schaden bewahren können. Lassen Sie sich auch nicht zum Vertragsabschluss verleiten durch vorgewiesene Aufträge anderer Hotels, vielleicht sind Ihre Kollegen auch nur überrumpelt und Opfer der Überredungskunst geworden.

Marktmeldungen der Wirtschaftl. Beratungsstelle S.H.V.

I. Gemüsemarkt: Spinat per kg 40—50 Rp.; Rhabarber per kg 20—30 Rp.; Weisskabis per kg 30—35 Rp.; Kohl per kg 35—45 Rp.; Kohlrabi per drei Stück 20—30 Rp.; Blumenkohl gross per Stück 65—85 Rp.; Blumenkohl mittel per Stück 50—60 Rp.; Blumenkohl klein per Stück 35 bis 45 Rp.; Kopfsalat gross per Stück (zirka 300 g) 10—15 Rp.; Karotten per kg 40—50 Rp.; Zwiebeln per kg 30—40 Rp.; Lauch per kg 40—50 Rp.; Kartoffeln neue per kg 25—35 Rp.; Kiefelerbsen per kg 55—60 Rp.; Auskernerbsen per kg 50—60 Rp.; Bohnen feine per kg 65—70 Rp.; Tomaten ausländische per kg 60—70 Rp.; Gurken grosse per Stück 35—50 Rp.

II. Früchtemarkt: Pflaumen per kg 60 bis 70 Rp.; Aprikosen per kg 60—70 Rp.; Pfirsische grosse per kg 80—100 Rp.; Kirschen per kg 60—70 Rp.; Himbeeren per kg 90—110 Rp.; Erdbeeren per kg 100—110 Rp.; Heidelbeeren per kg 80—90 Rp.; Johannisbeeren per kg 60 bis 70 Rp.; Äpfel ausländische per kg 70—90 Rp.; Birnen ausländische per kg 75—95 Rp.; Bluorangen per kg 50—60 Rp.; Orangen gewöhnliche per kg 40—50 Rp.; Zitronen per Stück 4—6 Rp.; Bananen per kg 110—120 Rp.

III. Eiermarkt: Trinkeier per Stück 12 Rp.; gewöhnliche Eier per Stück 10—11 Rp.; ausländische Eier per Stück 9—10 Rp.; alles Grösse 53—60 Gramm, leichtere Ware billiger.

Vorläufig noch keine Erhöhung des Schachtelkäspreises.

Das Eidgenössische Volkswirtschaftsdepartement teilt mit: „Kürzlich hat der Zentralverband Schweizerischer Milchproduzenten die Preise für Laibkäse zur Schachtelkäsefabrikation erhöht. Der Verband Schweizerischer Emmentaler Schachtelkäsefabrikanten ist hierauf beim Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartement vorstellig geworden. Die Fabrikanten wiesen darauf hin, dass der Aufschlag für sie nicht tragbar sei und sie gezwungen wären, eine Erhöhung ihrer Verkaufspreise im Ausmass der Verteuerung des Rohproduktes vorzunehmen. Das Volkswirtschaftsdepartement hat nun, gestützt auf die Verordnung vom 29. Juni 1936 betreffend die Überwachung von Warenpreisen eine Verfügung erlassen, wonach bis auf weiteres die bisherigen Preise für Schachtelkäse nicht erhöht werden dürfen. Die vom Verband der Schachtelkäsefabrikanten vom 15. Januar 1936 für das Inland festgesetzten Preise dürfen daher bis auf weiteres nicht überschritten werden. Desgleichen ist in den Detailgeschäften bis auf weiteres jede Erhöhung der bisher für Schachtelkäse verlangten Preise unzulässig. Die Verfügung tritt am 21. Juli 1936 in Kraft. Das Volkswirtschaftsdepartement hat die eidgenössische Preiskontrollstelle beauftragt, zu untersuchen, ob die beabsichtigte Preiserhöhung gerechtfertigt ist. Es behält sich vor, nach dieser Untersuchung auf die Preisfrage zurückzukommen.

Kurz-Meldungen

Passagierverkehr auf den Alpenposten.

Die schweiz. Alpenposten beförderten in der Woche vom 6. bis 12. Juli 22,700 Reisende gegen 32,500 in der gleichen Woche des Vorjahres. Mit Ausnahme der Kurse Hasliberg, Gotthard und Schuls-Tarasp sind von diesem Verkehrsrückgang alle Routen betroffen. — In der Zeit vom 13. bis 19. Juli gelangten 34 500 (1935: 36 600) Reisende zur Beförderung.

95. Geburtstag. Aus Italien wird uns gemeldet, dass der frühere Besitzer des Grand Hotel und Villa Serbelloni in Bellagio, Herr L. Breitschmidt, am 20. Juni seinen 95. Geburtstag gefeiert hat. Herr Breitschmidt ist Schweizer von Geburt. In einem Alter, wo man sonst noch die Schulbank zu drücken pflegt, begann er seine Laufbahn in der Hotellerie, die ihn in frühen Jahren schon nach Italien führte. Im Jahre 1874 wurde er Oberkellner in dem damals neu erbauten Grand Hotel in Bellagio und ein Jahr später übernahm er die Direktion des Hauses. Im Jahr 1878 pachtete er das Hotel und später gliederte er dem inzwischen zu hoher Blüte gelangten Grand Hotel als Annex die oberhalb des Hauses gelegene hochherrschaftliche Villa Serbelloni an. Nach dem Weltkrieg zog er sich von dem Geschäft, das er inzwischen auch käuflich erworben hatte, zurück und lebt seitdem in einer angesichts seines hohen Alters bemerkenswerten geistigen und körperlichen Frische. Herr Breitschmidt nimmt heute noch regen Anteil an allen politischen und wirtschaftlichen Fragen und weiss vor allem, aus dem Born seiner langjährigen Erinnerungen schöpfend, gar manches Interessante zu erzählen aus der damaligen „guten Zeit". Möge dem Jubilar auch weiterhin eine gute Gesundheit und mit ihr dereinst noch die Zentenarfeier beschieden sein. J. L.

Geschäftliche Mitteilungen

(Ohne Verantwortlichkeit der Redaktion)

Rationelle Behandlung der Wäsche.

In jedem Betriebe steckt ein mehr oder weniger grosser Posten von Wäschestücken, die einen ziemlichen Betrag gekostet haben. Es ist daher eine Pflicht, diesem Inventargute alle Aufmerksamkeit zu widmen. In kleinen Betrieben hat es unter Umständen verhältnismässig viel Wäschestücke und kommen nicht alle regelmässig an die Reihe im Gebrauche, in Grossbetrieben ist oft das Gegenteil der Fall und müssen die einzelnen Stücke zeitweise stark herhalten (kaum gebraucht, müssen sie rasch gewaschen und gemangt werden zum Wiedergebrauch). In beiden Fällen ist es aber ein Nachteil für die Gewebe und daher zu vermeiden.

Am besten verwendet man reine Seifen. Seifenflocken geben z. B. eine gut schäumende Seifenlauge; für die Weisswäsche gibt man ein wenig Enka dazu, das auf mildeste Weise fleckenreinigend, bleichend und desinfizierend wirkt, der Wäsche ein frisches, sauberes Aussehen gibt und sie auch bestens schont. Gibt es eine bessere Empfehlung für ein Hotel, als saubere Bett- und Tischwäsche? Das ist so wichtig, wie eine sorgfältige Küche.

Nicht unwichtig für die Wäschebehandlung ist auch, dass dem Waschprozesse genügend Zeit gewidmet wird. Auch beim Mangen der Wäsche muss sehr sorgfältig vorgegangen werden, wenn man sich die Wäschestücke lange erhalten will. Man schenke auch der Mange selbst gebührende Beachtung, die Bezüge an der Mange sind von Zeit zu Zeit abzunehmen, an luftigem, sonnigem Orte zu trocknen, man rolle sie wieder sorgfältig auf die Walzen, man lasse die Mange nie überhitzen. Bei Arbeitsunterbruch soll nicht nur die Beheizung abgestellt, sondern auch die Walze hochgehoben werden; das schont die Umwickelung. Sind Teile der Umwickelung schadhaft geworden, so scheue man deren Ersetzung nicht; ein gutes Mangen ist nur bei richtiger Umwickelung möglich.

Fachmännische Beratung erteilen gerne die Geschäftsleitung und die Reisenden der Firma „ESWA", Dreikönigstrasse 10, Zürich.

Redaktion — Rédaction:
Dr. Max Riesen (abwesend)
A. Matti Ch. Magne

Stellen-Anzeiger
Moniteur du personnel } N° 30

Offene Stellen - Emplois vacants

Für Chiffre-Inserate bis zu 4 Zeilen werden berechnet	Mitglieder Spesen extra berechnet Erstmalige Insertion		Nichtmitglieder Mit Adresse		Unter Chiffre Schweiz		Ausland
Jede ununterbrochene Wiederholung	Fr. 2.—	Fr. 3.—	Fr. 4.—	Fr. 4.50	Fr. 5.—	Fr. 6.—	

Mehrzeilen werden pro Insertion mit je **50 Cts.** Zuschlag berechnet. — Belegnummern werden nicht versandt.

Alleinkoch, bestqualifiziert., in bekanntes Sport- und Passantenhotel Graubündens gesucht. Jahresstelle. Eintritt 1. Sept. od. Übereinkunft. Offerten mit Referenzen und Gehaltsansprüchen an Chiffre 1219

Chef de service, erste Kraft, tüchtiger Restaurateur, zuverlässig in Küche u. Service, per Ende August in Jahresstelle gesucht. Offerten mit zeitgemässen Ansprüchen unter Chiffre 1214

Oberkellner-Chef de service für gut frequentierte Dancing-Bar per Ende August gesucht. Kein Frack. Für tüchtigen Fachmann lukrative Dauerstelle. Ausführliche Offerten mit lückenlosen Referenzen unter Chiffre 1215

On demande pour de suite: **1 fille de salle, 1 apprentie de salle, 1 fille de cuisine, 1 femme de chambre, 1 garçon de maison.** Adresser offres avec références sous chiffre 1218

Wäscherin für Jahresstelle gesucht. Eintritt 10. August. Rigihof, **Zürich.** (1220)

Wir bitten unsere Mitglieder jeweilen für möglichst rasche Rücksendung des Offertmaterials besorgt sein zu wollen.

Keine Briefmarken

werden angenommen für Bezahlung von Abonnements und Inseraten. Alle diesbezüglichen Beträge beliebe man durch

Kostenlose Einzahlung auf Postcheckkonto V 85 zu überweisen.

Stellengesuche - Demandes de Places

Bis zu 4 Zeilen. — Jede Mehrzeile **50 Cts.** Zuschlag.	Schweiz	Ausland
Erstmalige Insertion (bis zu 4 Zeilen)	Fr. 3.—	Fr. 4.—
Jede ununterbrochene Wiederholung	Fr. 2.—	Fr. 3.—

Postmarken werden an Zahlungsstatt nicht angenommen. Vorausbezahlung erforderlich. — Kostenfreie Einzahlung in der Schweiz an Postcheckbureau V Konto 85. Ausland per Mandat.

Nachbestellungen ist die Inserat-Chiffre beizufügen, Belegnummern werden nicht versandt.

Bureau & Reception

Bureauvolontärin. Bündner Hotelier sucht für seine 17jährige Tochter Stelle als Bureauvolontärin in gutem Hause, wenn möglich in der franz. Schweiz. Familiäre Behandlung erwünscht. Eintritt September oder auch später. Offerten unter Chiffre 709

Directeur, Gérant, Chef de service, routinierter Fachmann, vorz. Organisator, sprachenkundig, sucht für sofort od. später Vertrauensposten in Rest., Bar-Dancing, evtl. Pachtübernahme. Chiffre 686

Tochter, mit Hotel- u. Handelsschulbildung, an exaktes Arbeiten gewöhnt, sucht Stelle in Hotelbureau für sofort; würde auch überall mithelfen. Bescheidene Ansprüche. Gute Zeugnisse zu Diensten. Offerten unter Chiffre 700

Salle & Restaurant

Buffetdame, selbständige und zuverlässige Tochter, sucht Stelle auf Anfang Oktober. Offerten an Chiffre 702

Buffettochter, tüchtige, selbständige, sucht Stelle in gutes Restaurant oder Tea-Room. Gefl. Offerten unter Chiffre 701

Commis de rang, 26jährig, deutsch u. franz. sprechend, sucht Anstellung. Auskunft erteilt: P. Grob, Pfr., **Thundorf,** Thurgau, Tel. 57.43. (687)

Junger Mann, 21 Jahre alt, gut präs., Deutsch, Franz. u. Engl., mit Hotelfachschuldiplom, mit Bureauarbeiten bestens vertraut, sucht zur Weiterbildung Stelle als **Kellner-Volontär.** Beste Zeugnisse und Referenzen unter Chiffre 704

Oberkellner-Chef de service, 35 Jahre, 3 Sprachen, guter Organisator, auch mit Bureauarbeiten gut vertraut, mit Ia Zeugnissen und Referenzen, sucht Stelle. Chiffre 638

Obersaaltochter, sprachenkundig, tüchtig im Fach, ges. Alters, sucht passendes Jahres- oder Herbstsaisonengagement. Würde auch andern, ähnlichen Posten annehmen. Off. an A. M. Obersaaltocher, Hotel des Alpes, **Flims-Waldhaus.** (703)

Cuisine & Office

Alleinkoch-Pâtissier, mit In- u. Auslandspraxis, nüchtern u. sparsam, sucht Jahresstelle in Hotel, Pension oder Restaurant. Monatsgehalt Fr. 180—200. Gute Referenzen. Offerten unter Chiffre S 21540 On an Publicitas, **Olten.** (429)

Bursche, der in der Küche ziemlich gut bewandert ist, sucht geeigneten Posten. Adr.: Max Zurkinden, b. M. Froideveaux, **Chavannes** s/Renens (Vd.). (697)

Casserolier, mit guten Zeugnissen versehen, sucht andere Stelle in Grossrestaurant oder Buffet. Offerten gefl. erbeten unter Chiffre 673

Chef de cuisine, erste, bestqualifizierte Kraft, flott disponierender und sparsamer Organisator, tüchtiger Mitarbeiter und la Restaurateur, m. besten Zeugnissen und Referenzen, sucht Saison- od. Jahresposten (letzterer bevorzugt) in In- od. Ausland bei zeitgemäss. Saläranspr. Chiffre 642

Chef de cuisine, libre, avec références de premier ordre cherche engagement pour la saison ou place à l'année. Certificats à disposition. Offres à G. Rossi, chef de cuisine, **Brissago** (Tessin). (665)

Chef de cuisine (Alleinkoch), ges. Alters, solider u. ruhiger Arbeiter, entremetskundig, sucht Saison- oder Jahresstelle. Gute Zeugnisse zu Diensten. Lohnangabe erwünscht. Zeitgemässe Ansprüche. Offerten unter Chiffre 672

Commis-Cuisinier, 21 Jahre, tüchtig, militärfrei, deutsch u. franz. sprechend, sucht Stelle in erstes Haus, wenn möglich in Basel. Zeugnisse zu Diensten. Offerten an Claude Fallet, Palace, **Axenfels** ob Brunnen. (692)

Koch, junger, tüchtiger, regimekundig, mit guten Zeugnissen, sucht Jahresstelle. Eintritt nach Übereinkunft. Offerten unter Chiffre 674

Koch, 28 Jahre, nüchtern, sucht Stelle per sofort als **Alleinkoch,** evtl. **I. Aide de cuisine;** mit guten **Aushilfstelle** an. Chiffre 691

Koch, in Pâtisserie bewandert, nimmt kurze Saison- oder Aushilfstelle an. Offerten an Bächtiger, Küchenchef, **Frauenfeld,** Ringstr., Tel. Nr. 4.62. (690)

Kochlehrstelle. Gesucht auf dem Platze Bern auf Ostern 1937 für willigen Jüngling Stelle als Kochlehrling. Gute Behandlung Hauptbedingung. Offerten gefl. an H. Rüfenacht, Stationsvorstand, **Kallnach** (Bern). (696)

Küchenchef, älterer, solid u. ökonomisch, entremetskundig, mit la Empfehlungen, sucht Engagement. Offerten an T. B., postlagernd, **Balterswil** (Thurgau). (689)

Küchenchef oder **Alleinkoch,** 43 Jahre, mit la Referenzen, gewandter Restaurateur, pâtisserie- und entremetskundig, zuverlässiger, nüchterner Charakter, sucht per sofort Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 705

Küchenchef, evtl. Alleinkoch, guter Organisator, in ungekündigter Stelle, sucht Jahresposten. Ruhiger Arbeiter, entremetskundig, sehr solid u. jeder vorkommenden Arbeit gewachsen. Offerten unter Chiffre 710

Pâtissier, jung, tüchtig, mit guten Zeugnissen, sucht Stelle als **Commis-Pâtissier** in gr. Hotel. Offerten gefl. an Albert Dätwyler, Mellingerstr. 14, Tel. 22.339, **Baden** (688)

Etage & Lingerie

Glätterin, junge, tüchtige, mit guten Referenzen, sucht Stelle per sofort. Gefl. Offerten unter Chiffre 706

Oberlingère sucht sofort Stelle als **Lingère, Stopferin** od. **Erste.** Offerten unter Chiffre 707

Zimmermädchen sucht Stelle für sofort. Jahresstelle bevorzugt. Chiffre 694

Loge, Lift & Omnibus

Chasseur-Portier-Liftier, tüchtiger, deutsch, franz., ital. sprech., sucht Stelle. Basel bevorzugt. Gute Ref. u. Zeugn. vorhanden. Offerten erbeten an Chiffre 708

Concierge-Nachtportier, gesetzten Alters, Deutsch, Franz., Engl., nüchtern u. zuverlässig, m. langjährigen Zeugnissen, sucht Stelle für sofort oder n. Übereinkunft. Adresse: J. Balmer-Janzi, **Wilderswil,** B.O. (645)

Portier, Conducteur, Chauffeur, 28 Jahre alt, Deutschschweizer, perfekt Deutsch u. Franz., sucht gute Jahresstelle. Gute Zeugn. Offerten an Laiterie Lehmann, **Villeneuve** (Vaud). (692)

Portier-Alleinportier-Conducteur, gesetzten Alters, sprachenkundig, sucht Sommer-, evtl. Herbstsaisonstelle, auch als Nachtportier. Eintritt sofort. Chiffre 629

Bains, Cave & Jardin

Caviste-Schenkbursche, mit guten Zeugnissen, italien., franz. u. deutsch sprechend, sucht Stelle, evtl. als **Chasseur oder Etageportier.** Eintritt n. Übereink. Chiffre 711

Masseur-Badmeister-Pédicure-Krankenpfleger, staatl. dipl., Deutsch, Franz. u. Ital., sucht Stelle als solcher, würde, da Kenntnisse vorhanden, auch andere Arbeiten verrichten. Ia Zeugn. u. Ref. Offerten unter Chiffre 584

Divers

Ältere Hoteliers-Witwe, in allen Zweigen des Hotelbetriebes erfahren, arbeitsam, sprachenkundig, sucht Vertrauensstelle in gutes Haus. Bescheid. Ansprüche. Beste Referenz. Gefl. Off. an Chiffre 699

Bursche, 22jähriger, mit Führerausweis, sucht Stelle in Hotel od. Garage. Off. an K. Christ, St. Johannvorstadt 42, **Basel.** (695)

Gouvernante, 36 Jahre alt, 4 Hauptsprachen, seit vielen Jahren im Hotelfach, sucht Stelle in mittleres Hotel. Offerten an Chiffre 698

ORIGINALZEUGNISSE

sind nur beizulegen, wenn dies ausdrücklich verlangt wird. In allen andern Fällen genügen gute Kopien.

Die Gebühr für

Adressänderungen von Abonnenten

beträgt 30 Cts. und wird am einfachsten der Mitteilung an die Expedition in Briefmarken beigefügt.

SCHWEIZER HOTELIER-VEREIN
Offiz. Stellenvermittlungsdienst „Hotel-Bureau"
Gartenstrasse 46 **BASEL** Telephon 27.933

Vakanzenliste
des Stellenvermittlungsdienstes

Die Offerten auf nachstehend ausgeschriebene offene Stellen sind unter Angabe der betreffenden Nummer auf dem Umschlag und mit Briefporto-Beilage für die Weiterleitung an den Stellendienst „HOTEL-BUREAU" (nicht Hotel-Revue) zu adressieren. Eine Sendung kann mehrere Offerten enthalten.

8739 Junger, tüchtiger, sprachenkundiger Etagenportier, 20. Juli, Hotel 90 Betten, Westschweiz.
8742 Gardemanger, Hotel I. Rg., Luzern.
8743 Junger Koch aus der Lehre, mittelgrosses Passantenhotel, Kt. Solothurn.
8747 Commis de restaurant, Hotel I. Rg., Genf.
8751 Jg. Alleinkoch, Berghotel 50 Betten, B.O.
8752 Commis de rang, Zimmermädchen, Hotel I. Rg., Graub.
8754 Restaurantlochter, sofort, Hotel 50 Betten, Ostschweiz.
8756 Saaltochter, Hotel 30 Betten, Badeort Aargau.
8757 Zimmermädchen, Berghotel I. Rg., Vierw.
8759 Köchin n. Chef, Koch aus der Lehre, mittelgr. Kurhotel, Wallis.
8761 Küchenmädchen, Commis de cuisine, Serviertochter, tücht. Etagenportier, mittelgr. Hotel, Engelberg.
8764 Officemädchen, Hotel I. Rg., Arosa.
8766 Chasseur, Köchin n. Chef, Chasseur-Kellner, erstkl. Rest., Basel.
8770 Zimmermädchen, Hotel 40 Betten, Thunersee.
8772 Sekretärin, sprachenkundig, Hotel 120 Betten, Zentralschweiz.
8773 Küchenchef, mittelgr. Hotel, Badeort Aargau.
8776 Kochlehrtochter, sofort, mittelgr. Hotel, Thunersee.
8778 Anfangs-Zimmermädchen, Officemädchen, sofort, mittelgr. Hotel, Adelboden.
8785 Saaltochter, Hotel 60 Betten, Graub.
8790 Zimmermädchen, kleines Hotel, Wallis.
8791 Bureauvolontär, saalservicekundig, mit guter Schulbildung, Deutsch, Franz. (Engl.), 1. August, Jahresstelle, Hotel 45 Betten, Lausanne.
8792 I. Commis-Pâtissier, sofort, erstkl. Hotel, Graub.
8793 Bureau-Volontärin, sofort, Hotel 65 Betten, B.O.
8799 Saallehrtochter, Hotel 100 Betten, Tessin.
8800 Economat-Gouvernante-Kaffeeköchin, Hotel I. Rg., Grindelwald.
8802 Bureau- u. Buffetfräulein, mittelgrosses Hotel, Interlaken.
8804 Commis de rang, mittelgr. Hotel, Engadin.
8805 Koch aus der Lehre, Hotel 80 Betten, B.O.
8806 Saaltochter, Saallehrtochter, Hotel 100 Betten, Zentralschweiz.
8808 Fille de salle, apprentie fille de salle, hôtel 60 lits, Lac léman.
8810 Pâtissier, Hotel I. Rg., Waadtland.
8811 Erstkl. Saucier, Passantenhotel 120 Betten, gröss. Stadt.
8812 Concierge, Hotel I. Rg., Tessin.
8813 Zimmermädchen, Hotel I. Rg., Luzern.
8814 Pâtissier-Aide de cuisine, 22—25jähr., Saaltochter, Hotel I. Rg., B.O.
8821 Saaltochter, jg. Pâtissier-Koch-Volontär, sofort, mittelgr. Kurhotel, Wallis.
8823 Bureauvolontärin, mit guter Allgemeinbildung (Kenntnisse der Rufbuchhaltung), erstkl. Restaurant, Basel.
8825 Casserolier, Saallehrtöchter, erstkl. Kurhotel, Graubünden.
8828 Tüchtige Economatgouvernante, mittelgrosses Passantenhotel, Westschweiz.
8829 Commis de rang (Schweizer), Berghotel I. Rg., Vierw.
8830 Tüchtige Kaffeeköchin, Fr. 100.—, grosses Berghotel, Vierw.
8831 Bureaufräulein (Maincourant), Deutsch, Franz. (Engl.), Hotel 40 Betten, Genfersee.
8834 Saaltochter, mittelgrosses Hotel, Wengen.
8836 Junger Oberkellner, tüchtige Saaltochter, mittelgrosses Hotel, Lugano.
8838 Saaltochter, Zimmermädchen, Portier-Conducteur, Hotel 40 Betten, grössere Stadt.
8846 Aide de cuisine, Hotel 120 Betten, grössere Stadt. Nur schriftliche Offerten.
8847 Tüchtige Saaltochter, Hotel 40 Betten, B.O.
8848 Junge Saaltochter für Frühstücksservice, Passantenhotel 40 Betten, grössere Stadt.
8853 I. Saaltochter-Barmaid, Hotel 40 Betten, B.O.
8855 Bureauvolontärin-Mithilfe im Saalservice, Aushilfszimmermädchen, sofort, für 1½ Monate, mittelgrosses Hotel, B.O.
8857 Saaltochter, sofort, Hotel I. Rg., Wengen.
8858 Hausbursche-Portier, sofort, kleines Hotel, Engelberg.
8859 Zimmermädchen, sofort, mittelgrosses Hotel, Thunersee.
8862 Zimmermädchen, sofort, mittelgrosses Hotel, Thunersee.
8867 Buffettochter, sofort, Jahresstelle, erstkl. Restaurant, Basel.
8869 Saallehrtochter, Saaltochter aus der Lehre, sofort, Hotel 50 Betten, Tessin.
8871 Journalführer-Kassier, Aushilfe drei Wochen, Ende Juli, Hotel 100 Betten, Zürich.
8872 Commis de rang, 3 Kellner-Volontäre, Hotel I. Rg., B.O.
8876 Saallehrtochter, 2 Rest.-Töchter, Volontärin für Halle u. Rest., Wintersaison, Hotel I. Rg., Arosa.
8880 Glätterin-Lingère, sofort, Hotel 80 Betten, B.O.
8882 Saallehrtochter, mittelgr. Hotel, Zürich.
8888 Kochlehrling, Grossrestaurant, Zürich.
8889 Jüngerer Küchenbursche-Casserolier, 2. Zimmermädchen, Deutsch, Franz., Hotel 50 Betten, Waadland.
8892 Lingère-Glätterin, tüchtige Saaltochter, Anf. August, Hotel 50 Betten, Tessin.
8894 Commis de rang, Demichef, Pâtissier-Aide de cuisine, sofort, Hotel I. Rg., Waadtländeralpen.
8896 Saallehrtochter, sofort, Hotel 100 Betten, Tessin.
8897 Saaltochter, sofort, mittelgr. Hotel, Wengen.
8899 Barmaid, tüchtiger Saucier, erstkl. Restaurant, grössere Stadt, nur schriftl. Offerten.
8900 Küchenmädchen, Hotel 100 Betten, Badeort, Aargau.
8901 Commis de rang, Hotel I. Rg., Interlaken.
8902 Zimmermädchen, Hotel 50 Betten, Waadtländeralpen.
8905 Weissnäherin, sofort, erstkl. Kurhotel, Graubünden.
8912 Junger Portier-Conducteur, sofort, Hotel 40 Betten, B.O.
8914 Küchenmädchen, Officemädchen, sofort, Hotel I. Rg., Genf.
8916 Serviertochter, mittelgr. Hotel, Engelberg.
8917 Pâtissier, sofort, mittelgr. Berghotel, Vierw.
8918 Küchenmädchen, Liftier-Hausbursche, Hotel 120 Betten, Zentralschweiz.
8921 Aide de cuisine, Kochlehrling (aus ländl. Verhältnissen), sofort, mittelgr. Passantenhotel, Bern.
8922 Pâtissier, sofort, Hotel 80 Betten. Tessin.
8925 Köchin, sofort, kl. Hotel, Baden.
8926 Saalkellner, Sekretär-Volontär, Anfangszimmermädchen, Officebursche, sofort, Hotel 100 Betten, Westschweiz.
8930 Commis de salle, sofort, Hotel 100 Betten, Tessin.
8938 Saalkellner, Commis de rang (nur Schweizer), sofort Hotel I. Rg., Zermatt.
8940 Saaltochter, sofort, Hotel 80 Betten, Tessin.
8941 Kochlehrtochter, sofort, mittelgr. Hotel, Badeort, Aargau.
8942 Saallehrtochter, sofort, Hotel 100 Betten, Ostschweiz.
8943 Casserolier-Küchenbursche, Küchenmädchen, Köchin neben Chef oder junger Aide de cuisine, Hausmädchen, 25. Juli, Hotel 70 Betten, B.O.
8947 Economat-Gouvernante, Stopferin, Kaffeeköchin, Saaltochter, sofort, mittelgr. Passantenhotel, Graubünden.
8951 Tüchtiges Zimmermädchen, Saaltochter, beide sprachenkundig, Officemädchen oder -bursche, Hotel I. Rg., Grindelwald.
8955 Angestellten-Kaffeeköchin, mittelgr. Hotel, Weggis.
8958 Kellnerlehrling, sofort, Hotel I. Rg., Luzern.
8959 Chef de rang, Hotel 120 Betten, Tessin.
8961 Junge Serviertochter, sofort, mittelgr. Passantenhotel, Basel.
8964 Kellnerlehrling, Hotel I. Rg., grössere Stadt.
8965 Pâtissier, Hotel I. Rg., Graubünden.
8966 Saaltochter, Hotel 80 Betten, B.O.
8969 Commis de rang, nicht über 20 Jahre alt, Hotel 100 Betten, Genfersee.
8970 Tüchtiger Entremetier, Hotel 150 Betten, Zentralschweiz.
8971 Alleinkoch oder Alleinköchin, mittelgr. Hotel, Lugano.
8972 Alleinportier-Küchenbursche, Deutsch, Franz., b. Zufriedenheit Wintersaison, kl. Hotel, Wengen.
8973 Selbst. Saaltochter, Deutsch, Franz., Engl., Zimmermädchen, sprachenkundig, Hotel 40 Betten, Kt. Schaffhausen.
8975 Gouvernante, Passantenhotel, Westschweiz.
8976 Zimmermädchen, Saaltochter, mittelgr. Hotel, Bielersee.
8979 Zimmermädchen, gr. Passantenhotel, Basel.
8982 Junger Portier-Conducteur, sprachenkundig, Hotel 40 Betten, Zentralschweiz.
8983 Tüchtiges Zimmermädchen, sofort, Hotel I. Rg., Badeort Aargau.
8984 Köchin oder selbst. Koch, entremetskundig, zur Aushilfe, evtl. Jahresstelle, sofort, Pension Zürich.
8987 Köchin (Schweizerin), sofort, mittelgrosses Hotel, Locarno.
8988 Tüchtiger Entremetier, sofort, Hotel I. Rg., Interlaken.
8989 Lingerie-Officemädchen, sofort, Hotel I. Rg., Grindelwald.
8991 Tüchtiger Alleinportier, sofort, kleines Hotel, Weggis.
8992 Tüchtige I. Saaltochter, Mithilfe im Zimmerdienst, sofort, Hotel 50 Betten, Westschweiz.
8993 Alleinlingère, tüchtig im Maschinenstopfen und Bügeln, Jahresstelle, 15. Sept., mittelgrosses Hotel, Olten.
8999 Tüchtiger Chefkoch oder Chefköchin, Abwäscher, sofort, Passantenhotel 40 Betten, grössere Stadt.
9002 Kochlehrling, mittelgrosses Hotel, Genfersee.
9003 I. Lingère, gelernte Weissnäherin, junge Saaltochter, sprachenkundig, Hotel 80 Betten, Westschweiz.
9007 Chef d'étage, Courriersaaltochter, sofort, Grosshotel, Grbd.
9009 Zimmermädchen, Saaltochter, Restaurantlochter, mittelgrosses Hotel, Interlaken.
9012 Commis de rang (Schweizer), Hotel I. Rang, St. Moritz.
9013 Zimmermädchen, mittelgrosses Hotel, Badeort Aargau.
9014 Aide de cuisine, Fr. 100.—, kleines Hotel. Kt. Fribourg.
9017 Anfangs-Zimmermädchen, Saallehrtochter, Hotel 120 Betten Zentralschweiz.
9019 Serviertochter für Tea-Room und Restaurant, engl. sprech., Grosshotel, Graubünden.
9020 Buffettochter, ca. 25jährig, mittelgrosses Passantenhotel, Graubünden.
9021 Gewandtes Zimmermädchen, Saallehrtochter, mittelgrosses Hotel, Interlaken.
9023 Aide de cuisine für ca. 2—3 Monate, erstklassiges Kurhotel, Kt. Waadt.
9024 Saaltochter, Zimmermädchen, Hotel 80 Betten, Badeort Aargau.
9027 Jüngerer Barman, Berghotel I. Rg., Vierw.
9028 Saallehrtochter, sofort, Hotel 90 Betten, Badeort Aargau.
9030 Serviertochter, sofort, Hotel 40 Betten, Wallensee.
9031 Barserviertochter, Hotel I. Rg., grössere Stadt.
9037 Commis de rang (Schweizer), sofort, Hotel I. Rang, Wengen.
9039 Economat-Gouvernante, sofort, Hotel I. Rang, Mürren.
9040 Tüchtiger, jüngerer Etagenportier, Hotel I. Rang, grössere Stadt.

Für den 1. August

FAHNEN
FLAGGEN
DEKORATION

A. Schudin
FAHNENFABRIK BASEL
Sternengasse 15 · Tel. 43.354

Kreuzfahnen Ia
160 cm Fr. 14.–
200 cm Fr. 25.–
250 cm Fr. 34.–
Preisliste auf Wunsch

Gratis
versende ich meine Prospekte über hygienische u. sanit. Artikel. Gefl. 30 Rp. für Versandspesen beifüg. A. Bimpage, Sanitätsartikel, Case Rive, 430, GENF.

Wir desinfizieren und vertilgen überall,
WANZEN
KÄFER, MOTTEN MÄUSE etc.
Größte Spezialfirma der Schweiz
DESINFECTA AG.
Zürich, Tel. 32.330
Löwenstraße 22
Bern, Telephon 24.527
Seilerstraße 25
Lausanne, Tel. 34.578
Av. de la Gare 23

ACHTUNG
Wegen Geschäftswechsel ist die bekannte
American-Mixing-School
wieder wie früher in **BASEL** und nicht mehr in Winterthur. — **Nächste**
MIX-KURSE
wieder im Herbst in der best eingerichteten Bar-Fachschule, für **Bars mit und ohne** Alkohol.
Kursleiter: Kurt Gyr, „Café-Bar Florida" Steinentorberg 2, Basel.

England Damen u. Herren finden gute Gelegenheit, gründlich Englisch zu lernen. Gute Kost. Gesunde Lage am Meer. Melden Sie sich jetzt an unter günstigen Bedingungen. - **Mr. u. Mrs. Millar,** 194, High Street, Herne Bay, Kent.

Zu verkaufen: 2 neue
Fauteuils
in echt Leder, passend für Foyer. Offerten unter Chiffre **G 8209 Y** an Publicitas Bern.

Walliser Aprikosen

Brutto	5 kg	10 kg	20 kg
für Tisch	5.50	10.50	20.—
für Konfitüre	4.80	9.—	17.—

Franko. **Dondainaz, Charrat.**

ENGLAND
Engl. Lehrer, spezialisiert für Sprachunterricht, nimmt in seine Familie Herrn oder Fräulein auf, welche die engl. Sprache zu erlernen wünschen. Komfortables Haus in der Nähe des Strandes gelegen. Alle Sportarten. Zivile Preise. **James Davis** (M. R. S. T.), 'Chardstock', Mickleburgh Hill, **Herne Bay,** Kent. England.

Welch edler Hotelier würde junger, strebsamer
Sekretärin Stelle in England
ermöglichen, indem er, auch für später, Engländer(in) in **Austausch annähme?** Offerten unter Chiffre J. A. 2861 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

Gesucht
Buffetdame in Jahresstelle.
Offerten mit Photo und Zeugniskopien unter Chiffre B. A. 2865 an die Hotel-Revue. Basel 2.

Gut präsent., sprachenkundiges **Fräulein,** Mitte 40, Hotelfachkundig, **langjähr. Obersaaltochter,** sucht Vertrauensposten als
Stütze des Patron
oder zu alleinstehend. Hotelier. Familienanschluss erwünscht. Offerten unter Chiffre F. N. 2863 an die Hotel-Revue, Basel 2.

Französisch
garantiert in 2 Monaten in der
Ecole Tamé, Neuchâtel 33
Unterricht für jedes Alter und zu jeder Zeit.
Sonderkurse von 2, 3, 4 Wochen, Sprach- und Handelsdiplom in 3 und 6 Monaten.

Leichte Beschäftigung
Ältere(r)
Hotelangestellte(r)
die (der) sich mit Fr. 3000.— **am Geschäft** interessieren könnte, würde freundliches und dauerndes Heim finden. Hypothekarsicherheit u. guter Zins. Offert. unter Chiffre E. L. 2870 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

Mit Katalog Nr. 10
ein Gratismuster über hygien. Bedarfsartikel etc. (Bandagen, Irrigateure) versendet inkl. interessanten Deutschein franko **P. Hübscher, Zürich, Seefeldstr. 4,** Sanitäts- u. Gummiwarengeschäft.

Private engl. Sprachschule in
LONDON
Komfortabl. Haus, in vornehmem Viertel gelegen. Fliess. Kalt- u. Warm-Wasser. Engl. garant. in 3 Monat. Preis £8.10.0. pro Monat. Mr. u. Mrs. Moriarty, 2, Lancaster Place, London, N. W. 3.

Die **Wiederholung** vervielfacht die Wirkung Ihrer Inserate!

LONDON
feine Privat-Pension mit eigener Schule und Professor. 6½ Std. Schule pro Tag. End-Diploma. Alles inbegriffen (Lgr. 9.-.-) Fr. 140.— pro Mon.
R. T. Miller, 20 Adelaide Rd., Brockley, London SE 4.

Für Küchenchef-Pâtissier
Sofort zu übergeben in Kantonshauptstadt, Westschweiz, schönes
Pension-Restaurant
mit allem Komfort. Billiger Zins. Übernahme nach Wunsch zu 3 à Fr. 5000.—. Gute Passage. 1 Minute vom Bahnhof. Offerten unt. Chiffre M. E. 2869 an die Hotel-Revue, Basel 2.

A vendre
évent. à louer un très bon
Hôtel-Pension
(lac Léman) avec 50 chambres, tout confort, magnifique parc, vue inprenable, garage et dép. S'adresser par écrit à l'Agence Vacheron, **Vevey.**

Geschäftsbücher für Hotels
liefert prompt und billig
Zentralbureau Schweizer Hotelier-Verein
Basel 2
Gefl. Musterbogen verlangen

REVUE SUISSE DES HOTELS

Bâle, 23 juillet 1936
Nº 30

SCHWEIZER HOTEL-REVUE

Basel, 23. Juli 1936
Nº 30

Avec l'autorisation du Conseil fédéral, le produit de la collecte de la Fête nationale (vente de cartes postales et d'insignes du 1er août) est destiné cette année à la

lutte contre la tuberculose

La collecte a donc un but essentiellement noble et d'utilité publique. Malgré la crise, l'hôtellerie ne refusera pas son active collaboration. — Les hôtels commandent les insignes et les cartes-menus gratuites au **Secrétariat du Comité de la Fête nationale,** place de la Gare 9, à Zürich.

L'échec de la politique d'adaptation

(D'après l'allemand du Dr St.)

La session d'été des Chambres fédérales a pris fin sans éclaircir le problème des mesures économiques de crise et sans prendre de décisions fermes à ce sujet. Ainsi les hommes d'affaires ne savent pas à quoi s'en tenir et le peuple est laissé dans l'incertitude sur le sort qui l'attend. Aussi longtemps cependant que l'on n'aura pas déterminé en haut lieu une politique précise et énergique dans le domaine économique, on continuera à discuter sur l'adaptation ou la dévaluation. L'autorité a décrété qu'il n'y aurait pas de dévaluation volontaire. Mais cet arrêté est impuissant devant la menaçante éventualité de la dévaluation forcée. De plus en plus, les profondes divergences d'opinions s'accentuent dans le monde économique suisse. Les frottements deviennent toujours plus rudes entre les groupes économiques dont les intérêts diffèrent. Dans ce chaos de tendances opposées, aucune mesure large et sérieuse n'est prise pour réagir contre la crise et pour chercher à en sortir.

Dans le camp socialiste, on ne veut rien savoir d'une adaptation et une majorité est hostile aussi à la dévaluation. On veut dans ces milieux pratiquer une politique économique dans le sens de la fameuse initiative de crise si énergiquement repoussée par le peuple suisse.

Les paysans repoussent également la dévaluation, mais ils repoussent non moins catégoriquement une adaptation par la contrainte. Les agrariens veulent que l'adaptation se produise à l'extérieur, c'est-à-dire que l'étranger élève ses prix pour les porter au niveau des nôtres. Cette tournure impossible des événements est même prophétisée d'un ton tout à fait sérieux par des chefs influents de la classe paysanne suisse. Ces bons apôtres recommandent au tourisme et à l'hôtellerie de « tenir » jusqu'à ce que l'étranger ait eu la complaisance de s'adapter aux circonstances qui règnent chez nous. Mais le professeur Laur se garde bien, et pour cause, de nous dire comment le tourisme et l'hôtellerie doivent « tenir », tout en se sacrifiant pour la classe agricole. L'agriculture, classe privilégiée, largement appuyée de subventions chaque année renouvelées et de mesures protectionnistes constamment renforcées, n'éprouve qu'un mince intérêt pour les industries d'exportation et pour le tourisme. Le paysan sait qu'il ne risque rien, que ses prix de vente couvriront toujours les frais de production, que l'écoulement de ses produits est forcé, qu'il n'a qu'à dire un mot pour faire prendre aussitôt des mesures de contingentement, de majorations de droits de douane ou autres qui garantiront la bonne marche de ses affaires. Pendant ce temps, les autres classes économiques s'épuisent à lutter contre les manifestations d'une crise interminable. Sans s'occuper le moins du monde des répercussions de ces mesures sur le monde des consommateurs, on a fait hausser artificiellement les prix du beurre et du bétail de boucherie à un niveau où l'hôtellerie ne peut plus couvrir ses frais de revient. Peu importe pour les paysans! L'hôtellerie n'a qu'à « tenir » jusqu'au retour de temps meilleurs!... Les conséquences néfastes de cette politique égoïste ne semblent nullement préoccuper les autorités, qui semblent n'avoir devant les yeux que les besoins de l'agriculture.

Par contre, l'Union suisse des arts et métiers s'est prononcée résolument, dans sa dernière assemblée générale, pour l'encouragement des industries d'exportation et pour l'intensification du mouvement touristique. Elle a eu la sagesse de comprendre que c'est dans ces deux domaines qu'il faut rechercher les moyens de donner une impulsion nouvelle à notre vie économique. Le nouveau parti des « indépendants », au Conseil national, s'est engagé dans la même voie. Tous les industriels exportateurs se sont rangés parmi les partisans de l'adaptation, car les prix imposés par leurs frais de revient trop élevés ne parviennent plus à soutenir la concurrence des prix mondiaux.

L'hôtellerie attendait beaucoup de promesses d'adaptation faites en haut lieu, mais elle a été cruellement déçue. Bien loin d'adapter les prix des denrées alimentaires, principal facteur des frais de revient de l'hôtellerie, à ceux du marché mondial, on les a fait monter artificiellement, dans l'espace d'une seule année, de plus de 15%.

Comment s'étonner dans ces conditions si l'hôtellerie, se voyant fermer le chemin de l'adaptation, en cherche un autre pour sortir de l'impasse?

Il résulte de l'étude de toutes ces tendances opposées la conviction qu'un programme clair et précis de restauration de notre économie nationale est d'une nécessité urgente et inéluctable. Le peuple réclame impérieusement ce programme et surtout l'*exécution* de ce programme. Il en a assez de notre politique économique opportuniste, qui se borne commodément à des solutions partielles, souvent *contradictoires*.

Dans son message du 7 avril 1936, le Conseil fédéral a déclaré qu'il s'abstenait de présenter le programme en question, parce que la politique économique était déjà réglée alors par des arrêtés encore en vigueur et qu'il fallait tout d'abord se rendre compte des résultats pratiques de ces arrêtés avant de songer à d'autres mesures. Le Conseil fédéral demandait seulement de nouveaux pleins pouvoirs pour élargir sa liberté d'action. En reconnaissant la nécessité de l'adaptation à l'étranger, le Conseil fédéral s'est hâté d'ajouter qu'il ne saurait être question d'une adaptation complète. Selon lui, les possibilités de réductions de prix doivent être étudiées de cas en cas. Donc, pas d'adaptation générale.

Est-ce qu'une pareille politique est susceptible de réduire les frais de production et de contribuer à l'adoucissement de la crise? L'expérience nous a appris que jusqu'à présent jamais nos pouvoirs publics n'ont appliqué une véritable et sincère politique d'adaptation. Dans la dernière session des Chambres, on a renforcé la surveillance des prix des marchandises. Mais il est plus que douteux que le contrôle des prix nous rapproche de l'adaptation, car il a pour principe de ménager tout le monde à la fois: producteurs, revendeurs et consommateurs. On commence par établir un prix dit « équitable » pour le producteur, c'est-à-dire un prix qui couvre et au delà les frais de production. De cette manière, un prix reste équitable même si le consommateur n'est pas en mesure de le payer. Le Conseil fédéral a déjà déclaré du reste dans son message que les prix actuels des produits agricoles sont équitables et justifiés. On constate clairement que les pouvoirs publics ont en vue exclusivement les intérêts de la production et négligent en principe ceux de la consommation.

Une conséquence tragique de cette politique unilatérale, c'est que l'hôtellerie, qui est forcée de tirer de la production indigène plus de 80% de ses denrées alimentaires, ne peut pas du tout compter sur un rapprochement de ses frais de revient de ceux de la concurrence étrangère. Théoriquement, l'autorité dit qu'elle veut prêter aide à l'hôtellerie et pratiquement elle annule totalement cette promesse en déclarant que les prix des principales marchandises nécessaires à l'hôtellerie, à leur niveau actuel intenable, sont parfaitement justifiés. Les interdictions d'importations rendant forcé l'écoulement de ces produits, le consommateur n'a qu'à se soumettre dans le rôle effacé qu'on lui attribue.

Un autre exemple typique de l'échec total de la prétendue politique d'adaptation pratiquée actuellement, c'est le maintien au même niveau des droits, taxes, patentes et autres prélèvements de l'Etat, ainsi que des tarifs pour l'électricité, le gaz, l'eau, etc., autres éléments extraordinairement importants des frais de revient de l'hôtellerie. A une pétition de la Société suisse des hôteliers à ce sujet, le Conseil fédéral a répondu que ces taxes étant prélevées par les cantons et les communes, elles échappent à l'influence des autorités fédérales. Dans d'autres domaines, le domaine fiscal notamment, la Confédération ne se gêne aucunement d'empiéter sur les prérogatives cantonales.

On voit les difficultés auxquelles se heurte chez nous une réelle politique d'adaptation. En Suisse, le mot « adaptation » est vide de sens sur les lèvres des économistes officiels. Le danger de voir l'adaptation se produire irrésistiblement d'une autre manière, sous la contrainte d'événements plus forts que la politique protectionniste des pouvoirs publics, n'en est que plus menaçant. Etant donnée l'attitude unilatérale des autorités, c'est de ce côté probablement qu'il faut attendre un adoucissement à la crise.

Extrait du procès-verbal des délibérations du Comité central de la S.S.H.

les 9 et 10 juillet 1936 à l'hôtel Schweizerhof à Berne

Sont présents:

MM. le Président central Dr. H. Seiler, Zermatt.
le Vice-Président L. Meisser, Klosters.
Fr. Borter, Wengen,
Ed. Elwert, Zurich,
W. Fassbind, Lugano,
J. Haecky, Lucerne,
T. Halder, Arosa,
H.R. Jaussi, Montreux-Territet.
O. Jeanloz, Lausanne.
F. Kottmann, Rheinfelden,
le Dr M. Riesen, Directeur du Bureau central.

Séance du 9 juillet à 17 heures

Après avoir souhaité la bienvenue aux deux nouveaux membres du Comité central, MM. Elwert et Kottmann, M. le Président central déplore le triste événement qui vient de réunir les membres du Comité aux obsèques de leur ami et collègue, M. Hermann Marbach. M. le Dr Seiler exprime la reconnaissance de la S.S.H. pour les services rendus par le défunt, dont il souligne les grandes qualités comme homme d'affaires, comme citoyen et comme père de famille, la fidélité au devoir et la noblesse de caractère. Notre Société perd en lui l'un de ses meilleurs membres, qui s'est toujours voué entièrement à la sauvegarde de nos intérêts professionnels. — Les membres du Comité se lèvent de leurs sièges en l'honneur de leur collègue défunt.

M. le Président central donne ensuite des renseignements sur une conférence avec des représentants des autorités, qui a eu lieu dernièrement au Palais fédéral au sujet de la création d'un *franc suisse de tourisme*. Il rappelle la décision de l'Assemblée des délégués de St-Gall et déclare que par l'attitude qu'elle a prise à cette occasion, la S.S.H., en principe, s'est engagée dans le bon chemin.

Le décès inattendu de M. Marbach exigeait son remplacement dans diverses commissions spéciales. Les affaires de la Commission scolaire seront dirigées provisoirement par le vice-président de cette commission, M. H.R. Jaussi. M. Marbach est remplacé à la Commission du Service de renseignements économiques par M. Kottmann et M. J. Haecky est nommé président de cette commission.

On passe ensuite à l'ordre du jour.

1. Réorganisation de l'Office suisse du tourisme (postulat de M. le conseiller national von Almen).

Le rapport sur cette question, présenté par M. le Directeur du Bureau central, est suivi d'une assez longue discussion, roulant principalement sur l'unification de la propagande touristique suisse, prévue dans le postulat. Comme conclusion des délibérations le Comité central, pour des raisons tactiques, financières et psychologiques, a certaines objections à faire contre la création d'une organisation nouvelle de propagande et donne la préférence à un perfectionnement de cette action par les organes actuels. D'autre part, le Comité considère qu'il est d'une urgente nécessité de renforcer dans les organes dirigeants de la propagande l'influence des hommes qui sont dans la pratique, c'est-à-dire des représentants de l'hôtellerie et des chemins de fer.

2. Cotisations de propagande obligatoires pour tous les intéressés.

Les lourdes charges supportées par les membres de la S.S.H. pour la propagande soulèvent la question de savoir si l'on ne devrait pas s'efforcer d'obtenir, par la voie législative, une réorganisation dans ce domaine. Cette réorganisation obligerait les hôtels outsiders à verser également des cotisations pour la propagande touristique. Ce problème réclame une solution déjà du fait de la subvention de la Confédération, au montant de 500.000 francs, pour une action extraordinaire de propagande. Au Département fédéral compétent, on envisage une meilleure et plus étroite concentration des moyens disponibles. M. le Directeur Dr Riesen présente là-dessus un rapport détaillé. Après discussion et sur la proposition du Président central, le Comité, avec quelques réserves, se déclare d'accord d'étudier avec le Département l'introduction d'une cotisation obligatoire générale pour la propagande touristique.

3. Informations de presse sur la paralysie infantile.

A la suite de demandes téléphoniques d'informations provenant des milieux de nos membres, le Comité s'occupe du bruit répandu par plusieurs journaux de la Suisse et de l'étranger suivant lequel une épidémie de paralysie infantile sévirait en Suisse. Le Comité décide d'intervenir immédiatement et par téléphone auprès de l'Office sanitaire fédéral, de l'Office suisse du tourisme et des Chemins de fer fédéraux, en leur demandant de réagir aussi promptement que possible contre cette assertion absolument fausse, afin de prévenir des conséquences préjudiciables pour le mouvement touristique en Suisse. (Dès le jour suivant, l'Office sanitaire fédéral a lancé dans la presse un démenti formal du bruit en question. La conférence des directeurs cantonaux de l'hygiène a déclaré la nouvelle d'une épidémie complètement fausse. Les quelques cas sporadiques de paralysie infantile qui ont été constatés comme on en constate chaque année dans d'autres pays ne permettent pas de parler d'une épidémie. *Réd.*)

4. Situation présente de l'hôtellerie et du tourisme.

Aux délibérations sur ce point de l'ordre du jour et le suivant participe M. le Dr. Franz Seiler, Directeur de la Société fiduciaire suisse pour l'hôtellerie, qui a bien voulu collaborer à l'étude de ces problèmes. Les rapports des membres du Comité central montrent que la situation est extrêmement inquiétante dans tous nos centres saisonniers et régions de tourisme, depuis les Grisons et le Tessin jusqu'au Léman. Le nombre des hôtes a diminué dans des proportions que l'on n'avait jamais vues encore jusqu'à présent. De pareilles conditions réclament impérieusement une aide large et énergique de la Confédération. Le Comité décide d'adresser à l'Office fédéral de l'industrie, des arts et métiers et du travail et à l'Office fédéral du trafic des pétitions attirant l'attention des autorités nationales sur le danger où se trouve une grande partie de l'hôtellerie, menacée d'une ruine financière générale. Si les choses ne s'améliorent pas, il est à craindre qu'à la fin de la saison de nombreuses entreprises ne seront pas même en mesure de payer leur personnel.

5. Franc de tourisme, chèque hôtelier ou chèque de tourisme.

M. le Dr Franz Seiler s'est chargé du rapport sur cet ensemble de questions. Il donne connaissance au Comité d'un projet élaboré après l'Assemblée des délégués à St-Gall dans des conférences avec le Département fédéral de l'économie publique, tendant à la création d'un chèque hôtelier ou chèque de tourisme. Ce projet s'appuie en principe sur l'exposé présenté à St-Gall par M. le Dr Franz Seiler, mais reste sur une base beaucoup plus modeste en ce qui concerne le financement de l'entreprise. L'affluence des touristes étrangers a diminué à tel point que seule une action de grande envergure est capable de

auver l'hôtellerie. Cette action ne peut pas être réalisée sans l'appui de la Confédération. L'organisation projetée du chèque de tourisme constituerait un placement productif, dont les effets seraient certainement avantageux pour le marché du travail et réduiraient les charges occasionnées par le chômage.

Après une discussion très animée, le Comité constate que la situation de l'hôtellerie exige absolument le lancement d'une action pour l'encouragement et le développement du tourisme et pour le sauvetage de l'industrie hôtelière. Le Conseil fédéral ayant refusé la dévaluation du franc suisse et la création d'un franc de tourisme, le Comité central estime que la dernière solution possible est l'institution d'un chèque hôtelier ou chèque de tourisme. Après avoir entendu le rapport de M. le Dr F. Seiler et avoir pris connaissance du projet élaboré sur la matière, le Comité partage à l'unanimité les opinions qui y sont exposées. Il décide d'adresser au Conseil fédéral une pétition à ce sujet. Il charge MM. les Directeurs Dr Fr. Seiler et Dr Riesen de préparer et d'expédier cette pétition aussi promptement que possible. En même temps, le Comité exprime l'espoir que les travaux des autorités dans cette affaire seront poussés assez rapidement pour pouvoir lancer l'action projetée dès le début de la saison d'automne. La situation de l'hôtellerie est telle que cette industrie n'est plus capable de supporter un plus long retard.

6. Grève automobile du 5 juillet.

Cette affaire provoque une discussion assez longue, où l'on critique spécialement l'extension à l'hôtellerie du mouvement de grève. Le Comité unanime approuve les démarches entreprises par la Direction du Bureau central auprès des organisations d'automobilistes et décide de protester auprès de ces organisations contre le boycott du tourisme suisse le 5 juillet et contre le préjudice grave causé ainsi à l'hôtellerie durement frappée par la crise. Une lettre s'inspirant de ces idées doit être envoyée à la *Via vita*.

Les délibérations sont ici suspendues à 23 heures et demie et la suite est ajournée au lendemain matin.

Séance du 10 juillet à 8 heures

7. Tourisme germano-suisse.

M. le Directeur Dr Riesen rapporte longuement sur la question. Il expose d'abord dans ses grandes lignes l'accord intervenu entre l'Allemagne et la Suisse. Puis il s'étend plus spécialement sur certaines particularités du nouvel arrangement. Il relève notamment que le système des bons en espèces et en nature, appliqué déjà l'automne dernier, est remis en vigueur. Il expose ensuite l'institution des *bons d'hôtels suisses*, établis sur la base des Funding Bonds délivrés aux créanciers financiers suisses de l'Allemagne. Le montant en est malheureusement prélevé sur le contingent de devises accordé à l'hôtellerie. La convention, qui est en vigueur provisoirement jusqu'au 31 décembre 1936, ne peut aucunement satisfaire nos milieux hôteliers, spécialement à cause de la diminution du contingent réservé au tourisme. En tous cas, l'hôtellerie ne doit pas se faire d'illusions sur le mouvement touristique d'Allemagne en Suisse à l'avenir. D'après un tableau soumis aux membres du Comité, il ne reste en effet à destination de l'hôtellerie pour les six derniers mois de cette année, sur les 21 millions que doivent procurer nos importations de charbon allemand, que 8 millions en chiffre rond. Pareille situation ne peut absolument pas satisfaire l'hôtellerie.

La discussion révèle la grande déception causée par l'accord. La proposition est faite en conséquence de s'efforcer de compenser le plus possible le déchet inévitable dans le tourisme germano-suisse en intensifiant davantage notre propagande dans d'autres pays.

8. Collaboration avec l'Union Helvetia.

Les discussions roulent sur un mémoire, remis aux membres du Comité central, rendant compte d'une récente conférence entre représentants de l'U. H. et de la S.S.H. Il s'agit d'éclaircir la question de savoir s'il est possible de trouver une base d'action commune en vue de sauver l'hôtellerie suisse et de déterminer cette base d'une manière précise. Les propositions présentées rencontrent pour ainsi dire toutes l'approbation de principe du Comité, qui charge la Direction du Bureau central de poursuivre les pourparlers avec l'Union Helvetia, pour élaborer des propositions définitives à l'intention du Comité central de la S.S.H.

9. Service de renseignements économiques de la S. S. H.

M. J. Haecky présente un bref rapport sur les délibérations et les décisions d'une récente réunion de la Commission du S.R.E. Après discussion, M. le Président central exprime le vœu que le travail élaboré l'automne dernier sur les charges à supporter par l'hôtellerie soit publié sous forme de brochure. Il s'agit d'une documentation extrêmement importante pour les pourparlers du Comité avec les autorités et avec d'autres groupements économiques. Il serait regrettable de laisser cette étude dormir dans un tiroir.

10. Règlement du pourboire.

Le Comité entend un rapport explicatif de M. le Directeur Riesen qui expose notamment les résultats de la séance constitutive de la Commission paritaire de surveillance prévue dans le nouveau Règlement du pourboire. Comme président neutre de cette commission. le Département économique fédéral a nommé M. le juge Blumenstein à Berne. La discussion roule surtout sur le contrôle du pourboire dans les hôtels de la S.S.H. et sur la couverture des frais. Le Comité décide de prélever à cet effet, pour cette année, une cotisation uniforme de cinq francs par établissement. Un montant forfaitaire fixe est accordé comme subside à la Commission de surveillance.

11. Rapport de la Direction sur les affaires courantes.

M. le Directeur Riesen rend compte de sa conférence du 2 juillet avec M. Gabler, hôtelier à Heidelberg, représentant de l'hôtellerie allemande. Le Comité prend acte de ce rapport et décide de continuer l'étude de la proposition de M. Gabler tendant à la création d'un système de bons hôteliers internationaux.

La Direction parle ensuite de la PAHO et notamment du projet de prime forfaitaire à payer par les employeurs. Ce projet a été provisoirement retiré par la PAHO elle-même. L'attitude des autorités cantonales du Valais à propos de l'assurance-chômage des employés saisonniers provoque des difficultés. L'Office cantonal valaisan du travail ne veut pas considérer ces employés comme soumis à l'assurance et refuse en conséquence de subventionner la PAHO pour cette catégorie de personnel. Le Comité décide d'intervenir auprès de l'Office valaisan, en contact avec la Société des hôteliers du Valais.

Le rapport directorial traite ensuite de la demande de maintien pendant toute l'année des billets du dimanche. La Direction générale des C.F.F. a promis d'étudier cette question. — Le rapporteur parle ensuite de la diffusion des prospectus et de la réduction des charges qui pèsent sur l'hôtellerie. A propos de cette dernière affaire, l'Office fédéral de l'industrie, des arts et métiers et du travail prépare, en contact avec notre Service de renseignements économiques, une circulaire aux gouvernements cantonaux.

12. Divers.

Le Comité délibère encore sur diverses questions d'ordre interne et établit l'ordre du jour provisoire de sa prochaine réunion, prévue pour la fin d'août.

La séance est levée à 12 heures et quart.

Vente du 1er août

Le Comité suisse de la Fête nationale nous écrit:

Notre comité met en vente, comme les années précédentes, à l'occasion du premier août, un insigne de fête. Au lieu d'un insigne de soie ou de métal nous avons choisi cette fois *une plaquette de bois*, un travail très réussi des sculpteurs de Brienz, afin de venir en aide à une industrie durement éprouvée (il s'agit d'un demi-million d'insignes environ). La décision du comité, qui se demandait comment les sculpteurs bernois résoudraient la question nouvelle qui leur était posée, n'a pas été prise sans appréhension. Mais les premiers modèles présentés à l'occasion de l'assemblée générale du comité furent approuvés sans réserve et avec une grande satisfaction par tous les comités locaux. L'insigne actuel est en bois d'érable et représente un carré posé sur la pointe avec la croix fédérale sur fond rouge; à la partie inférieure on observe une couronne de montagne avec au milieu du champ la croix double, emblème de la lutte contre la tuberculose. Un ruban rouge et blanc porte la date du premier août en trois langues.

L'insigne coûte un franc, comme d'habitude, et sera mis en vente le premier août. Nous espérons et croyons qu'il plaira et trouvera un écoulement rapide puisqu'il s'agit d'un produit suisse, simple et solide, fabriqué avec amour par des centaines de personnes diligentes pendant les longues soirées d'hiver. Le résultat de la vente des insignes et des cartes postales est destiné, avec l'approbation du Conseil fédéral, à la lutte contre la tuberculose.

Nous nous permettons d'adresser un pressant appel au grand public, en particulier à toutes les personnes qui s'occupent d'œuvres sociales en les priant de renoncer à organiser des collectes spéciales comme cela arrive encore de temps à autre, pendant les semaines consacrées à la collecte du premier août. Avec un peu de bonne volonté il doit être possible d'éviter tout ce qui pourrait contrecarrer une œuvre nationale qui a pour objet le bien du pays tout entier.

De nombreux collaborateurs et collaboratrices se sont mis avec un louable empressement au service de notre action. La Société suisse des Hôteliers, elle aussi, nous promet, comme par le passé, sa précieuse collaboration pour la vente des insignes et des cartes postales.

Nouvelles des Sections

La Section de Glaris et du lac de Wallenstadt de la S.S.H., réunie dernièrement à Obstalden (lac de Wallenstadt), a entendu d'abord le rapport de son président, M. K. Höhn, de Glaris, relatant les nombreux travaux de la société régionale pendant l'année écoulée, ainsi que les efforts de la société centrale suisse. M. Höhn rendit compte également de la récente conférence des présidents de sections à Bâle. M. Hesser présenta un rapport sur l'assemblée des délégués de la S.S.H. à St-Gall. Il souligna que la direction des affaires de la société suisse est en bonnes mains et que le comité central réalise des efforts considérables. M. Gallati renseigna l'assemblée sur le Bureau de renseignements et sur la propagande pour la saison d'été. Un nouveau guide des hôtels a été largement diffusé en Suisse et à l'étranger. La propagande s'est effectuée également au moyen d'affiches, d'insertions en Suisse et en Hollande, d'illustrations et d'articles de presse, d'expositions dans des vitrines, à la Foire d'échantillons à Bâle et à l'Exposition du weekend et du sport à Zurich. D'autres facteurs de propagande sont en préparation, notamment la diffusion d'une carte du Klausen. Le Journal des étrangers édité par la section a été encore amélioré. Dans sa séance de l'après-midi, l'assemblée s'est occupée de trouver de nouveaux fonds pour le Bureau de renseignements et la propagande, en déchargeant si possible l'hôtellerie. M. le président Höhn mit en garde contre les contrats conclus avec l'Hôtel-Plan au-dessous des prix minima de la S.S.H. et fit appel à l'esprit de solidarité et de confraternelle collaboration professionnelle.

Sociétés diverses

L'Automobile-club de Suisse a tenu le 11 juillet à St-Moritz une assemblée de délégués où étaient représentées 22 sections. L'assemblée a approuvé une proposition du comité central concernant la revision du règlement. M. E. Mende, président central, a commenté l'action du 5 juillet. Son rapport a été acueilli par de chaleureux applaudissements. Le président a constaté que les automobilistes de tout le pays appuient la direction de l'association et que la politique de la *Via vita* a rencontré la sympathie du public.

La Société de développement des Grisons a tenu à Lenzerheide, dans les premiers jours de juillet, son assemblée annuelle des délégués. Les nombreux participants ont entendu un rapport de M. L. Meisser, de Klosters, sur les grandes questions actuelles de propagande touristique, et un autre de M. le Dr Senger, de l'Office suisse du tourisme, sur les films de propagande. M. L. Meisser a été élu président de la société et M. Hans Bon, à St-Moritz, vice-président. L'hôtellerie compte encore cinq autres représentants dans le comité. L'assemblée a voté une résolution énergique en faveur de la construction d'une route longeant le lac de Wallenstadt.

La Société de développement d'Interlaken, dans sa récente assemblée générale annuelle, a entendu un rapport de son directeur, M. Roth, sur un voyage de propagande qu'il a fait dans la seconde quinzaine d'avril en France, en Belgique et en Angleterre, où il a visité les organes de tourisme des principaux centres. Partout il a rencontré beaucoup de sympathie pour la Suisse comme pays de tourisme et de vacances. Il a emporté l'impression qu'à moins d'événements politiques graves, la saison d'été verrait un développement réjouissant du mouvement touristique en provenance de ces pays. Quelques critiques cependant lui ont été exprimées, notamment en ce qui concerne le manque de guide illustré, la politique des prix de l'hôtellerie suisse et le manque d'unité dans la propagande suisse à l'étranger. — Le président de la société, M. Alder, directeur de banque, a souligné notamment les réductions de taxes accordées par les entreprises de transport de l'Oberland bernois, l'introduction d'abonnements de vacances et la forte amélioration des horaires dans la région oberlandaise.

Informations économiques

Prix de gros. — L'indice suisse des prix de gros n'a que très faiblement varié en juin de cette année (—0,1%). Il s'inscrivait à la fin du mois à 91,9 contre 100 en juillet 1914 et à 64,1 contre 100 en 1926—1927. Par rapport à son chiffre de fin juin 1935, il marquait une hausse de 3,7%.

Coût de la vie. — L'indice suisse du coût de la vie (prix de détail) n'a guère subi en juin qu'une variation de caractère saisonnier, provoquée par l'introduction sur le marché des pommes de terre de la nouvelle récolte. Il s'inscrivait à 130 à fin juin (+0,5%), comme à la fin du mois précédant, contre 127 à fin juin 1935. L'indice de l'alimentation était à 120 à la fin de juin 1936, contre 119 à la fin du mois de mai (+0,8%) et 113 à la fin de juin 1935.

Destruction de pommes de terre. — Après les destructions en masse de café, d'oranges et de harengs, voici qu'on se met à anéantir des pommes de terre. Ceci se passe en Hollande, où les pommes de terre hâtives amenées sur le marché n'y trouvaient qu'un difficile écoulement, en dépit d'une forte baisse des prix. Lors de mises de pommes de terre aux enchères publiques, d'importantes quantités de cette marchandise n'ont pas trouvé des acquéreurs et ont été anéanties. On en a détruit 13.200 caisses en deux jours à Gravenzande, 2.000 caisses à Monster et 1800 caisses à Wouterweg. — Chez nous, pendant ce temps, l'indice spécial des pommes de terre calculé par l'Union suisse des sociétés de consommation était porté artificiellement par des mesures protectionnistes à 185 contre 100 en juin 1914 et à 160 contre 100 au 1er juin 1935. Voilà où conduisent les mesures de contingentement chères aux régimes bureaucratiques.

Nouvelles diverses

Renseignements pour la propagande. — L'*Argus*, doyen des bureaux d'extraits de presse de la France et des autres pays, vient de faire paraître une nouvelle édition, la septième, de sa nomenclature des publications en langue française du monde entier. C'est un volume très documenté, genre de travail unique, classé méthodiquement, contenant plus de 15.000 noms de journaux et périodiques différents en langue française.

Trafic et Tourisme

Les postes alpestres ont transporté 22.696 voyageurs du 6 au 12 juillet, dont 21.907 sur les services anciens contre 32.546 pendant la semaine correspondante de 1935. On a enregistré par conséquent un extraordinaire déficit de 10.639 voyageurs pour une seule semaine. A part cinq plus-values, assez faibles du reste, tous les services sont en recul. Le nombre des personnes transportées a diminué de 1306 au Julier et de 1169 à la Maloja. Il faudrait du beau temps pour modifier cette triste situation.

L'hôtellerie des Grisons a enregistré 63 590 nuitées du 1er au 10 juillet, au lieu de 83 549 pendant la décade correspondante de 1935. On a noté 7902 arrivées et 6775 départs. Principaux chiffres de nuitées: Suisse 39929 (45853), Allemagne 11097 (25330), Pays-Bas 3089 (2822), Grande-Bretagne 2177 (2273), France 2086 (2061), Italie 1156 (1158), Autriche 598 (541), Etats-Unis d'Amérique 510 (493), Tchécoslovaquie 494 (467), Belgique et Luxembourg 431 (434). — Du 1er avril au 10 juillet, l'hôtellerie des Grisons a enregistré 437 209 nuitées, au lieu de 486 236 pendant la période correspondante de 1935.

Le Touring-secours, qui a commencé à fonctionner le 1er juin dans le canton de Vaud, a été étendu en Suisse romande aux cantons de Neuchâtel et du Valais et va l'être sous peu au territoire genevois. Pendant son premier mois d'activité dans le canton de Vaud, le Touring-secours a eu à répondre à une dizaine d'appels, dont deux provenant d'automobilistes étrangers. On sait que le service de Touring-secours est mis gratuitement à la disposition de tous les automobilistes et motocyclistes. Le Touring-club suisse prend à sa charge l'intervention du dépanneur. Seuls les frais d'appel téléphonique à la centrale, soit cinquante centimes, sont à la charge de l'automobiliste en panne.

Le tourisme suisse en mai. — Le Bureau fédéral de statistique communique que pendant le mois de mai 6240 entreprises hôtelières en exploitation (contre 6142 en mai 1935), comptant au total 137000 lits (136900), lui ont annoncé 222000 arrivées (211000) et 832000 nuitées (856000). En comparaison avec le mois de mai de l'année dernière, le nombre des arrivées s'est accru de 5,5%, tandis que celui des nuitées a diminué de 2,7%. Le trafic touristique de Pentecôte, compris l'année passée dans le mois de juin, a donc fait monter de très peu le nombre des arrivées seulement. Les nuitées des hôtes étrangers participent de nouveau dans une plus forte mesure que celles des hôtes domiciliés en Suisse à la régression du chiffre global des nuitées. Pour l'ensemble de la Suisse, le taux moyen d'occupation des lits a fléchi de 20,2 à 19,6%. Par rapport à mai 1935, le Tessin a enregistré une diminution de plus de 30000 nuitées, dont 22000 d'hôtes étrangers. Le taux moyen d'occupation est tombé dans ce canton de 32 à 25%. Par contre, l'hôtellerie de la région du Léman, moins fréquentée d'habitude par la clientèle allemande, a vu plus de visiteurs en mai dernier qu'en mai 1935.

L'hôtellerie de la ville de Zurich a constaté en juin dernier un mouvement des voyageurs inférieur de 6% à celui de juin 1935. Elle a enregistré 66.000 nuitées contre 70.600 en juin de l'an passé et 23.000 arrivées contre 26.100. Le recul du nombre des nuitées concerne exclusivement la clientèle suisse et la clientèle allemande. Les Suisses ont fourni 1900 nuitées de moins (— 6%) et les Allemands 2700 (— 15%). Les autres pays étrangers se sont maintenus au niveau de juin 1935, avec 21.204 nuitées contre 21.215. Il y a eu des diminutions pour la France et l'Autriche, mais des augmentations sensibles pour la Grande-Bretagne, les Pays-Bas et les Etats-Unis d'Amérique. Les principaux chiffres de nuitées ont été les suivants: Suisse 30.000 (31.900), Allemagne 14.700, France 3500, Italie 2800, Autriche 2800, Grande-Bretagne 2700, Etats-Unis 2200, Pays-Bas 1900. Le taux d'occupation moyenne est tombé de 48% en juin 1935 à 44,9% en juin dernier. Les pourcentages d'occupation ont été les suivants d'après la catégorie des établissements: 1er rang 41,7, 2me rang A 42,1, 2me rang B et C 46,8, 3me rang 25,3, pensions 63,8. On a constaté une légère amélioration par rapport à juin 1935 dans les hôtels de 1er rang et les pensions, mais une diminution du nombre des hôtes dans toutes les autres catégories d'établissements.

The White Horse Cellar
Estab. 1742
WHITE HORSE WHISKY
AGENCE GÉNÉRALE POUR LA SUISSE:
BERGER & Co. LANGNAU (BERNE)

WORINGER
Gut muss er sein ...
Ihr Kaffee, aber auch ausgiebig. Gut, damit Ihre Kunden wiederkehren — preiswert — damit Sie etwas daran verdienen. SIROCCO-Kaffee ist beides zugleich.
Preiswertes Angebot durch
Grossrösterei Willimann-Lauber, Luzern
SIROCCO Kaffee

Englische Sprachschule in London
mit od. ohne Pension
The Mansfield School of English, 6, Nicoll Road, London N. W. 10

Persil
Welch ein köstliches Gefühl - Frische Wäsche durch Persil
Henkel & Cie. A.-G., Basel
DP160a

1er AOUT
Feux d'artifice
Articles d'illumination
Drapeaux
Expéditions promptes et soignées.
Depuis Frs. 10.— à 1000.—.
PETITPIERRE FILS & Co.
NEUCHATEL - Spécialistes

Erfolgreicher, gut präsentierender
Hoteldirektor
mit Initiative u. Organisationstalent (34 J. alt, ledig), momentan in 2 bestbekannten, erstklass. Häusern der Schweiz tätig (Sommer- u. Wintersais.), sucht für nächsten Sommer (1937) die Sommersaisonstelle zu wechseln. Frei ab 10. April bis 15. Okt. Für detaillierte Auskunft u. Referenzenangabe wende man sich bitte unter Chiffre N. O. 2855 an die Hotel-Revue, Basel 2.

HENNESSY
Le nom qui a fait le renom du COGNAC
Agence exclusive pour la Suisse
LA MAISON DARPHIN, ZOUG
Téléphone 40.496

Studenten der englischen Sprache
sind gebeten vorzumerken
The Thomas School of English
435/7 Oxford Street, London W 1. Bestes System. Kleine Klassen. Bescheidene Preise. Verlangen Sie Prospekt.

Ihr haltet Früchte und Beeren für Gebilde der Natur, die arm an Nährwert und Bedeutung seien. Oft seht Ihr darin sogar einen unnötigen Luxus; aber das Obst und die Beeren enthalten höchste Nähr- und Gesundheitswerte; sie sind niemals Luxus, sondern stets natürlichste Nahrung des Menschen.

(Dr. med. Bircher-Benner im „Wendepunkt")

Ihre Feriengäste aus der Stadt sind über den Wert der Früchte aufgeklärt. Früchte gehören heute zu ihrer Ernährung wie das tägliche Brot. Sie werden in den Ferien ungern auf Früchte verzichten. Sie erwarten bei Tisch vor allem auch Früchte, mehr Früchte.

Aprikosen, Pflaumen, Birnen,
Pfirsiche, Melonen, Bananen,
Aepfel, Johannisbeeren
Stachelbeeren

B BERGER Bern

Die B-Preisliste orientiert wöchentl. über den Früchte- u. Gemüsemarkt. Verlangen Sie deren regelmäss. Zustellung!

Telephon 27.071

. . . aber gewiss, nur bei Inserenten kaufen!

Etude de Me. Georges Boillat
notaire à Delémont

Öffentlicher Verkauf des

Café-Restaurant de la Poste

in Delémont

Samstag, 25. Juli 1936, 16 Uhr, bringt im Café de la Poste in Delémont der Besitzer, Herr Louis Aubry, Restaurateur in Neuchâtel, das genannte Gebäude zum öffentlichen und freiwilligen Verkauf, umfassend:

Das Café-Restaurant, 2 Gesellschaftssäle, 4 Wohnungen, wovon eine für den Wirt, Waschküche, alles in bestem Zustand.

Glänzende Lage im Geschäftsviertel. Antritt: 15. Oktober oder nach Uebereinkunft. Kataster-Schätzung Fr. 62,930.—, Feuerversicherung Fr. 64,500.—. Das Betriebsmaterial wird ebenfalls verkauft.

Delémont, den 14. Juli 1936.

Im Auftrag: G. Boillat, Notaire.

Per 1. Oktober zu vermieten:

In St. Gallen

Hotel „Hirschen"

(50 Betten)

mit gröss. Speise-Restaurant

an ganz vorzüglicher Lage. Komplettes Inventar vorhanden. Tüchtige Fachleute, die über einiges Kapital verfügen, wollen sich melden bei der Löwenbräu Zürich A. G., Zürich 5, vorm. 9-11 Uhr, Telephon 39.644.

---

1. August 1936

Bundesfeier-Menukarten

in verschiedenen Sujets nach Original-Entwürfen bekannter Schweizer Maler auf fein weiss Kunstdruckkarton.

Preis per 100 Stück einfache Karten Fr. 10.—
„ „ 100 „ Doppelkarten Fr. 15.—

Spezieller Texteindruck unter billigster Berechnung.

Man verlange Muster.

KOCH & UTINGER, CHUR

DAS GEHEIMNIS

des erfolgreichen Küchenchefs liegt darin, dass er versteht, den Speisen eine gediegene, pikante Note zu geben, die selbst den verwöhntesten Gourmet zur Anerkennung zwingt.

TEX TON Würze ist sein bester Helfershelfer. Sie würzt die Speisen zur Vollendung, ohne einen prägnanten aufdringlichen Geschmack zu verleihen.

Ein Versuch lohnt sich!

Muster und Offerten stehen gerne zu Diensten.

Haco-Gesellschaft A.G., Gümligen (Bern)

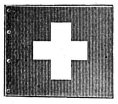
Sämtliches UNGEZIEFER *vertilgt in der ganzen Schweiz*

nach neuest. wissenschaftl. Verfahren, ohne Geruchbelästig. Der einzig sich. Weg mit 100%iger Tötung sämtl. Ungeziefer samt Brut.

Kaspar & Co.
Desinfektions-Gesellschaft
Zürich, Eichbühlstrasse 15, Tel. 72.245
Bern, Münzrain 10
Telephon 36.677

F.C.W.

1. August



Fahnen
Flaggen

Lampions
Beleuchtungsgläser

Feuerwerk
Raketen
Bengalpulver

Weitaus die grösste Auswahl

Franz Carl Weber A.G.
Zürich
Bern — Luzern — Genf
Lausanne

Ich komme

überall hin, um Abschlüsse, Nachtragungen, Neueinrichtungen, Inventuren zu besorgen u. Bücher zu ordnen

Emma Eberhard

Bahnpostfach 100, Zürich
Telephon Kloten 937.207
Revisionen - Expertisen

Fen
Cafémaschine 1935
100% Ausnützung
Fen A.G. Basel 5

Wir offerieren

Mast-hähnli

zu günstigen Preisen gegen Nachnahme. Geflügelfarm Ipsach b/Biel.

HOTEL

mit Restaurant und Terrasse, 30 B., bekanntes, gut frequentiertes Geschäft, Ia Lage an erstklass. Winter- u. Sommerkurort des Berner Oberlandes, mit Zentralheizg. und fliessendem Wasser

sehr günstig zu verkaufen.

Anzahl. Fr. 25—30 000.—. Kaufpreis Fr. 128 000.—. Offert. unt. Chiffre B. O. 2824 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

Jüngeres, fachkundiges Ehepaar wünscht gutgehendes

alkoholfreies

Restaurant

oder kleinere Hotel-Pension zu übernehmen und ersucht um detaillierte Offerten unter G. 3975 Y an Publicitas Bern.

Spezialität seit 1815

Zu vermieten kleines

Restaurant

an bester Lage einer Kantonshauptstadt per 1. Okt. 1936. Nur finanziell gut ausgw. Ehepaar fällt in Betracht. Offerten unter Chifire OF 1739 S an Orell Füssli-Annoncen. Solothurn.

Gesucht für Wintersaison

Barman für Bar-Dancing sowie **Bar-Serviertochter evtl. Barkellner**

Offerten mit Photo und Zeugnisabschriften an Centralsporthotel, Davos-Platz. Nur bestqualifizierte Kräfte werden berücksichtigt.

Hoteliers!

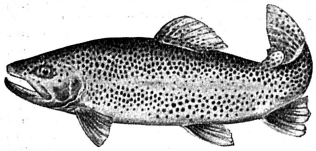
Berücksichtigt in erster Linie die Inserenten Eures Fach-Organs!

Rolladenfabrik A. Griesser s. Aadorf

FILIALEN:
BASEL Gundeldingerstr. 202 Tel. 29.849
LAUSANNE Boulev. de Grancy 14 Tel. 33.272
ZÜRICH Militärstr. 108 Tel. 37.398

Feine lebende

Schweizer Forellen



Bach und Regenbogen

liefern prompt u. in gewünschten Grössen

Forellenfischerei und Fischzuchtanstalten

Augst (Baselland)
Aug. Hohler, Tel. 61.010, und
Zeiningen (Aargau)
Aug. Hohler & A. Lützelschwab, Tel. 87

Die Wiederholung

vervielfacht die Wirkung der Inserate!

Unsere

Einnahmen- und Ausgabenbücher

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

KOCH & UTINGER, CHUR

GESUCHT
mit Eintritt Herbst

TÜCHTIGER

Hotel-Direktor

für grosses Hotel allerersten Ranges (Wintersport). Nur **erstklassige Kräfte** wollen sich melden. Ausführliche Offerten unter Chiffre A. R. 2857 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

---

1. August

Bestellen Sie sofort Papierlaternen, Guirlanden, Papierservietten, Trinkbecher, Trinkhalme

Verlangen Sie Muster und Preisliste

Telephon 44.603

J. H. WASER

LIMMATQUAI 122 — ZÜRICH

Ferner Jasskarten, Tischdeckpapier in Rollen, Bonbücher, Garderobeblocks, Eintrittskarten, Wirtschaftsblocks, Closettpapier.

Ananas-Orange- und Tomato-Juice

Für Ihre Bar!

Verlangen Sie gefl. Muster und Offerten auch für meine weiteren Hotelspezialitäten.

Hans Giger, Bern
Lebensmittel-Grossimport
Gutenbergstrasse 3 Tel. 22.735

Hotelpacht oder Direktion gesucht

Tüchtiger, bekannter Hotelfachmann, in fester Sommerposition, sucht auf kommenden Winter mittelgrosses, gut eingerichtetes Hotel an Wintersportplatz (vorzugsweise Davos, Arosa oder Engadin) unter günstigen Bedingungen zu pachten oder Direktion zu übernehmen. — Offerten unter Chiffre H. P. 2866 an die Hotel-Revue, Basel 2.

Zu verkaufen eventl. zu vermieten

kl. Hotel-Restaurant

an zukunftsreicher Passantenlage im schwyz. Voralpengebiete mit schönster Aussicht auf Bergsee, 900 m hoch, Autopostbaltstelle, 65 km von Zürich, 14 Betten, Touristenlager, Terrasse, Bauernstübli. Occas. Preis Fr. 48000.— inkl. komplettem Inventar. Jahresbetrieb. Anzahlung nach Uebereinkunft. Offerten unter Chiffre H. R. 2860 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

An erstkl. Fremdenort des Genfersees ist ein gutgehendes, mit alter treuer Kundschaft eingeführtes, modern eingerichtetes

mittleres Hotel

in bester, zentraler Lage bei Schiff und Bahn, aus Gesundheitsrücksichten und Ablauf des Pachtvertrages

zu übergeben.

Passend für junges Ehepaar oder Küchenchef. Interessenten, die über einen Barbetrag von 20—30 Mille verfügen, erhalten nähere Auskunft unter Chiffre N. E. 2836 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

Lugano

Infolge Todesfall ist gutgehende, modern eingerichtete

Hotel-Pension

(20 Betten) in zentraler Lage am Quai

zu verkaufen.

Selbstinteressenten belieben sich zu wenden unter Chiffre E. L. 2862 an die Hotel-Revue, Basel 2.

HAUS IN DAVOS

(beste Lage), **geeignet für Pension** oder billiges **Sporthaus** (22 Zimmer, 28 Betten), günstig

zu verkaufen evtl. zu vermieten

Offerten unter Chiffre **O F 3316 D** an **Orell Füssli-Annoncen Davos.**

Die Gäste wollen s'Weggli und den Fünfer

Es ist heute wahrlich nicht leicht, die hohen Ansprüche der Gäste mit dem immer stärkeren Zwang nach Verbilligung der Preise in Einklang zu bringen! Und doch muss ein Ausweg gefunden werden.

Hotels, die früher auf Butterküche schwörten, sind in letzter Zeit vielfach auf eines unserer guten Kochfette übergegangen. Aus den regelmässigen Nachbestellungen ersehen wir, dass sie sehr zufrieden sind. Unsere Kochfette stehen sowohl punkto Geschmack, Aroma und Ausgiebigkeit der Kochbutter nicht nach — sind aber viel billiger und ersparen dem Hotelier eine hübsche Summe im Jahr.

Wir offerieren Ihnen

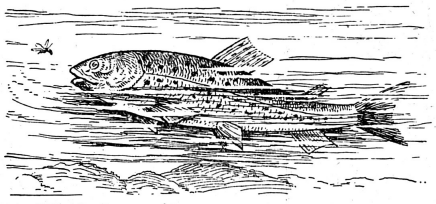
„Kaspar-Gold"	mit 10% Tafelbutter, etwas Feines für die gepflegte Küche	Fr. 2.75
„Kaspar-Rot"	ein sehr feines Kochfett, ausgiebig und besonders preiswert	Fr. 2.15
„Haka-Weichfett"	gut, ergiebig, monatelang haltbar . . .	Fr. 1.90

Welchem dieser 3 Kochfette Sie auch den Vorzug geben, wir können Ihnen garantieren, dass Sie damit gut fahren werden. Wir besitzen eine langjährige Erfahrung in der Kochfettherstellung und bieten Ihnen allererste Qualität zu Preisen, die sowohl den hohen Ansprüchen der Gäste wie der schweren Lage der Hotellerie angepasst sind.

Machen Sie bitte einen Versuch! Wenn Sie nicht voll und ganz zufrieden sind, nehmen wir den angebrochenen Kessel zum vollen Preis zurück. Sie riskieren also nichts . . . wirklich gar nichts, da wir sogar das Porto Ihrer Karte oder die Telephonspesen auf der Faktura abziehen. — Wollen Sie nicht gleich einen Probe-Eimer verlangen?

Hans Kaspar A.G., Zürich 3
Tel. 57.730 Trustfreie Speisefettfabrik

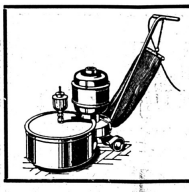
Die feinen Forellen
von Brunnen beziehen, heisst



vorteilhaft einkaufen! — Reduzierte Preise!

Zuverlässige Lieferung lebender und küchenfertiger Forellen, exakte Grösse, jede Menge vorrätig.

AD. GROPP & CO. A.-G., BRUNNEN
FORELLENZUCHT TELEPHON 80



Warum noch lange warten?

wenn Sie die bewährte Bodenputzmaschine Universal ja doch einmal anschaffen? Besser schon jetzt, denn Sie können dann sofort von den enormen Einsparungen profitieren. — Vorführung jederzeit und unverbindlich.

Suter-Strickler Söhne, Maschinenfabrik, Horgen

Hoteliers, Mitglieder des S. H. V.
wenden Sie sich bitte bei Bedarf von

Lieferanten-Adressen
stets an die Administration der Hotel-Revue

---

und einer sagt's dem andern!

„Man muss in diesen Zeiten zusammenhalten und nichts versäumen, wenn einer dem andern helfen kann . . . ."

Und das ist doch wirklich oft mit ein klein wenig Überlegung möglich. Zum Beispiel: Sie können Passugger-Theophil für Ihre Gäste bestellen. Dabei erhalten Sie ein absolut unverfälschtes Mineralwasser und die Brunnenverwaltung als gutes Mitglied des Wirte- und Hoteliervereins versichert Sie bester und stets gleich reeller Bedienung.

Passugger ist reell

Zum 1. August

Ballonlaternen, einfarbig, in allen Farben, Durchmesser 27×24 cm 100 Stück Fr. 33.—, Stück Cts. **40**

Ballonlaternen, rot mit Schweizerkreuz, Durchmesser 27×24 cm, 100 Stück 36.50 Stück Cts. **40**

Illuminationsgläser mit farbiger Papierhülle, rot, blau, grün, gelb, orange oder weiss, Dtzd. 2.80, Stück Cts. **25**

Lichtstöcke hiezu 2½—3 Stunden Brenndauer 100 Stück 7.50, Dtzd. 95, Stück Cts. **10**

Hotel-Fahnen mit Hissvorrichtung, Ecken verstärkt, 1a Qualität Croisé

Grösse 100×100 cm **6.60**
Grösse 100×120 cm . . . . . **8.—**
Grösse 160×160 cm . . . . . **14.—**

Flaggen mit Querstangen, Eicheln und Seil, zum Aufhängen, prima Coutilstoff, rot-weiss oder blau-weiss

Grösse 80×400 cm **15.80**
Grösse 80×600 cm . . . . . **24.—**
Grösse 80×800 cm . . . . . **29.—**

Grosses Lager in Festartikeln und Dekorationen

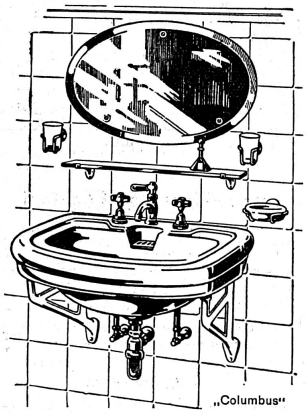
Prompter Nachnahme-Versand
Telephon 70.270 oder 71.270

Jelmoli
Haus für Qualitätsware, Zürich

Ihr Hotel ist stets besetzt

wenn Sie in Ihren Zimmern Waschtische mit fliessendem temperiertem Wasser haben

BAMBERGER, LEROI & CO., ZÜRICH
Aktien-Gesellschaft
Fabrik sanitärer Einrichtungen



„Columbus"

Votre hôtel sera toujours au complet

si les lavabos avec eau courante et tempérée sont installés dans toutes vos chambres

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

Die FERIENGÄSTE sind da..

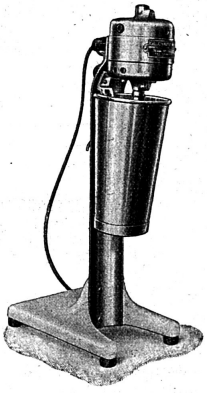
alles ist bereit.

Servieren Sie nun in dieser Saison mehr Käse. Sei es zum Frühstück, zur Suppe oder als Dessertplatte, immer ist er willkommen.

Richtlinien für Sortenwahl, Eignung und Behandlung senden wir Ihnen gerne gratis.

Schweiz. Milchkommission, Bern

den Käse nicht vergessen!



Der elektrisch betriebene

GETRÄNKE-MIXER

darf auf keinem Buffet fehlen, sei es für die Bar, das Restaurant oder für das Hotel. Für die Zubereitung von Frappés, Cocktails etc. leistet er vortreffliche Dienste.

Auch Trinkhalme, Zitronenpressen, Eiscoupes und Glaceelöffel kaufen Sie vorteilhaft bei:

SCHWABENLAND & CO. A.G.
HOTEL-KÜCHEN- & KONDITOREIEINRICHTG. ZÜRICH

„AKO"
das unübertroffene, garantiert chlorfreie Bleichwaschmittel

Seifenmehl-Spezial und Seifennudeln
garant. reine Seife, liefert vorteilhaft

Chemische- und Seifenfabrik Stalden in Konolfingen