

**Zeitschrift:** Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels  
**Herausgeber:** Schweizer Hotelier-Verein  
**Band:** 39 (1930)  
**Heft:** 20  
  
**Rubrik:** Todes-Anzeige : A. Frey-Martin

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 22.02.2026

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

# SCHWEIZER HOTEL-REVUE

## REVUE SUISSE DES HOTELS

Nº 20  
BASEL, 15. Mai 1930

Nº 20  
BALE, 15 mai 1930

**INSERTATE:** 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. Zuschlag für Postabonnemente 30 Cts. AUSLAND: bei direktem Bezug jährlich Fr. 15.—, halbj. 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  
mit illustrierter Monatsbeilage:  
„Hotel-Technik“

Neundreissigster Jahrgang  
Trente-neuvième année

Paraît tous les jeudis  
avec Supplément illustré mensuel:  
«La Technique Hôtelière»

**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. Abonnements par la poste en Suisse 30 cts. en plus. Pour l'ETRANGER: Abonnement direct: 1 an, 15 fr.; 6 mois, 8 fr.; 3 mois, 5 fr.; 1 mois, 1 fr. 80. Abonnement à la poste: demander le prix aux offices de poste étrangers. Pour les changements d'adresse il est perçu une taxe de 30 centimes.

Postcheck- & Giro-  
Konto No. V 85

Redaktion u. Expedition: Aeschengraben No. 35, Basel  
Verantwortlich für Redaktion und Herausgabe: Dr. Max Riesen

TELEPHON  
Safran No. 11.52

Rédaction et Administration: Aeschengraben No. 35, Bâle  
Druck von Emil Birkhäuser & Cie., Basel

Compte de chèques  
postaux No V 85



### Todes-Anzeige

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

Herr

**A. Frey-Martin**

Direktor des Roseg Hotel  
Pontresina

am 9. Mai im Alter von 44 Jahren  
gestorben ist.

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

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

### Inhalts-Uebersicht

#### Haupt-Artikel:

Die Wichtigkeit von Experten — Grosse  
Schweizer Alpenroute — Tessiner Sprachenge-  
setz — Der Maler in der Werbebrochure —  
Illustrierter Hotelführer.

#### Petit-Artikel:

Bankbericht — Streiflichter über die Muster-  
messe — Gärung und Fäulnis in Keller und  
Küche.

#### Kleine Meldungen und Notizen.

#### Fragekasten.

### Mitglieder-Bewegung Mouvement des membres

#### Neuanmeldungen.

#### Demandes d'admission.

#### Betten Lits

Sig. Giuseppe Denicola, Pension zu Post, Arvigo	7
Frau G. Schellenberg, Pension Wijers, Davos-Platz	26
Hr. Felix Schmid, Hotel Seeböf, Lenz- heidesee	50
Hr. Fritz Fries, Kurhaus Bad Losterf, Losterf	70
Hr. Jos. Mattie, Hotel Löwen, Pfäfers	15
Hr. Chr. Schmid, Hotel Bernina, Ponte- resina	60
Hr. Fritz Drefs, Hotel Usterhof, Uster	25
Hr. G. Wagnon-Christen, Hotel Kurhaus Therme, Vals	75
Hr. Adolf Neumaier, Hotel Schweizerhof u. National, Zürich	145
M. Alexandre Poltera, Dir., Hotel Villa Serbelloni, Bellagio (Italien)	P.M.

### „Grosse Schweizer Alpenroute“

Dr. H. A. Gurtner, Lauterbrunnen

Keine originelle Idee,  
Doch zeitgemäss in der Anwendung.

**Taufakt:** Grosse Schweizer Alpenroute —  
Nord-Südroute — Transversale — „Auto-  
mobilisierung“ und Industrialisierung —  
Entwicklungstendenzen — Anteil der Na-  
tionen — Gesamttourismus: Schweiz —  
Ausland — Wirtschaftliche Bedeutung —  
Propaganda.

#### I.

Nein, ganz originell ist die Idee einer  
„Grossen Schweizer Alpenroute“ nicht mehr,  
nachdem die „Route des Alpes“ in Frankreich  
sich über ein Jahrzehnt ausgewirkt und be-  
währt hat. Evian - Nice, befahren durch die  
P. L. M. und zahlreiche Privatautos, kann  
man sich heute nicht aus dem Fahrprogramm  
des kontinentalen Automobilisten wegden-

ken. Dürfen wir in der Schweiz das Vorgehen  
unserer westlichen Nachbarn kopieren?

Wenn wir uns den grossen Automobil-  
verkehr über die höchsten Alpenpässe vor  
Augen halten und sehen, wie dieser Verkehr  
während der Sommermonate verläuft, so  
dürfen wir heute auch ganz getrost an eine  
propagandistische Beeinflussung dieses Ver-  
kehrs herantreten: spezielle Strassenver-  
bindungen hervorheben, ihnen bezeichnende  
Namen beilegen und den Scheinwerfer der  
Propaganda auf sie einstellen.

Als meistbefahrene Routen haben wir  
hervor: die Transversale: Lyon—Genf—  
Lausanne—Montreux—Bern oder Interlaken  
—Luzern—Zürich—St. Gallen oder Kon-  
stanz—München; die Nord—Süd Route  
vom Schwarzwald über Gotthard oder Grimsel  
—Simplon nach den italienischen Seen und  
Mailand und die Grosse Schweizer Alpen-  
route der Hochsommermonate: Pion-  
—Grimsel—Furka—Oberalp—Julier als Ver-  
bindungsstrasse der grossen Touristenzentren  
des Genfersees, des Wallis, Berner Oberlandes  
und des Engadins.

2.

Grundlage des seit ungefähr einem Jahr-  
hundert kräftig anschwellenden Autotourismus  
ist die „Automobilisierung“ der Welt, für  
uns speziell Europas. Der Weltbestand  
an Automobilen lässt sich ungefähr auf  
32 Millionen<sup>1)</sup> Wagen errechnen. Davon  
laufen in U. S. A. 24,500,000; Grossbritan-  
nien 1,309,000; Frankreich 1,088,000; Ka-  
nada 1,078,000; Deutschland 577,000; in der  
Schweiz 71,000<sup>2)</sup> usw.

Dies sind die Zahlen für die Automobile  
ohne Einrechnung der Motorräder. Dass die  
U. S. A. heute so ziemlich automobilisiert sind,  
wird vom grossen zahlenmässigen Vorsprung  
gegenüber dem Wagenbestand der übrigen  
Welt bewiesen. Die grosse Zahl zeigt uns  
aber auch, bis zu welchem Grade sich ein  
Staat unseres Kulturkreises mit Automobilen  
durchsetzen lässt. Wir dürfen aber keines-  
wegs glauben, dass mit dem Verhältnis: ein  
Automobil auf 5 Personen dieser Prozess der  
Automobilisierung zum Stillstand komme.  
Die führenden Unternehmer der Automobil-  
produktion teilen diese Ansicht nicht und  
steigern noch ihre Produktionsfähigkeit. Wird  
aber das Verhältnis z. B. von 1:5 auf 1:2,5  
gebracht, so bedeutet dies ja eine neue Ver-  
doppelung(!) des Bestandes. Die Automobili-  
sierung der übrigen Welt steht aber noch  
bevor und welche Vermehrung in diesen  
Staaten noch zu erwarten ist, kann unge-  
fähr vom heutigen Verhältnis zwischen  
Bevölkerungszahl und Automobilbestand  
geschlossen werden.

Während heute in den U. S. A. auf je  
5 Personen ein Automobil gerechnet wird,  
stellt sich das Verhältnis in den übrigen  
Ländern wie folgt. Es entfällt je 1 Personen-  
automobil auf

5 Personen in	den U. S. A.
9	„ Kanada
9	„ Neuseeland
12	„ Australien
35	„ England
35	„ Argentinien
38	„ Frankreich
39	„ Dänemark
48	„ Schweden
62	„ Südafrika
66	„ der Schweiz
91	„ Belgien
111	„ Holland
114	„ Deutschland
114	„ Spanien
218	„ Italien
229	„ Mexiko
353	„ Brasilien
731	„ Niederländisch Indien
814	„ Japan
2548	„ British Indien

<sup>1)</sup> Anfang 1929.  
<sup>2)</sup> Ende 1929.

## Die Wichtigkeit von Experten in der Hotellerie

Ein Mitglied aus der Zentralschweiz er-  
klärt uns: Schon oft habe ich es in meinem  
Betrieb als Mangel empfunden, dass mir für  
gewisse technische Fragen keine genügend  
objektiven Experten zur Verfügung stehen.  
Will ich eine neue Maschinerie für die Küche  
erproben, so werden uns wohl alle möglichen  
Prospekte und Empfehlungen zugeschickt.  
Bei der ganzen Fülle des Materials weiss ich  
aber nicht, was ich wählen soll. Ein Miss-  
griff kann mich unter Umständen viele tau-  
send Franken kosten, Ausgaben, die ein  
Hotelbetrieb nicht auf sich nehmen kann.  
Objektive und wirklich neutrale Experten,  
welche mich sachlich und unbeeinflusst be-  
raten könnten, stehen mir aber nicht zur  
Verfügung.

Schlimmer wird die Sache noch, wenn ich  
eine Installation bereits besitze und dann  
genötigt bin, wegen Mängeln an den Appa-  
raten jemand zum Ratschlag herbeizuziehen.  
Nehme ich den Installateur, so erklärt er  
mir selbstverständlich, dass der Fehler an  
der Unzulänglichkeit meiner Angestellten  
liege oder der unrichtige Gebrauch der Ma-  
schinerie den Mangel verursacht habe usw.  
Wennmöglich muss ich dann einen grossen  
Teil der Apparatur herausreissen lassen, und  
einige tausend Franken sind wieder dahin.  
Ziehe ich aber eine andere Firma heran, so  
wird meist erklärt, die Maschinerie sei über-  
haupt nichts wert und nur die Apparate der  
neuen Firma kämen in Betracht. Vielfach  
will man dann Reparaturen überhaupt nicht  
ausführen.

So hatte ich in der letzten Zeit mit den  
Kühleinrichtungen meines Hotels enorme  
Schwierigkeiten. Die Sache ist noch jetzt  
nicht erledigt, trotzdem ich mich mit allen  
möglichen Experten und Fachleuten herum-  
geschlagen habe. Ähnliches trifft zu für die  
Liftvorrichtungen im Hotel. Auch da fehlt  
vielfach eine objektive Expertise, die uns  
beraten kann, ob der Lift noch gebrauchsfä-  
hig ist oder nicht. Wohl gibt es ja aus-  
gezeichnete Firmen, die uns heute tadellose  
Lifts liefern, aber die Leiter dieser Firmen  
können auch nicht immer wissen, was ihre  
Installationsarbeiter tun und behaupten. Wie  
oft kommt es vor, dass ein solcher Arbeiter  
aus Bequemlichkeit oder, um seinem Ge-  
schäft einen Nutzen zu verschaffen, grosse  
Reparaturen oder gar Neuinstallationen ver-  
anlasst, wo sie bei richtiger Untersuchung gar  
nicht notwendig gewesen wären. Dem Hotel  
aber, das rechnen muss, erwächst aus der-  
artigen oberflächlichen Untersuchungen ein  
grosser Schaden.

Der Schweizer Hotelier Verein sollte daher  
unbedingt dazu kommen, die Frage von neu-

tralen Expertisen für einzelne Fachgebiete  
zu prüfen. Der Verein sollte solche Experten  
geradezu in seinen Dienst nehmen und ge-  
wisse Normen für ihre Entschädigungen auf-  
stellen. Das Geschäft würde sich für den  
Hotelier sowohl als auch für den Experten  
lohen.

Eine weitere Frage, die mit obigem im  
Zusammenhang steht, ist die, ob vom Schwe-  
izer Hotelier-Verein aus nicht für eine bes-  
sere Instruction des bezüglichen Personals  
gesorgt werden sollte. Sicherlich fehlt es  
unserem Hotelpersonal, welches die Bedie-  
nung von Küchenmaschinen, Lifts, elek-  
trischen Anlagen usw. besorgt, das die  
Kühlräume unter sich hat usw., an einer  
sachgemässen fachlichen Instruction. Es  
würde sich unter Umständen lohnen, für das  
Personal, welches die Lifts, gewisse elek-  
trische Anlagen, Küchen- und Waschma-  
schinen zu besorgen hat, spezielle Instruk-  
tionskurse zu veranstalten. Auch auf diese  
Weise würde der Hotellerie viel Geld er-  
spart und andererseits bekäme man dann viel-  
leicht eher und leichter jenes Personal, wie  
Wäscher usw., das uns speziell in der Saison-  
hotellerie in einem hohen Masse fehlt.

\* \* \*

Nachschrift der Redaktion. Die  
Vereinsleitung S. H. V. schenkt auch den  
hier aufgeworfenen Spezialfragen die ver-  
diente Aufmerksamkeit und Beachtung. Auch  
stehen dem Zentralbureau Fachleute zur  
Seite, die auf Wunsch bereit sind, auf allen  
Gebieten des Hotelbetriebes und der fach-  
technischen Einrichtungen allfällige An-  
fragen um Auskünfte und Ratschlag in ob-  
jektiver Form zu beantworten. Die Vereins-  
mitglieder wollen sich daher mit derartigen  
Anliegen getrost an die Direktion des Zentr-  
albureau wenden. Selbstverständlich kann  
aber der S. H. V. nicht für jedes Spezial-  
gebiet einen besonders vorgebildeten Be-  
amten als Experten oder als wissenschaft-  
lichen Berater anstellen, da diese Entwick-  
lung zur Überorganisation und Unwirt-  
schaftlichkeit im Vereinsbetrieb führen  
müsste. Andererseits ist aber das „Universal-  
genie“ noch nicht vorhanden, das in der Lage  
wäre, die Hotels über die sämtlichen Einzel-  
fragen der Betriebstechnik, der Installationen  
und Anlagen etc. zweckmässig und folge-  
richtig zu informieren und zu beraten, wes-  
halb wir uns bisher in solchen Informations-  
fällen um Ratschlag an diverse Fachleute  
der einzelnen Sparten wandten. Das Zentr-  
albureau ist auch fortgesetzt bemüht, diesen  
Kreis von Ratgebern nach Möglichkeit zu  
erweitern.

3.

Nach neuesten statistischen Feststellun-  
gen verteilt sich die erwerbstätige Be-  
völkerung in einigen europäischen Ländern  
auf die Berufsgruppen von Industrie, Handel  
und Verkehr wie folgt (in %):

Gross- britannien (1921)	51,5	in Industr. u. 22,2	in Verkehr = 73,7
Belgien (1920)	49,1	„ 18,6	„ = 67,7
Schweiz (1920)	44,7	„ 16,6	„ = 61,3
Holland (1920)	38,0	„ 21,3	„ = 59,3
Deutschland (1925)	41,4	„ 16,5	„ = 57,9
Frankreich (1921)	33,0	„ 13,7	„ = 46,7
Norwegen (1920)	29,4	„ 19,7	„ = 49,1
Dänemark (1921)	28,1	„ 17,0	„ = 45,1
U. S. A. (1920)	34,4	„ 26,0	„ = 61,0