

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 39 (1930)
Heft: 20

Artikel: Die Wichtigkeit von Experten in der Hotellerie
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-540994>

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: 18.02.2026

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“

Neununddreissigster 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 be-
wahren.

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 Poltéra, Dir., Hôtel 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 Millionen¹⁾ 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 71,000²⁾ 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

¹⁾ Anfang 1929.

²⁾ 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 Entwik-
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