

**Zeitschrift:** Hotel-Revue  
**Herausgeber:** Schweizer Hotelier-Verein  
**Band:** 70 (1961)  
**Heft:** 48

## Heft

### 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:** 16.08.2025

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



Basel, den 30. November 1961

Nr. 48

Revue suisse des Hôtels  
Organe pour l'hôtellerie et le tourisme  
Propriété de la Société suisse des hôteliers  
70e année — Paraît tous les jeudis

Schweizer Hotel-Revue  
Organ für Hotellerie und Fremdenverkehr  
Eigentum des Schweizer Hotelier-Verein  
70. Jahrgang — Erscheint jeden Donnerstag

Einzelnummer 60 Cts. Le numéro

## Gesundes Betriebsklima erleichtert die Personalbeschaffung

### Vorgesetztenschulung — eine Selbsthilfeaktion des Schweizer Hotelier-Verein

Der Personalmangel ist eine Tatsache. Man kann ihn nicht negieren. Aber mit dem Klagediel darüber kommt man nicht weiter. Der SHV hat deshalb vor einem Jahr eine erfreuliche Initiative ergriffen, indem er eine Kommission für Betriebsrationalisierung und Betriebsberatung geschaffen hat. Ihre Aufgabe ist es, alle Möglichkeiten zu prüfen, unseren Betrieben aus der Personallemme zu helfen. Dabei hat es nicht die Meinung, dass sich diese Kommission selbst mit der Frage der Personalbeschaffung zu befassen habe. Diese fällt in den Aufgabenbereich anderer Instanzen des Vereins. Ausgehend von der Überlegung, dass alle Massnahmen zur Verbesserung der Arbeitsmarktlage für gastgewerbliches Personal, so sehr sie notwendig sind, nicht ausreichen werden, um den stets wachsenden Personalbedarf zu decken und der Personalmangel deshalb als eine Dauererscheinung zu betrachten ist, sind unsere Vereinsinstanzen zur Überzeugung gelangt, dass auch noch andere Mittel und Wege gesucht werden müssen, um ihn zu mildern. Wie sehr diese Überlegung auf der Hand liegt, geht daraus hervor, dass immer weiter entfernte Arbeitsmärkte erschlossen werden müssen und dass selbst diejenigen ausländischen Arbeitskräfte, die uns heute noch zur Verfügung stehen, vielleicht schon morgen nicht mehr im vollen Umfange verfügbar sind. Die Töne des italienischen Arbeitsministers, Herrn Sullo, auch wenn man sich durch die ausgesprochenen Drohungen nicht allzu sehr beeindrucken lassen darf, zeigen doch, dass wir bezüglich des wichtigsten Arbeitskräftereservoirs — Italien — mit gewissen Unsicherheitsfaktoren rechnen müssen. Und die Freizügigkeit der Arbeitskräfte im EWG-Raum sind auch nicht dazu angetan, allzu optimistisch in die Zukunft zu blicken.

Was aber, wenn alle Anstrengungen zur Rekrutierung ausländischen Personals auf stets wachsende Schwierigkeiten stossen, kann, abgesehen von den Massnahmen zur Nachwuchsförderung im Inland, getan werden, um die Personalnot zu lindern?

Bekanntlich ist die Kommission für Betriebsrationalisierung und Betriebsberatung — unsere Mitglieder sind darüber aus der Feder von Herrn J. Meier, Davos, eingehend orientiert worden — in drei Subkommissionen aufgliedert, von denen die zweite sich mit der betriebswirtschaftlichen Beratung und die dritte mit der betriebstechnischen Beratung befasst, während die erste das Problem von der erzieherischen Seite anpackt und durch das Mittel der Vorgesetztenschulung und der Kaderausbildung darauf abzielt, ein besseres Betriebsklima herzustellen, das Qualitätsniveau zu heben und die Arbeits- und Leistungsfreudigkeit zu steigern.

Der Umstand, dass die Gesamtkommission letzte Woche auf dem Gurten tagte, wo gleichzeitig der erste offizielle Kurs für Vorgesetztenschulung stattfand, wurde vom SHV zum Anlass genommen,

#### eine kleine Pressekonferenz

durchzuführen, um auch einer weiteren Öffentlichkeit Gelegenheit zu geben, mit den Bestrebungen der organisierten Hotellerie vertraut zu werden. Unser Vizepräsident, Herr H. Schellenberg, Winterthur, konnte namens des SHV eine stattliche Zahl von Bundesstadtrektorinnen begrüssen, wobei er darauf hinwies, dass die ganze Tätigkeit der Kommission für Betriebsrationalisierung und Betriebsberatung ganz auf dem Selbsthilfeprinzip aufgebaut ist und keinerlei staatliche Hilfe beansprucht. Der Präsident der Gesamtkommission, Herr J. Meier, Davos, orientierte sodann die Pressevertreter über die Zielsetzungen der Kommission, deren Tätigkeit einer längeren Anlauf- und Einführungszeit bedarf. Angesichts der wenig erfreulichen Aussichten hinsichtlich der Gestaltung des gastgewerblichen Arbeitsmarktes hat sich die Kommission Aufgaben gesetzt, die alle den Sinn haben, den Mitgliedern des SHV mit Rat und Tat beizustehen und ihnen über die scheinbar unüberwindlichen Hindernisse hinwegzuhelfen.

#### Manager — ein neuer Beruf

Herr Uli Prager, der Vorsitzende der Subkommission I, die sich mit der Vorgesetztenschulung und

Kaderausbildung befasst, kam auf das Managerproblem zu sprechen. Hotellerie und Gastgewerbe sind Schlüsselpositionen für das Renommée, das ein Land in der ganzen Welt genießt, denn von der Art ihrer Betriebsführung, von ihrer Leistungsfähigkeit, von ihren Einrichtungen hängt der Ruf weitgehend ab. Deshalb muss dazu Sorge getragen werden, dass uns der gute Ruf erhalten bleibt. Die Rationalisierung, von der man heute — nicht immer mit ganz klaren Vorstellungen — so häufig spricht, setzt sich aus einer Menge kleiner und kleinster Probleme zusammen, die zu meistern hohe Anforderungen stellt.

Das Führen eines Betriebes ist heute zu einem neuen Beruf geworden, der nichts zu tun hat mit der Führung einer Küche oder mit kaufmännischer Ausbildung. Die Zeit des Hoteliers, der «von der Pike» her aufgestiegen ist, durch Erfahrung seine Kenntnisse erworben hat, des Spezialisten, der dank seines Könnens am Anfang schnell vorwärts gekommen ist, ist vorbei. Heute ist es der Manager, der dem Betrieb die Persönlichkeit verleiht. Ihm fällt es zu, sich über die Probleme klar zu werden, sie zu durchdenken, kurz, unternehmerisches Denken zu entwickeln. Der Manager muss aber nicht nur wissen, was er will, Pläne entwerfen, organisieren, Arbeiten zuteilen, Kompetenzen geben können, sondern er muss auch formulieren und seinen Untergebenen ein gemeinsames Ziel vor Augen führen können. Das Management ist ein neuer Beruf, denn Naturtalente sind selten. Aber nicht nur der Betriebsleiter, auch die Chefbeamten sollten mit den Problemen der Betriebsführung vertraut sein. Noch steckt das Management bei uns in den Kinderschuhen. Darum schätzen wir uns glücklich, in der Person von Herrn Dr. R. Schnyder eine Persönlichkeit gefunden zu haben, die uns hinsichtlich der Vorgesetztenschulung helfen kann, und im Schweizer Hotelier-Verein diejenige Instanz, die uns die nötigen Mittel in grosszügiger Weise zur Verfügung stellt.

Herr Dr. Robert Schnyder, Unternehmensberater, Lausanne, mit der Hotellerie übrigens verwandtschaftlich verbunden (Fam. Schnyder, Villa Castagnola, Lugano), enthüllte im Anschluss an die Ausführungen von Uli Prager das

#### Konzept der Kaderschulung in der Schweizer Hotellerie

Einleitend bemerkte er, dass in der Industrie bereits in der ersten Nachkriegszeit mit der Kaderschulung begonnen wurde. Als relativ spät kommende hat die Hotellerie den Vorteil, sich die bisherigen Erfahrungen im industriellen Sektor zu nutzen machen zu können. Mit dem Satz: «Ein Mensch wirkt auf andere nur durch seine Persönlichkeit» nahm er gleich vorweg, worauf es ihm in der Vorgesetztenschulung ankommt, nämlich in erster Linie die Persönlichkeit der Vorgesetzten zu fördern, auf dass sie sich zu dem entwickeln, was der Mitarbeiter erwartet: einen strengen, aber zugleich gerechten und wohlwollenden Chef, denn nicht nur der geschäftliche Erfolg, sondern auch der Hausgeist wird in erster Linie durch den obersten Chef und seine leitenden Angestellten bestimmt. Vom Hausgeist, vom Betriebsklima aber hängt die Arbeitsfreude der Mitarbeiter ab.

Indessen muss man sich stets bewusst sein, dass Führung eine Kunst ist, die, wie jede Kunst, durch Form und Inhalt bestimmt. Es genügt nicht, dem Vorgesetzten methodische Anleitungen zu vermitteln, wie er zu führen hat. Im Umgang mit Menschen hängt der Erfolg wesentlich von der Geisteshaltung, die der Führung zu Grunde liegt, ab. Es gilt somit, eine bestimmte Geisteshaltung herbeizuführen und sie zum Durchbruch zu bringen. Denn der Mitarbeiter ist nicht ein Objekt, sondern ein Subjekt. Weil die Hotellerie eine grosse Zahl von Fremdarbeitern beschäftigt, steht sie vor einer besonders schwer zu lösenden Aufgabe. Das ist aber nur ein Grund mehr, warum wir erst recht den Glauben wachrufen müssen, dass es sich lohnt, sich um den Menschen im Betrieb zu kümmern und ein schönes Mitarbeiterverhältnis anzustreben. Der Schweizer Hotelier-Verein baut denn auch seine Schulungstätigkeit bewusst und konsequent auf

# hotel revue

einer ethischen Grundhaltung auf, die bester schweizerischer Tradition entspricht.

Die ethische Gesinnung kann sich in unzähligen Varianten ausdrücken. Jeder Betrieb bekommt durch seinen Patron ein eigenes Gesicht. Es wäre deshalb falsch, dem Vorgesetzten schematische Verhaltensweisen aufzudrängen. Im Gegenteil soll jede Schematisierung vermieden werden. Es gibt jedoch Grundgesetze, die in der Natur des Menschen begründet sind und die, wenn sie nicht respektiert werden, zwangsläufig zur Entstehung von Schwierigkeiten führen. Welches sind diese Grundgesetze? und in welcher Weise kann sie der Hotelier bei der Führung seines Betriebes berücksichtigen? Auf diese Frage eine Antwort zu geben, bezeichnete Dr. Schnyder als das Ziel der Schulungskurse.

#### Das praktische Vorgehen

beruht auf der Überlegung, dass, da das Betriebsklima immer von der obersten Betriebsleitung bestimmt wird, die Schulungskurse immer von oben nach unten aufgebaut sind. So werden denn zuerst eine Reihe von fünftägigen Seminaren für Betriebsinhaber und Direktoren durchgeführt. In einer zweiten Stufe, ab 1962, gelangen dezentralisierte

Kurse für die ersten Mitarbeiter jener Betriebe zur Durchführung, deren Leiter einen Grundkurs besucht haben.

Es soll aber nicht graue Theorie doziert werden. Die Kurse wollen lebensnah bleiben, weshalb der Kursstoff von Fall zu Fall den konkreten Bedürfnissen der Betriebe angepasst wird, denn das primäre Ziel ist stets das gleiche: den Unternehmern behilflich zu sein, ihre Führungsprobleme zu lösen mit denjenigen Mitteln, die auf jeden Betrieb zugeschnitten sind.

Die Pressevertreter waren sichtlich beeindruckt, einmal von einer neuen Wege beschreitenden Selbsthilfeaktion der schweizerischen Hotellerie zu hören, und die nachfolgende lebhaft Diskussion zeigte denn auch, mit welch grossem Interesse sie der Orientierung über die Vorgesetztenschulung gefolgt waren.

Es sei hier abschliessend noch vermerkt, dass die Teilnehmer des ersten offiziellen Kurses in heller Begeisterung nach Hause zurückgekehrt sind — der beste Beweis dafür, dass der SHV bzw. die Kommission für Betriebsrationalisierung und Betriebsberatung mit diesem Teil ihres Programms einen ersten, beachteten Erfolg für sich buchen kann.

## Avant le scrutin du 3 décembre

### Les caractères de l'horlogerie suisse justifient un statut spécial

La troisième votation fédérale de l'année, celle du 3 décembre, aura pour objet le nouveau statut horloger, adopté par les Chambres dans leur très grande majorité, mais contre lequel le referendum a été lancé. Chacun, en Suisse romande, se rend-il compte du rôle que joue l'horlogerie dans toute la région du Jura? Il ne sera peut-être pas inutile de donner certaines précisions à ce sujet. L'horlogerie est l'une de nos principales industries, puisqu'elle englobe environ 2800 entreprises indépendantes occupant près de 70000 personnes. En outre, elle est, par définition, une industrie d'exportation, qui expédie à l'étranger environ 97% de sa production et qui fait rentrer au pays, bon an mal an, plus d'un milliard de francs, tandis qu'elle ne dépense qu'une somme minime pour ses importations de matières premières.

#### Un cas particulier

Pourquoi, se demandera-t-on peut-être, la Confédération a-t-elle dû intervenir en faveur de cette branche et lui accorder, depuis près de trente ans, une certaine protection? C'est que l'horlogerie représente, dans notre économie suisse, un cas particulier et qu'elle ne saurait être mise sur le même pied que d'autres branches. Il s'agit tout d'abord d'une industrie où la petite entreprise tient une large place — on n'y trouve en effet que 126 entreprises occupant plus d'une centaine d'ouvriers. Autre caractéristique: dans l'horlogerie, la division du travail est poussée très loin. Enfin, la montre ne représente pas un produit d'une nécessité vitale et, de plus, l'horlogerie subit, dans une certaine mesure, l'influence de la mode. Tout cela la rend plus vulnérable que bien d'autres branches aux fluctuations de l'activité économique, aux «récessions» et autres crises, et elle réagit rapidement aux mesures protectionnistes prises par certains Etats. N'oublions pas aussi que l'horlogerie est une branche extrêmement compliquée — puisque la fabrication d'une montre moyenne n'exige pas moins de 1650 opérations! De l'avis même de la commission fédérale d'étude des prix, il est très difficile de pénétrer, du dehors, dans les arcanes de cette branche de notre activité économique.

Ce qui précède suffit à expliquer pourquoi la crise économique aiguë des années trente devait frapper de façon tout particulièrement redoutable notre industrie horlogère. Et pourquoi la Confédération a dû, en 1934, intervenir, pour subordonner à un permis l'exportation des ébauches et des pièces détachées, de même que l'ouverture de nouvelles entreprises et la transformation de celles qui existaient. Plus tard encore, les autorités déclarèrent d'application obligatoire générale les tarifs minimaux établis par les associations horlogères. Ce

régime, adopté en vertu du droit de nécessité, resta en vigueur jusqu'à l'introduction, dans la Constitution fédérale, des nouveaux articles économiques, qui allaient permettre de donner une base légale à ces mesures.

En 1951, on décida donc de maintenir les mesures prises en 1934, en les assouplissant, en modifiant certaines d'entre elles et d'en faire le statut de l'horlogerie. Ce statut est entré en vigueur le 1er janvier 1952, et sa validité expire à la fin de l'année.

#### Bien des choses ont changé

Bien des choses ont changé depuis dix ans. Ce qui fait qu'on peut laisser tomber aujourd'hui certaines dispositions qui n'ont plus leur raison d'être. En revanche, on a décidé d'en introduire une nouvelle, le contrôle technique des montres et mouvements de montres, contrôle réclamé par l'industrie horlogère elle-même pour éviter que l'on exporte des articles de qualité médiocre qui feraient un tort considérable à la branche. Ce contrôle paraît d'autant plus nécessaire que la concurrence s'est aggravée encore depuis dix ans, qu'elle exerce une pression sur les prix et que d'aucuns seraient tentés, dans ces conditions, de rogner sur la qualité pour pouvoir réduire les prix.

Chacun s'accorde à trouver, en Suisse romande, que le nouveau régime répond aux exigences actuelles et qu'il ne saurait être question de supprimer d'un trait de plume toutes les mesures prises en faveur de l'horlogerie et qui sont en vigueur depuis près de trente ans. Le referendum lancé en Suisse allemande — plus des neuf dixièmes des signatures ont été recueillies outre Sarine! — oblige les électeurs, qui n'en demandaient pas tant, à se prononcer sur ce projet. Il faut souhaiter qu'il soit approuvé, puisqu'il s'agit de défendre, dans l'intérêt du pays tout entier, l'une de nos principales industries nationales.

M. D.

## Aus dem Inhalt:

Lire entre autres dans ce numéro:

L'horlogerie et le tourisme . . . . .	2
Betrachtungen zu einer Fachschau . . . . .	2
Verhandlungen des Verwaltungsrates der AIH in Tel-Aviv . . . . .	3
Text — Graphik — Druck . . . . .	3
Zur Prospektgestaltung . . . . .	3
Une audacieuse initiative du groupe Grand Hôtel à Paris . . . . .	4
Alkohol-Ausschank in Schweden . . . . .	5
Holidays in the Alps . . . . .	7
30 ans d'expérience au service de l'aviation . . . . .	17
Speziell für Sie geschrieben . . . . .	19/20

## L'horlogerie et le tourisme

Au moment où le peuple suisse s'apprête à voter sur une question de très haute importance pour notre horlogerie, il convient de revenir sur d'intéressants échanges de vue qui ont eu lieu cet automne dans le cadre de la conférence économique du tourisme romand. Voici comment la « Feuille d'Avis de Neuchâtel » rendait compte, à l'époque des deux exposés présentés par les dirigeants de l'industrie horlogère qui a tant de points communs avec l'industrie hôtelière.

« Le nom et l'adjectif « Suisse » conservent dans le monde son pouvoir d'attraction. Nos organisations touristiques, par leur propagande, font indirectement de la réclame pour notre industrie horlogère. Et celle-ci, par sa publicité mondiale, sert directement le tourisme suisse. Y a-t-il meilleure publicité que cette réclame faite par Gary Cooper, dans un western d'Hollywood : « Mon fils, pour faire un cowboy, il faut une paire de colts, de jolies femmes et une montre suisse » ?

Cette interdépendance, dans le domaine de la propagande, de deux secteurs importants de notre économie était de sujet de débat à la Conférence économique du tourisme romand, réunie récemment à la Neuveville sur MM. Gérard Bauer, président de la Fédération horlogère, et Edgar Primault, président de la Chambre suisse d'expansion commerciale, qui furent les orateurs.

Depuis 1948, a souligné M. Bauer, le tourisme a pris une importance considérable au point de vue moral, social, physique, économique, spirituel. Nous le savons en Suisse, mais ailleurs le phénomène est singulièrement significatif: par exemple, le Danemark a encaissé en 1960 plus de recettes qu'avec ses exportations agricoles. Aussi l'horlogerie et le tourisme peuvent-ils, en tant qu'importants secteurs de notre économie, être considérés dans leurs rapports réciproques. Leur contribution au revenu national était en 1960 respectivement de 3,9 et 2,9 %. L'un et l'autre sont caractérisés par leur vulnérabilité et par l'idee de luxe qui, longtemps, s'est attachée à leurs produits et à leurs services. Tous deux ont réagi: le tourisme en restaurant le tourisme populaire, dont on sait le développement, l'horlogerie en favorisant la fabrication de montres de qualité courante. Le tourisme est en voie de devenir une chose profondément logique, nécessaire et d'être considéré comme un produit essentiel. D'où l'impossibilité pour les pays, maintenant d'édicter des restrictions de devises pour le tourisme. Dans l'horlogerie, il y a, en revanche, des restrictions à l'importation, souvent mises pour assoier une industrie indigène. Mais notre horlogerie lutte contre la conception que la montre est

un produit de luxe; celle-ci est un produit nécessaire pour l'économie des pays en voie de développement, où le temps et le garde-temps deviennent la base de la vie.

A première vue, tourisme et horlogerie sont concurrents dans le budget familial. En réalité, ils se complètent. Le tourisme donne à l'acheteur étranger la notion de la qualité, il donne aux étrangers l'occasion de connaître nos industries par leurs produits exposés dans les vitrines des commerçants. L'horlogerie apporte aussi quelque chose au tourisme. D'abord en faisant rayonner le nom de la Suisse par la vente dans le monde entier de 40 millions de montres. Puis par ses annonces, ses brochures, ses films, dans lesquels figurent souvent des vues de notre pays. Citons encore des campagnes spéciales comme la « Suisse Fortnight » (quinzaine suisse) de Londres, la semaine horlogère de Boston, les campagnes organisées parmi la jeunesse américaine et canadienne destinées à faire connaître l'heure, la montre et la Suisse.

Tout cela montre que le tourisme et l'horlogerie sont intimement liés. Et la conclusion est qu'une coordination des efforts est d'une impérieuse nécessité. Il faut amplifier ce qui a été fait en Suisse et à l'étranger. Les deux branches doivent s'unir dans leurs campagnes publicitaires beaucoup plus que cela n'a été fait jusqu'ici. Les représentants de l'horlogerie désirent avoir la réplique des animateurs du tourisme suisse.

M. Edgar Primault, quant à lui, a insisté sur le capital que représente dans le monde le nom de la Suisse. Ce nom a une résonance profonde et éveille aussitôt un sentiment de curiosité.

L'heure suisse, transmise par notre service suisse des ondes courtes, rappelle quotidiennement l'existence de notre pays. Quand le président de la compagnie Sud-Aviation, déclare, à propos de la « Caravelle »: « Nous avons cherché la précision que nous trouvons dans la montre suisse » ou que l'on peut lire dans la publicité faite dans de grands magazines internationaux que « la « Caravelle » marche comme une montre suisse », c'est, en définitive, non seulement notre horlogerie, mais notre pays et son tourisme qui sont les bénéficiaires de pareilles affirmations. Depuis dix ans, l'industrie horlogère a dépensé plus de 4 millions de francs suisses dans les grandes foires internationales où, généralement, elle forme le noyau de la publicité qui est faite pour la Suisse. Il faut, et ce fut là la conclusion de la discussion qui suivit, rationaliser, concentrer et coordonner la propagande et ne plus la disperser trop entre les divers secteurs de notre activité nationale.

## Betrachtungen zu einer Fachschau

Die Bundesfachschau in Stuttgart ist am 5. November 1961 zu Ende gegangen. Sie hatte mehr als 100 000 Besucher, unter denen sich eine grosse Zahl von Fachleuten aus der Gastronomie und Hotellerie befand. Der Anteil der Hausfrauen und sonstiger Schaulustiger war geringer als in früheren Jahren. Die Verkaufsergebnisse der ausstellenden Firmen waren gut und besser als in den Jahren zuvor. Das ist wohl auf die hochstehende Konjunktur zurückzuführen.

Die Bundesfachschauen des Hotel- und Gaststättengewerbes finden jedes Jahr statt. Die Besucherzahlen liegen besonders im rheinisch-westfälischen Industriegebiet höher als in Stuttgart, weil dort die Menschen auf engem Raum wohnen und weil das Interesse für wirtschaftliche Vorgänge und Ausstellungen äusserst lebendig ist.

Was veranlasst die Menschen, von nah und fern herbeizueilen, um sich eine Fachschau anzusehen? Früher hat man die Behauptung aufgestellt, eine Fachschau wirke nur etwa 200 km im Umkreis, und die Menschen, die weiter entfernt wohnen, berücksichtigten sie nicht. Wir glauben sagen zu dürfen, dass diese Behauptung überholt ist. Die Entfernungsschätzungen haben sich im Zeitalter des Automobilismus geändert.

Zur Fachschau nach Stuttgart kamen in erster Linie die Fachleute. Der Montag ist der Hauptbesuchstag geworden, weil an diesem Tage viele kleine und mittlere Betriebe geschlossenen halten. Überraschenderweise war auch der Allerheiligentag ein starker Besuchstag, weil man wohl für diesen Feiertag nicht allzu viel Gäste zu Hause erwartete. Die Fachleute interessierten sich für die industrielle Entwicklung, die sie für ihre Betriebe auswerten wollen. Sie sind von vornherein davon überzeugt, dass die Industrie Fortschritte gemacht hat, und sie trauen den Lieferindustrien sehr viel zu. In Stuttgart hatten sie sich nicht getäuscht, denn die Lieferindustrien hatten vielerlei getan, um neue Maschinen und Apparate sowie Einrichtungsgegenstände vorzuführen. Besondere Beachtung verdiente hierbei die Ausstellung der Kühlindustrie, insbesondere einer Kühlfirma, die den Vorgang des Einfrierens und des Auftauens darstellte. Der Stand dieser Firma war bei den Sondervorführungen stets von vielen Menschen umlagert, woraus man auf starkes Interesse bei Fachleuten und beim Publikum schliessen konnte. Starkes Interesse fanden auch neue Maschinen, die den Hotelbetrieb erleichtern sollen, wie z. B. die Schupputzmaschinen. Das alles zeigt davon, dass das Interesse in der Fachwelt ausserordentlich lebendig ist und stets nach dem Neuesten strebt.

Allenthalben herrscht das Bestreben vor, nicht nur die grossen Einrichtungsgegenstände, wie Herde oder Kühlmaschinen, zu verbessern, sondern auch bei den kleineren Dingen den Fortschritt zu suchen. Das gilt z. B. für die Bestecke, deren neueste Modelle sehr ansprechend sind.

Doch die Industrierganz allein macht keine Fachschau. Sie wird ergänzt durch die Sonderschauen, die diesmal in Stuttgart ein sehr starkes Interesse fanden. Im Vordergrund der Betrachtungen stand hierbei wohl der Lehrlingswettbewerb, der von

allen Landesverbänden des Deutschen Hotel- und Gaststättengewerbes besucht war. Die «Jugend im Wettbewerb» interessierte auch sehr viele Ausstellende. Köche und Kellner stritten sich um den Lorbeer, der schwer zu verteilen war, da die Leistungen vieler Jungendlicher ziemlich gleichwertig waren. Schleswig-Holstein und Baden-Württemberg stellten sich an die Spitze dieser Veranstaltung. In gleichem Masse interessierte die Plattenschau, die u. a. auch von Schweizer Firmen besichtigt wurde. Es ist dies ein gutes Mittel, die Öffentlichkeit von den Leistungen des Gewerbes auf dem gastronomischen Sektor zu überzeugen. Auch die Fachleute sehen sich gern die Plattenreihen an, um etwas zu lernen. Die Fachkunde diktiert ihr Verhalten und die Würdigung der einzelnen Stände. Dieser Teil der Ausstellung wurde ergänzt durch den «gedeckten Tisch», der in Stuttgart immer viele Liebhaber findet.

Auch rein kulturelle Ausstellungen fanden das Interesse des Publikums. Das ist vor allem der «Postgasthof» zu nennen. 17 Postgasthäuser waren im Photo ausgestellt, die durch Einrichtungsgegenstände aus früheren Zeiten ergänzt wurden, wie z. B. Gepäcktruhen, Posthörner und Modelle von alten Postkutschen. Es gibt in Süddeutschland eine grosse Anzahl von alten Postgasthöfen, die ihr Gesicht aus früheren Zeiten bewahrt haben und deren Einrichtung viele kulturelle Werte enthält. Sie kamen bei dieser Bundesfachschau zu besonderem Ehren, und auch die Öffentlichkeit nahm weitgehend davon Notiz. Die «Stuttgarter Nachrichten» und die bekannte Zeitschrift «Baden-Württemberg» brachten Artikel und Bilder von dieser Sonderschau.

In demselben Raum, dem Eingang zur Halle 6, wurde auch eine Menükartenausstellung aus Frankreich gezeigt. Sie brachte Menüs von besonderen Anlässen, Zusammenkünften von Ministerpräsidenten, Ministern und öffentlichen Körperschaften, Diplomaten, und das Publikum interessierte sich sehr für die Menüs aus früheren Zeiten, bei deren Durchführung die Politik eine so grosse Rolle gespielt hatte. Es zeigt sich immer mehr, dass das Wirtschaftliche allein wohl eine wichtige Anziehungskraft für den Besuch der Ausstellungen bildet, aber nicht als allein entscheidend bewertet werden kann. Die kulturellen Ausstellungen sind nicht nur eine Belebung der Industrieschauen, sondern auch ein wichtiges Moment für Publikum und Fachwelt. Derartige Fachausstellungen lassen sich nur mit starken finanziellen Mitteln durchführen. Das gilt vor allem für die Flambeer- und Tranchiererschau, die diesmal vom Internationalen Genfer Verband mit grossem Erfolg gemeistert wurde. Schon lange vor Beginn der Vorführungen war die in Frage kommende Halle vom Publikum besetzt, das für die Vorführungen sehr grosses Interesse zeigte und davon Kenntnis nahm, dass es viele Dinge in der Gastronomie gibt, die im Haushalt nicht vorkommen.

Die Halle mit den Getränken und Genussmitteln war natürlich immer besetzt. Manche glauben, hierin ein negatives Zeichen sehen zu müssen, weil das Besucherpublikum auf den Genuss von Spirituosen und Kaffee ausgerichtet wäre. Wir glauben, eine solche Verdächtigung nicht hinnehmen zu sollen.

Auch in der Getränkewirtschaft gibt es grosse Fortschritte, und die Behandlung des Kaffees hat sich in den letzten Jahren grossen Neuerungen unterworfen müssen. Besonders Interesse verdient hierbei die Theke für die alkoholarmen Mischgetränke, die in der Zeit des starken Autoverkehrs dem Autofahrer angeboten werden sollen. Es gab hierbei zahlreiche neue Getränkekarten, die mit Fruchtsäften durchzuckt waren und für die Trinker eine Anregung brachten, Es ist wünschenswert, wenn solche Bestrebungen sich durchsetzen. Sie tragen dazu bei, die Gefahren des Automobilsismus zu verringern.

Eine Fachschau ist schliesslich nicht nur ein Ereignis für Fachleute und Hausfrauen. Sie ist eine öffentliche Demonstration für Gastronomie und Hotellerie. Besonders die Eröffnungsreden zu Beginn der Ausstellung zeugten davon. Nachdem der Präsident der Dehoga die Begrüssung durchgeführt und auf die wichtigsten Fachfragen hingewiesen hatte, forderte der Oberbürgermeister der Stadt Stuttgart die Beibehaltung und Förderung der persönlichen Gastlichkeit, und aus den Worten des Finanzministers war zu hören, dass Hoffnungen für einen weiteren Abbau der Getränkesteuer bestehen. Alles trug dazu bei, mit einem gewissen Hochschwung den ersten Rundgang durch die Ausstellung zu machen, die so viele neue Momente zeigte.

Dr. H.

## Vermehrter Aufwand für Dienstleistungen

Die Nationalökonomie unterscheidet drei Gebiete wirtschaftlicher Betätigung: Urproduktion, industrielle und handwerkliche Erzeugung, Dienstleistungen. Die Wirtschaft des letzten Jahrhunderts konzentrierte sich vornehmlich auf die beiden ersten Gebiete; es galt, landwirtschaftliche, industrielle und gewerbliche Güter zu produzieren. Je höher sich die Volkswirtschaft entwickelte, desto mehr gewinnen die Dienstleistungen an Gewicht. Der Nachweis ist leicht zu erbringen: bewegt sich das Einkommen des Arbeitnehmers auf der unteren Grenze, d. h. nahe dem Existenzminimum, dominiert der Bezug von Nahrungsmitteln und lebensnotwendigen Haushaltsgegenständen. Je höher der Lebensstandard steigt, um so grösser ist die Nachfrage nach Dienstleistungen aller Art, so vor allem nach Reisen, Ferien und Weekends. Mit der zunehmenden Ausweitung des Wohlstandes auf mittlere und untere Erwerbsschichten verbessern sich also auch die Existenzmöglichkeiten für Hotel- und Verkehrsbetriebe, sowie aller Unternehmen, welche auf direkte oder indirekte Art mit diesen Branchen verbunden sind. Dies trifft für die meisten Erwerbszweige mehr oder weniger ausgeprägt zu. Kaum eine wirtschaftliche Gruppe unseres Landes kann von sich behaupten, an Hotellerie und Verkehrsunternehmen desinteressiert zu sein.

Das Handelsministerium der USA und die Chase Manhattan Bank in New York haben sich die Mühe genommen, den durchschnittlichen Anteil der Ausgaben für Dienstleistungen am Total zu errechnen. Noch im Jahre 1950 benötigte der amerikanische Verbraucher rund ein Drittel seines Einkommens für Dienstleistungen; im 1960 stieg der Anteil bereits auf ca. 40 %. Die nächsten Jahre werden vermutlich diese Tendenz noch begünstigen, so dass möglicherweise bereits in 10 Jahren die Hälfte des Verbrauchs eines durchschnittlichen Haushaltes in den USA auf Dienstleistungen entfällt. In Zahlen berechnet, betragen die Aufwendungen für Dienstleistungen des amerikanischen Volkes pro 1961 ungefähr 140 Milliarden Dollar, d. h. einen Viertel des Bruttosozialproduktes. Massgeblich beteiligt ist natürlich die Hotellerie mit ihren Zweigbetrieben, haben doch die Ferien – teilweise auch im Ausland – eine ausserordentliche Bedeutung gewonnen. Durch eine grosszügige Ferienorganisation werden Ferien im Lande oder Reisen nach Übersee angeboten, welche Ansprüche nach Bequemlichkeit, reichem Besichtigungsprogramm und Preiswürdigkeit zu erfüllen vermögen.

Durch den steigenden Volkswohlstand profitieren natürlich nicht allein Hotellerie und Verkehrsbe-

## L'évolution des salaires et des traitements ces dernières années

Dans une remarque liminaire, il faut préciser que pour des raisons pratiques, les résultats d'ensemble n'englobent ni les données de l'hôtellerie, ni celles de l'enquête effectuée par l'Association suisse des entrepreneurs concernant les salaires pratiqués dans la maçonnerie, ces dernières statistiques reposant sur d'autres bases. En outre, les entreprises relevant du droit public – électricité, gaz, eau, services communaux de transports en commun – ne participent pas aux résultats finals.

En revanche, l'industrie et les arts et métiers groupent à eux deux la plus grande partie des ouvriers et un peu plus de la moitié des employés. D'autre part, le 44 % des employés ayant participé à l'enquête travaillent dans le commerce, la banque ou les assurances.

Depuis l'année précédente (1959), le niveau des salaires de l'ensemble des ouvriers de toutes les catégories s'est élevé en moyenne de 5,2 %. La progression est supérieure à la moyenne chez les ouvriers qualifiés (+5,5 %), inférieure chez les ouvriers semi-qualifiés et non-qualifiés (+4,9 %) et chez les ouvriers (+5,0 %). En revanche, on constate une amélioration de l'ordre de 8,5 % chez les jeunes gens. Avec une moyenne de 3,3 %, relève l'enquête, les salaires réels se sont moins fortement accrues que les salaires nominaux, ce qui est dû à l'augmentation de l'indice des prix à la consommation qui est monté de 1,9 % d'une année à l'autre.

De 1949 à 1960, le niveau des salaires a progressé de 40 %, le gain des ouvrières demeurant toutefois quelque peu en retrait – +37 % – alors que celui des jeunes gens marquait une avance prononcée, surtout grâce au dernier exercice. La vie ayant renchéri de 15 % en moyenne durant la même période, on évalue l'augmentation des gains

## Ein Gast meint...

10 000 Flaschen Wein pro Tag in einer Gasse

Rüdesheim. Kennen Sie Rüdesheim? Was, noch nicht? Dann müssen Sie diese Unterlassung schleunigst nachholen. Am Rhein, bei Wiesbaden, am sonnigen, rebenbekränzten Südufer des Niederrheins; sehr bedeutender Weinbau, Sektkellereien, Weinbrennereien, Pralinenfabrik. Im Rüdesheimer Stadtwappen ist zwar der St. Martin und keine Rebe und keine Weinflasche, die er dem Bettler übergibt. Aber Sie werden trotzdem nicht zu kurz kommen. Besonders in der nahezu weltberühmten Drosselgasse, wo sozusagen eine Gaststätte neben der andern steht. Die Drosselgasse in Rüdesheim, an einem warmen Sommer- oder Herbstabend, ist tatsächlich ein Erlebnis. Das darf ich aus Erfahrung behaupten. Und das war ja auch anfangs November in der deutschen Allgemeinen Hotel- und Gaststättenzeitung zu lesen:

«An besonders verkehrsreichen Tagen wurden allein in der weltbekannten Drosselgasse bis zu 10 000 Flaschen Wein ihres Inhaltes entledigt, aber die Polizei brauchte während der ganzen Saison lediglich 80 «Volltrunkene» in Obhut nehmen, heisst es. Naturgemäss hat angesichts des wachsenden Andrangs und der anfallenden Verkehrsprobleme das kleine Kreisstädtchen Rüdesheim mit 7000 Einwohnern mit immer neuen Problemen zu kämpfen. Etwa drei Millionen Gäste in der Saison (bei 300 000 Übernachtungen und fast 60 000 Camping-Gästen) sind nicht immer gänzlich reibungslos zu verkräften.»

Na ja, da wissen wir's ja. Und sind höchst erstaunt. Stellen Sie sich vor: 10 000 Flaschen Wein pro Tag und nur 80 «Volltrunkene» in der ganzen Saison! Was ging denn mit dem andern? Ach, die waren wohl nicht voll-, sondern nur 1/2volltrunken; und die sind vermutlich auch gar nicht weiter gefahren, sondern zählen zu den 300 000 Übernachtungen bzw. zum Teil auch zu den 60 000 Camping-Gästen. Aber Zahlen sind das, Zahlen, die Schweizer Kurdirektoren zum Platzen vor Neid bringen können. Was nützen die schönsten Berge und Feen? Die machen nicht lustig und gut gelaunt und bringen erst noch, wie die 10 000 Flaschen Wein, eine Menge Geld!

Jungfrau und Matterhorn sind vielleicht berühmter als die Drosselgasse, aber nicht so populär. Und wer jetzt der Sache noch näher an den Leib gehen will, muss Farbe bekennen. Hier Naturschönheit gegen gastronomische Genüsse. Wem ist der Vorzug zu geben?

Ich kann mir nicht vorstellen, in Zermatt hinter einer Flasche Rüdesheimer zu sitzen, wie ich wohl auch keine Originalphoto des Matterhorns in Rüdesheim gemessen würde. Aber beides – getrennt – ist durchaus annehmbar, sehr annehmbar, wenn (von mir aus beurteilt) auch nicht in so rauhen Gemäsen.

A. Traveller

triebe, sondern auch andere Gebiete der Dienstleistung, so z. B. gesundheitliche Betreuung, Erziehungswesen, kulturelle Institutionen, Versicherungen, Banken usw. Die Entwicklung auf dem Sektor der Dienstleistungen geht nicht auf Kosten der landwirtschaftlichen und industriellen Produktion; auch hier zeigen sich steigende Ziffern. Sie sind aber weit bescheidener als jene der Dienstleistungen, so dass sich die Lage anteilmässig fortlaufend in dieser Richtung verschiebt.

Die zunehmende Bedeutung der Dienstleistungen vermag auch den Arbeitsmarkt, der zurzeit noch durch die Arbeitslosigkeit geprägt ist, zu beeinflussen. Dabei bleibt allerdings zu berücksichtigen, dass im Dienstleistungssektor nur in beschränktem Ausmass ungeleitete Hilfskräfte eingesetzt werden können, während in zahlreichen Industriebetrieben bis 90 % ungeleitete Arbeiter beschäftigt werden. Zur Behebung der Arbeitslosigkeit ist es deshalb dringend notwendig, die bildungsfähigen Kräfte zu fördern. In der Dienstleistungswirtschaft sind der Mechanisierung und Automatisierung relativ enge Grenzen gesetzt. Als Beispiel: das Hotel benötigt Personal für Hausdienst, Service, Küche und Verwaltung, alles Branchen, welche auch mit Einsatz modernster Arbeitsgeräte noch die Mitwirkung geschulter Leute erfordern. An einem «automatisierten» Hotel ohne das Fluidum persönlicher Betreuung hätte wohl auch der amerikanische Hotelgast keine Freude.

W. S.



## Verhandlungen des Verwaltungsrates der AIH in Tel-Aviv

Vom 12.–16. November 1961 tagte in Tel-Aviv der Verwaltungsrat der Association internationale de l'hôtellerie. Infolge Krankheit des im Amte stehenden Präsidenten, Herrn A. Della Casa, Rom, und Unabhängigkeit der Vizepräsidenten Hugh Wotner, London, und Dr. G. Linsenmeyer, Düsseldorf, wurde an der in Rom vorangegangenen Sitzung des Comité exécutif der AIH Herr Dr. Franz Seiler, Zürich, ersucht, den Verwaltungsrat zu präsidieren und die Verhandlungen in Tel-Aviv zu leiten.

An der Eröffnungssitzung konnte Herr Dr. Franz Seiler die Delegierten von 22 Ländern begrüssen. Er überbrachte eine Botschaft des Präsidenten Cavellero A. Della Casa, der bedauerte, nicht an der Sitzung in dem schönen Lande Israel teilnehmen zu können. Mit ehrenden Worten gedachte Herr Dr. Seiler des im August dieses Jahres im Alter von 69 Jahren verstorbenen Ehrenpräsidenten, Herrn Georges Marquet, Bruxelles, der seit der Gründung der AIH sich mit grösster Aktivität für die Probleme der internationalen Hotellerie eingesetzt hatte. Durch Erheben von den Sitzen wurde dem Verstorbenen die letzte Ehre erwiesen.

Der Präsident der Association hôtelière d'Israël, Chlomo Perlstein, richtete in hebräischer Sprache einen herzlichen Willkommensgruss an die Versammlung. In seiner Ansprache betonte er, dass der Friede und das Verständnis zwischen den Völkern das beste Mittel zur Entwicklung des Tourismus sei und letzterer wiederum ein wichtiger Faktor, um die Familien der Nationen zusammenzuschliessen. Herr Perlstein dankte den Teilnehmern, dass sie nach Israel, das stets für eine internationale Zusammenarbeit bereit sei, gekommen sind.

Mr. Albert Pick jr., Chicago, dankte den Kollegen aus Israel für den überaus herzlichen Empfang, der den Delegierten bereitet wurde. Er erklärte, dass die USA alle Anstrengungen unternehmen, um auch den Tourismus ins Land zu bringen. Von einer gegenseitigen Förderung des Tourismus verspricht er sich viel. Mit seiner Einladung zum Besuche der USA, die alle Einreiseerleichterungen unter der Administration Kennedy vornimmt, schloss er seine Goodwill-Ansprache, die ihm reichen Applaus einbrachte. Auf die Worte von Mr. Albert Pick jr. betonte Herr Dr. Seiler erneut einmal wieder die Wichtigkeit der Freizügigkeit und der Reziprozität im Reiseverkehr.

Da die statistische Amtsdauer des derzeitigen Präsidenten Ende dieses Jahres abläuft, hatte der Verwaltungsrat für die Jahre 1962 und 1963 einen neuen Präsidenten zu wählen. Als Kandidaten standen die Herren Hugh Wotner, Savoy-Hotel, London, und C. Solà, Hotel Internacional, Barcelona, in Frage, die seinerzeit beide gleichzeitig zu Vizepräsidenten gewählt worden waren. Herr Solà erklärte sich bereit, zugunsten von Herrn Wotner zurückzutreten. Letzterer wurde in der Folge mit grosser Mehrheit zum neuen AIH-Präsidenten gewählt.

Einstimmig ernannte die Versammlung Herrn C. Solà zu ihrem Ehrenmitglied.

Anschliessend nahm die Versammlung einen Bericht des Generalsekretärs der AIH, Herrn P. Depret, entgegen. Dieser Bericht befasste sich zur Hauptsache mit der Frage der Herausgabe und Verteilung des internationalen Hotellführers und des Répertoire des agences de voyages. Bedauerlicherweise musste Herr Depret feststellen, dass viele Mitglieder ihre Preisangaben für den neuen Führer nicht rechtzeitig meldeten. Die Verteilung des Führers wird dieses Jahr eine Rekordziffer erreichen. Für das nächste Jahr ist vorgesehen, den Verkauf des Führers auch durch die Mitglieder an ihre Kundschaft zu fördern.

Die Zahl der individuellen Mitglieder der AIH hat sich durch 268 Neueintritte und 91 Abgänge infolge Tod oder Geschäftsaufgabe per 1. Oktober 1961 um 177 vermehrt. Die Schweiz steht mit 297 individuellen Mitgliedern hinter Frankreich mit 492 an zweiter Stelle, gefolgt von Italien mit 222, Spanien mit 213, USA mit 207, Deutschland mit 196, England mit 193 usw.

Für die Durchführung des nächsten Kongresses der AIH, der allen individuellen Mitgliedern offensteht, bewarbt sich Portugal. Der Verwaltungsrat beschloss einstimmig, den Kongress vom 20.–26. Mai 1962 in Lissabon abzuhalten.

Im weiteren nahm der Verwaltungsrat ein Referat von Monsieur F. Gluck, Delegierter der Fédération internationale des agences de voyages, über das in Aussicht genommene «fichier central de l'hôtellerie» entgegen. Es handelt sich hierbei um ein System, das die allgemeine Beschreibung der einzelnen Hotels zur Erleichterung der Information der Reisebüros umfasst und durch ein jährliches Informationsblatt Aufschluss über die Konditionen und Preise gibt. Der Hotelier liefert die Angaben direkt an die Zentrale, die für die Weiterverbreitung an die einzelnen Agenturen aufkommt. Dem einzelnen Mitglied der AIH ist es selbstverständlich freigestellt, sich diesem «fichier central» anzuschliessen. Im Prinzip fand dieses System grossen Anklang, doch bedarf es noch der Abklärung verschiedener Einzelheiten.

Erneut kam auch wieder die Frage der Kreditkarten zur Sprache. Auf Grund von Verhandlungen der AIH mit der American Express Co., die zu keinem Ziele führten, beschloss der Verwaltungsrat, in der bisherigen Haltung festzubleiben und Kreditkarten mit Kommissionen oder Beitragsleistungen der einzelnen Hotels nach wie vor abzulehnen. Die entsprechend abgefasste Resolution soll den nationalen Organisationen der Hotellerie zugestellt werden. Letzteren liegt es ob, auf ihren Gebieten zum Rechten zu sehen und keine Mitglieder in die AIH zu delegieren, die sich nicht an die von der AIH gefassten Beschlüsse halten.

Herr Dr. Franz Seiler, ergänzt durch ein Votum von Herrn Marcel Bourseau, referierte über die Auflösung der OECE sowie über die Europäische Integration und die sich für die Hotellerie ergebenden Probleme.

Am Schluss der Verhandlungen wurde der abtretende Präsident der AIH, Herr A. Della Casa, Rom, zum Ehrenpräsidenten der AIH ernannt. Der

Vorsitzende, Herr Dr. Franz Seiler, dankte der Israel Caterers Association, ihren Mitgliedern und insbesondere ihrem Generalsekretär, Herrn Dr. Kurt J. Licht, für die glänzende Organisation der Tagung und für all das neben den Sitzungen im gesellschaftlichen Rahmen Gebotene. Darüber werden wir noch ausführlicher zurückkommen und beschränken uns an dieser Stelle vorläufig auf den Bericht über die Verhandlungen.

## L'AIH à Tel-Aviv

Pour la première fois, l'Association internationale de l'hôtellerie a tenu ses assises au Moyen-Orient et c'est Israël, où l'hôtellerie est encore toute jeune, qui eut l'honneur d'accueillir cette importante assemblée d'automne. Les travaux ont débuté le 13 novembre et se sont déroulés dans le cadre tout neuf, et élégant, du «Sheraton», le plus récent des hôtels de luxe de Tel-Aviv, la grande métropole commerciale israélienne, puisqu'il n'a ouvert ses portes qu'au début de l'année. Il s'agit d'un bel établissement de deux cents chambres, toutes avec bains, situé au bord de la mer, non loin

## Luzerner Kurse für Fremdenverkehr

### Text — Graphik — Druck

Wir gestalten zusammen einen neuen Prospekt — Einige interessante Tips aus der Praxis

(me) Wilhelm Bracht, Verkehrsdirektor in Trier, gilt mit seiner langjährigen Erfahrung auf dem Gebiet des Verkehrswesens als ein Fachmann und Fuchs von Format. Aus seinem Munde hörten wir im diesjährigen Luzerner Kurs für Fremdenverkehr im Hotel Montana der Schweizerischen Hotelfachschule einige lehrreiche Tips über die Gestaltung einer neuen Werbeschrift, die wir unseren Lesern nicht vorenthalten möchten, kommt doch immer wieder der eine oder andere von uns in die Lage, an die Herausgabe eines neuen, noch zugkräftigeren Prospektes zu denken.

Der Trierer Verkehrsdirektor kam einleitend darauf zu sprechen, dass die Herstellung eines Prospektes weder eine Kunst noch eine Wissenschaft sei, sondern Technik, eine Technik, die sich jeder gesunde Mensch mit der Beachtung der graphischen Regeln, der Handhabung von Materialien und Werkzeugen, vermischt mit einem guten Schuss Erfahrung, aneignen könne. Vor der eigentlichen Ausführung eines Entwurfs gelte es jedoch, sich ein paar

#### grundsätzliche Fragen

zu stellen, wie etwa: welchem Zweck soll meine Schrift dienen? Die Antwort muss hier lauten: letzten Endes stets meiner Werbung. — Wie wirbt man? Antwort: Durch Wunschwecken, durch Appelle, die sich a) an das Gefühl, b) an den Verstand wenden; also durch emotionale Verlautbarungen und durch Informationen. Es gilt hier die optimale Mischung zu erreichen, eine Mischung, die sich sowohl nach dem Subjekt wie nach dem Objekt der Werbung richtet, nach dem «wofür» und dem «an wen». Subjekt wie Objekt der Werbung können dabei vernunft- oder gefühlbezogen sein.

Zur Verdeutlichung dieser Ausführungen nannte uns der Referent hier als Beispiele in bezug auf das Subjekt den Maschinenverkauf als vernunftbezogen (mit Ausnahme der Automobile), während ein Konzertbesuch (mit Ausnahme für Journalisten) als gefühlbezogen angesehen werden kann. In bezug auf das Objekt haben wir zwischen Gefühls- und Verstandesmenschen zu unterscheiden.

Als Werbesubjekt betrachtet, liegt der Fremdenverkehr nach Ansicht des Referenten zwischen Vernunft und Gefühl, hat er es doch mit beiden Elementen zu tun. Bildung und Heilung gelten als vernunftbezogen, Erholung und Erleben als gefühlbezogen.

Vor der Gestaltung einer Propagandaschrift haben wir uns Subjekt und Objekt unserer Werbung

## Les lecteurs du «Figaro» font les éloges de l'hôtellerie suisse

Sous le titre «Les hôtels étrangers ou les hôtels français, que préférez vous?»

le Figaro vient de publier les réponses reçues de quelques touristes de marque sur les expériences faites cet été dans des hôtels étrangers.

En voici quelques déclarations de nature à intéresser l'hôtellerie suisse.

Edwige Feuillère:

Pour moi le summum du confort hôtelier, aussi bien au point de vue logement que nourriture, c'est en Suisse que je l'ai trouvé, même dans le plus petit hôtel de montagne.

Le mannequin Luky:

J'ai toujours été merveilleusement reçu dans les hôtels étrangers, principalement en Suisse, mais j'ai pu constater que si l'on exige du personnel français de grandes connaissances linguistiques, le personnel étranger en général, n'est guère formé pour parler notre langue, d'où des quiproquos pour obtenir quelque chose.

Pierre Darmon

(Champion de France de tennis 1960): Si, pour mes vacances il m'arrive de préférer l'Autriche, l'Espagne ou l'Italie, c'est bien souvent

des installations portuaires, avec une grande piscine aménagée dans une cour intérieure de l'hôtel. Les travaux, consacrés aux problèmes d'actualité de l'hôtellerie dans le monde, ont duré une semaine et avaient attiré quelque cent-septante personnes, venues de vingt-deux pays. Ce fut l'occasion également de faire connaissance avec le jeune Etat d'Israël, qui n'a que treize ans, et de constater les efforts considérables qu'il a entrepris, et entend poursuivre et intensifier encore, pour équiper son tourisme.

Les participants à ce congrès se sont rendus, entre autres, à Jérusalem, où un banquet fut donné, en leur honneur, à l'Hôtel du Roi David, cet établissement de grande classe qui doit sa réputation à nos compatriotes, lesquels furent à l'origine de sa création. De la terrasse fleurie de cet hôtel, on découvre les murailles de la vieille ville de Jérusalem, dont la plus grande partie est en zone jordanienne, alors que toute la cité nouvelle, en plein essor, se trouve en territoire israélien. A l'occasion de ce repas, Nicolaï, le chef des cuisines du Roi David, avait confectionné, en sucre filé, une magnifique reproduction, en tout point fidèle, de l'hôtel et de ses jardins, côté boulevard.

C'est par un temps quasi-estival que l'Association internationale de l'hôtellerie a vu se dérouler ses travaux en un pays tout imprégné certes d'histoire biblique mais résolument tourné vers l'avenir et ces incessants progrès.

## Der Schweizerische Gewerbeverband für das neue Uhrenstatut

Am 3. Dezember hat das Schweizer Volk über das neue Uhrenstatut zu befinden. Es handelt sich um einen auf 10 Jahre befristeten Bundesbeschluss, der gegenüber dem gegenwärtig gültigen Regime einen bedeutenden Abbau der Staatseingriffe mit sich bringt. Der Hauptpunkt der neuen Ordnung besteht in einer vom Gesetz vorgeschriebenen Qualitätskontrolle. Dies und die Exportbewilligungspflicht sind notwendig, um die Stellung der schweizerischen Uhrenindustrie auf den internationalen Märkten zu behaupten und zu festigen. Daran hat nicht nur die Uhrenindustrie, die 97% ihrer Produkte exportiert, sondern das ganze Land ein direktes Interesse. Eine Verschlechterung der Lage dieser Branche würde auch die gewerbliche Wirtschaft in Mitleidenschaft ziehen. Gegen die Vorlage treten einzelne Uhrenindustrielle, die sich der Qualitätskontrolle nicht unterziehen wollen, auf. Dazu kommt eine Gruppe von prinzipiellen Gegnern jeder ordnenden Eingriffe in die Wirtschaft. Es handelt sich dabei zum Teil um die gleichen Leute, die bei jeder Gelegenheit gegen das Gewerbe auf-treten.

Die Schweizerische Gewerbekammer hat die Vorlage einer eingehenden Prüfung unterzogen. Sie betrachtet sie als eine abgewogene Mittellösung und ist überzeugt davon, dass deren Annahme im Interesse des Gewerbes und im Interesse des ganzen Landes liegt.

Die Schweizerische Gewerbekammer empfiehlt deshalb den Gewerbetreibenden zu Stadt und Land, am 3. Dezember 1961 bei der eidgenössischen Volksabstimmung über das Uhrenstatut ein

J A

in die Urne zu legen.

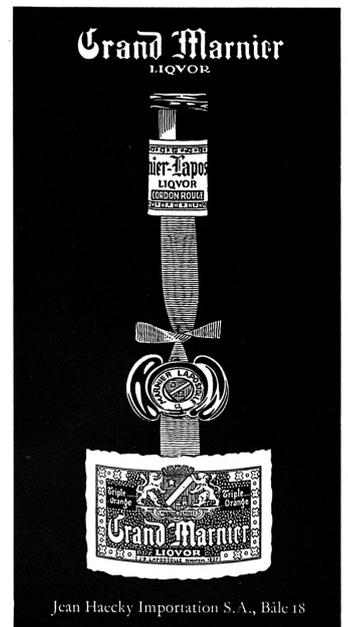
in gutem Einklang zu stehen. Zweck und konzipierter Inhalt der Schrift bestimmen den Rahmen. Bei der Raumverteilung sei nicht unbedacht gelassen, dass sich die Graphik aus Bild, Karte und Schmuck bzw. graphisch wirksamen Flächen zusammensetzt. Eine kurze Vorstellung der Landschaft kann mit einem faszinierenden Bildermaterial erreicht werden, während eine nähere Auskunft mehr Text bedingt. Ähnlich verhält es sich mit einem reinen Sportort gegenüber einem Heilbad, das auf die Angaben seiner Indikationen und Kurmittel schwerlich verzichten kann.

Eine reine Werbeschrift ruft eher nach einem feuilletonistischen Text, eine Informationsschrift verlangt einen sachlichen Bericht. Der allgemeine Stadt- oder Gebietsprospekt vermischt beides in wohlwunder und geschickter Weise sowie im richtigen Verhältnis. Feuilletonistische Übertreibungen sind zu vermeiden, sachliche Ausführungen andererseits auf die für den Fremden wirklich interessanten Objekte zu konzentrieren. Weder der feuilletonistische noch der informatorische Text darf dabei dem Lokalpatriotismus Tribut zollen.

#### Aufgepasst vor Lächerlichkeiten!

Schriften, die einen anspruchsvollen Empfängerkreis ansprechen sollen, werden in ihrem Textteil mit Vorteil von einem Schriftsteller geformt, Schriften mit historischem oder kunsthistorischem Inhalt rufen nach einem Fachwissenschaftler. Übersetzungen sollten in der Regel von einer Person ausgeführt werden, deren Muttersprache die gewünschte Fremdsprache ist. Die Übersetzungen sollten nachträglich noch durch Sach- und Fachkenner überprüft werden, um Lächerlichkeiten auszuschalten. Die warmen Römerquellen können z. B. nicht mit «les eaux (resp. les sources) chaudes des Romains» übersetzt werden, so wenig wie die Kaiserthermen als «sources de l'empereur» bezeichnet werden dürfen.

Immer mehr wird die Linie zur Regel, einen leicht lesbaren feuilletonistischen Text mit stimmungs-



Jean Hacky Importation S. A., Bâle 18

Il faut reconnaître que dans ce concours des lecteurs du «Figaro» la Suisse se trouve en très bonne place... Dr W. Bg.

vollen Bildern in einem ansprechenden Prospekt zu vereinen und die sachlichen Angaben (wie Hotel-Listen und Fahrpläne) in einer weniger kostspieligen Beilage, die jederzeit ersetzt werden kann, aufzuführen. Diese Aufteilung ist besonders zweckmässig, ja geradezu erforderlich, wenn der Prospekt auf mehrere Jahre hinaus gedruckt wird. Vielfach verlangt auch schon allein der gestalterische Aspekt der Schrift eine Trennung, ganz abgesehen von finanziellen Überlegungen. Für das Beilageblatt kann bedeutend billigeres Papier benutzt werden. Aber auch hier gilt es, nicht von einem Extrakt ins andere zu fallen, Bildteil und Beilage dürfen in Stil und Qualität nicht auseinanderfallen, sondern haben ein einheitliches Ganzes zu bilden.

#### Faltblatt oder Folder?

Das Faltblatt sollte nach den Ausführungen des Referenten zusammengefasst Seite für Seite ohne störende, Bild- und Text zerschnittene Brüche fortschreiten und auseinandergefallen ein ausgewogenes, möglichst nach einer Seite orientiertes Bild ergeben, das unter Umständen als Wandplakat oder «Wandzeitung» verwendet werden kann.

Die Antwort, ob Faltblatt oder gefalteter Folder, scheint denn auch weitgehend vom Umfang der Schrift und dem Zusammenklang mit anderen Prospekten des Ortes, dem vorhandenen Budget, ganz besonders aber der graphischen Konzeption der Schrift abzuhängen.

Die Gestaltung des Prospektes sollte im Zeichen unserer heutigen weltweiten Verkehrsverbindungen, der geographischen und sozialen Ausdehnung des Streufeldes, unbedingt einem Graphiker anvertraut werden, einem Graphiker, der mit der Zeit geht und die graphischen Mittel unserer Zeit beherrscht. Jeder andere Versuch führt nach den Erfahrungen des Fachmanns zu einem hoffnungslosen Provinzialismus, der nicht damit entschuldigt werden kann, die Werbeempfänger sprächen auf traditionelle oder gar mittelmässige Lösungen besser an, als auf zeitgemässe.

#### Mit der Zeit gehen

Die Forderungen nach einer modernen Graphik heisst aber nicht, den Modernismus auf die Spitze zu treiben. W. Brachts «Geheimformel» lautet hier: Die Gestaltung einer Fremdenverkehrsschrift dem Graphiker anzuvertrauen, der in der Lage ist, mit seiner Lösung in einer unserer Zeit gemässen Form das Wesen des betreffenden Ortes oder Gebietes wirksam im Sinne unserer Werbung auszudrücken.

Format und Umfang des Prospektes richten sich nach Zweck und Absicht unserer Werbung. Recht eigenwillige Formate und phantasievolle Umrisse können wohl in der Flut der Drucksachen besonders in die Augen springen und zum Teil reizvoll wirken, beabsichtigen wir aber eine Platzierung in einem Verkehrsbüro, einem Reisebüro oder z. B. in einem Hotel, dann halten wir uns mit Vorteil an die üblichen Formate.

#### Der erste Eindruck ist entscheidend!

Richten wir unser Augenmerk auf eine besonders attraktive Titelseite! Wenn der Inhalt der Schrift noch so interessant gestaltet ist, die Frontseite aber nichts aussagt, dann verschwindet sie in der Masse und gelang höchstens per Zufall in die Hand des Prospektlesers. Springt das Titelblatt jede regelrecht in die Augen, ist die Chance, dass der Prospekt «mitläuft» und später auch gelesen wird, beachtlich angewachsen. Auch hier gilt die Beobachtung und Erfahrung, dass der erste Eindruck entscheidend ist. Dieser Eindruck darf aber nachträglich auf keinen Fall verspielt werden, indem die der Titelseite folgenden Seiten komplett abfallen.

Im Zeichen unserer Zeit kommt dem Bild eine immer grössere Bedeutung zu. Die Photos dürfen jedoch keine Allerweltsbilder sein, sondern typisch und aufschlussreich, sie sollten viel aussagen, jedoch nichts vortäuschen. Romantische, stimmungsvolle Aufnahmen eignen sich für eine gefühlvolle, sachliche Schrift, sachliche Photos für einen sachlichen Prospekt. — Ein besonders kritisches Auge erfordert die natürliche Farbgebung der immer mehr benutzten Farbphotos.

#### Zur treffenden Motivwahl

Dem richtigen Bildausschnitt und der technischen Wiedergabe gesellt sich als wichtiger Punkt die Grösse der Aufnahme. Grosse Bilder, selbst mit mässigen Motiven, sprechen im allgemeinen besser an als auszeichnete Aufnahmen im Kleinformat. Je mehr Details ein Motiv zudem besitzt, um so grösser muss es wiedergegeben werden, will es seine Wirkung nicht verfehlen.

So eindrucksvoll ganzzeitige Photos auch sind, ihrer Verwendung sind im allgemeinen Grenzen gesetzt. Der Zweck der Schrift und die zur Verfügung stehenden Mittel verlangen meistens nach einer Platzierung mehrerer Ansichten auf einer Seite. Um diese Aufgabe geschickt zu lösen, bedarf es eines guten Graphikers, der durch richtige Bildausschnitte und eine ansprechende Zusammenstellung selbst aus kleinen Bildern eine überraschende Wirkung zu zaubern vermag, sofern auch die Drucktechnik einwandfrei klappert, wofür die Schweizer Druckereien einen guten Ruf geniessen.

#### Abgewogene Tonflächen

Nach Erfahrung des Werbefachmanns sollten die Schwarz-Weiss-Bilder schwarz, eventuell noch dunkelgrün oder dunkelbraun gedruckt werden. Hellere Farböne sollten nur für vereinzelte Bilder Verwendung finden, um wirksame Kontraste zu erzielen oder abgewogene Tonflächen für Textüberdrucke vorzubereiten.

Besitzt die Photographie den Vorzug der realistischen, glaubhaften Darstellung, spricht die graphische Lösung die Phantasie des Empfängers stärker an. Welcher Darstellung der Vorzug eingeräumt werden soll, bestimmt der Zweck unserer Werbung.

Zu einem faszinierenden Bild auf der Titelseite gehört ein sauberer, kurz und prägnant gehaltener Textteil. In der Regel ist dies der Name des Ortes, für den geworben wird, eventuell verbunden mit der Nennung der Region oder des Landes.

#### Der Stadtplan

Obligator Bestandteil eines guten Orts- oder Gebietsprospektes ist der Stadtplan bzw. eine übersichtliche Landkarte und die Verkehrsnetze. Die topographische Wahrheit darf aber nicht verfälscht werden. Verzerrungen, die aus Vereinfachungen entstehen, müssen durch einen textlichen Hinweis richtiggestellt werden.

Ein langer Weg von der Idee über das Layout bis zum druckfertigen Entwurf unseres Prospektes ist zurückgelegt, wie W. Bracht in seinen interessanten Ausführungen darlegte. Die Aufgabe wurde gestellt, die zweckentsprechende Form in Zusammenarbeit mit dem Graphiker gefunden, das Bildmaterial ausgewählt, der Text geschrieben; auf den ersten Entwurf des Graphikers folgte die Zeichnung, die schöne Zeit des Werdens ist vorüber, es folgt die Umsetzung des Entwurfs in eine Drucksache. Bild- und Textmaterial wandern in die Druckerei.

#### Die Zusammenarbeit mit der Druckerei

Wenn es, wie der Referent ausführte, eine gut eingerichtete, in der Herstellung von Werbendruckereien erfahrene und sich dem Druckauftrag mit eigener Anteilnahme widmende Druckerei ist, wird auch diese Wegstrecke der Entstehung erfreulich sein. Sie wird aber zur Qual, wenn die Druckerei der gestellten Aufgabe nicht gewachsen ist. Das Druckergebnis wird unbefriedigend sein. Eine Fremdenverkehrsschrift ist stets das Ergebnis einer Zusammenarbeit zwischen dem Verkehrswerber, dem Textverfasser, dem Graphiker und der Druckerei, die in ihrem Willen und Können einander entsprechen müssen.

## A Paris tous les jours devraient être des jours de fêtes

### Une initiative hardie du groupe Grand Hôtel

De notre correspondant parisien

Depuis l'invention des candélabres à gaz, la Ville Lumière attire les étrangers des 4 coins du monde; en effet, Paris est devenue, depuis 10 ans, la plaque tournante du continent touristique; mais cette plaque tournante tourne trop vite...

La durée du séjour hôtelier des différents hôtes, qu'ils viennent de l'étranger ou des provinces françaises est insuffisante, pour garantir aux hôteliers une base de rentabilité assez large.

Il faut notamment combler les fameux «trous» que comporte la saison d'hiver et (en premier lieu, les mois les plus creux, que sont, selon les statistiques de l'hôtellerie, les mois de janvier et février).

#### Le nombre de nuitées en régression

Malheureusement les données statistiques d'un pays comme la France, pourtant prédestinée à un tourisme florissant, sont incomplètes et ne paraissent qu'avec retard. Pour 1960, le commissariat général au tourisme n'avait pas encore publié les chiffres des nuitées de 1960, lorsqu'on apprit par le récent rapport du comité de tourisme de l'ancien OEEC (dont nous avons longuement parlé dans un de nos derniers numéros) que malgré l'accroissement de la capacité hôtelière de 4320 (sur 557 000 chambres existantes fin 1959), la durée moyenne du séjour des étrangers de toute provenance variait, en 1960, de 1 à 4 jours, mais que les Américains et Canadiens ne restaient que 2 à 3 jours, donc moins longtemps que dans les hôtels italiens, portugais, suisses et autrichiens...

En ce qui concerne Paris, aucune statistique spéciale des nuitées n'a été publiée jusqu'ici. Le rapport de l'OEEC précise seulement qu'en 1960 le nombre des nuitées de touristes étrangers pour toute la France a fléchi de 9 %, par rapport à 1959, et de 12,5 % pour les touristes en provenance de tous les pays de l'OEEC.

Les Anglais ont diminué leurs séjours de 38,4 %, les Italiens de 6,2 %, les Belgo-luxembourgeois de 19 %, les Scandinaves de 9,2 % et les Américains de 21,3 %. Une augmentation de la durée du séjour 1960 a par contre pu être enregistrée pour les Allemands (avec 3,486 millions de nuitées, + 19 %), les Canadiens (avec 1,08 million, + 87,2 %), les Hollandais (avec 1,6 million, + 12 %) et les hôtes d'Amérique latine (avec 1,817 million, + 71,5 %).

Il est probable qu'en 1960 les chiffres des nuitées enregistrées dans les établissements hôteliers de Paris ont à peu près évolué dans les mêmes proportions, même pour les touristes suisses, donc les voisins les plus proches dont le nombre de nuitées, dans toute la France n'a pratiquement pas augmenté en 1960.

#### Mais comment y remédier ?

Ce résumé récapitulatif peu réconfortant nous a paru nécessaire, pour pouvoir mettre en relief les efforts du «groupe Grand Hôtel» de l'hôtellerie parisienne tendant à améliorer la fréquentation de ses établissements pendant les mois d'hiver.

Sous le titre simple et efficace «Week-end parisien» deux des hôtels de la chaîne: le Grand Hôtel (avec 60 chambres) et l'Hôtel Prince de Galles (230) ont créé des «forfaits fins de semaine» à des conditions que notre compatriote M. R. C. Vernay, directeur de l'Hôtel Meurice (qui est le troisième hôtel du groupe), a exposé, lors d'un cocktail, offert à la presse dans les termes que voici:

«Nous proposons aux Français habitant la province et aux étrangers des pays les plus proches d'expression française (Suisse, Belgique, Luxembourg) une formule absolument neuve en Europe. C'est l'adaptation au goût français d'une réalisation similaire lancée avec un succès total par quelques grands hôtels New Yorkais.

Nach den Erfahrungen Brachts sollte sich der Auftraggeber stets vor der Einholung der Druckaufträge, auf jeden Fall aber vor der Auftragserteilung, genau entscheiden, in welchem Druckverfahren der Prospekt hergestellt werden soll. Seine Entscheidung wird dabei beeinflussen, welches Verfahren sich für die geplante Druckschrift bzw. den vorliegenden Entwurf am besten eignet, wie hoch die Auflage angesetzt ist und im Zusammenhang damit die Kostenfrage.

#### Hoch-, Flach- oder Tiefdruck?

Es sind drei Hauptdruckverfahren zu unterscheiden: der Hoch-, der Flach- und der Tiefdruck. Näher darauf einzutreten, würde den Rahmen dieser Ausführungen sprengen. Erwähnen wir nur kurz, dass es Aufgabe der Chemigraphie ist, die Bildvorlagen in druckfähige Metallflächen umzuwandeln, während die Typographie den Text in Lettern setzt. — Noch gilt es, unter den zahlreichen Papiersorten das Richtige zu finden.

Unter Umständen wird das Ergebnis der Offerte zu einer Korrektur der beabsichtigten Auflage führen. Wir haben uns dabei stets klar zu sein, dass es schwer hält, mit einer geringen Zahl von Prospekten erfolgreich werben zu wollen, wie es auch zwecklos ist, mit einem Rasenmähermotor einen Lastwagen in Fahrt bringen zu wollen.

Mit dem Sinken der Auflage steigt automatisch der Stückpreis der einzelnen Drucksache. Kleine Auflagen können daher wirtschaftlich nur verantwortet werden, wenn es uns gelingt, gezielt zu werben.

Zum Schluss noch ein wichtiger Tip aus der Praxis: Lassen Sie sich stets einen Maschinenabzug geben und lesen Sie diesen genau durch, bevor Sie Ihr «Gut zum Druck» erteilen. Läuft die Auflage einmal auf Hochtour, lässt sich kaum mehr eine Änderung anbringen.

## Malgré tout, bon été 1961

Voici un premier aperçu de l'évolution touristique au cours de l'été écoulé. L'expansion du tourisme d'été observée ces dix dernières années s'est poursuivie pendant la période examinée. Au regard de la période de juin à septembre 1960, le nombre des arrivées enregistrées dans les hôtels, pensions, sanatoriums d'altitude et maisons de cure s'est accru de 175 000 ou de 4 % pour atteindre 4,57 millions, le nombre des nuitées s'est haussé à un nouveau maximum d'été de 15,65 millions après avoir augmenté de 758 000 ou de 5 % et le taux moyen d'occupation des lits disponibles s'est déplacé de 63 à 64 1/2 %.

Les établissements d'hébergement au sens du terme, c'est-à-dire les hôtels, motels, auberges et pensions, ont annoncé durant la période en revue 5,39 millions de nuitées d'hôtes suisses et 9,54 millions de nuitées d'hôtes étrangers, soit 14,93 millions en tout, ce qui représente 772 000 nuitées ou 5 1/2 % de plus que de juin à septembre 1960. La fréquentation des hôtes du pays a progressé de 5 % environ — grâce avant tout au renforcement conjoncturel des effectifs d'hôtes permanents exerçant une profession — et celle des hôtes de l'étranger s'est accrue de 6 %. L'apport des visiteurs internationaux au total général des nuitées s'est élevé à 64 %, comme il y a un an.

L'essor du tourisme étranger provient surtout de la venue d'un plus grand nombre d'Allemands (supplément de 260 000 nuitées ou 12 1/2 %), d'Italiens (+81 000 ou 16 %). On a également noté une arrivée plus substantielle, voire beaucoup plus massive de Français (+47 000 ou 3 %), d'Autrichiens (+37 000 ou 28 %) et de Scandinaves (+23 000 ou 12 %). La fréquentation des visiteurs venus de Grèce, de Turquie, de l'Etat d'Israël, d'Argentine et du Japon s'est aussi relativement bien développée. En revanche, on relève une légère régression dans le groupe britannique (-1 %), de même qu'une sensible réduction des effectifs d'hôtes d'Espagne (-13 %), des Etats-Unis (-8 %), du Brésil (-16 %) et d'Australie (-14 %).

Le tourisme international comprenait 86 % d'hôtes européens (été 1960: 84 1/2 %), parmi lesquels les Allemands ressortent avec un apport de 2,35 millions de nuitées, les Britanniques 1,89 million, les Français 1,56 million et les estivants des pays du Benelux 1,21 million.

Compte tenu d'une légère augmentation de l'offre, la part des lits occupés dans les hôtels et pensions s'est accrue de 62 qu'elle était à 64 %. En juin, 48 % de la capacité de logement disponible a été utilisée, en juillet 70 %, en août 80 % et en septembre 54 %.

Dans les diverses régions, le nombre des nuitées enregistrées l'été précédent a été dépassé dans toutes les contrées, mais dans des proportions toutefois très inégales. Ainsi, en Suisse centrale, au Léman et sur le Plateau nord-est, le chiffre des nuitées n'accuse qu'une hausse de 1 à 2 %, alors que dans le Jura, au Tessin, en Valais et dans les Alpes vaudoises, la progression s'inscrit entre 9 et 14 %.

slogan «A Paris... tous les jours sont jours de fêtes» leur rappelle qu'il y a 65 théâtres, cabarets et music halls parmi lesquels ils pourront choisir les 2 fauteuils d'orchestre compris dans leur forfait...

Mais quel, que soit le résultat à court terme (ou la possibilité d'étendre l'expérience au-delà du 31 mars 1962), on doit admirer le courage des dirigeants de ce grand groupe d'hôtels.

Cette initiative a été prise à une époque où les autorités responsables du tourisme français en général et de la saison parisienne en particulier ne font rien ou très peu pour encourager l'affluence vers la «Ville Lumière» de touristes étrangers et où certains événements politiques et sociaux sont certains de nature à porter grave atteinte au tourisme international de la capitale française.

Nos collègues Vernay, Sibert et Capdevielle ont lancé cette magnifique «Opération Week-end» à l'instar des pays comme la Suisse et les Etats-Unis, dont la situation économique et sociale est plus stable, et à l'intention des touristes ou hommes d'affaires auxquels ils veulent assurer le «vieux bon accueil» parisien.

Espérons que cet accueil se réalisera dans le calme et la prospérité d'une Europe nouvelle...  
Dr Walter B. Bing

Montibaux  
Grand Baillif  
Ardévaz  
Rocailles

klingende Namen,  
berühmte Fendant,  
Stolz der Weinkellereien



Walliser Weinbau- und  
Weinkellerei-Besitzer

## Speisezwang soll in Schweden beim Alkoholausschank endlich aufgehoben werden

Von unserem Stockholmer Korrespondenten Dr. Gerhard H. E. Meissel

Der bisherige Mahlzeitenzwang in den schwedischen Gaststätten beim Ausschank alkoholischer Getränke jeglicher Art wird aufgehoben, die Getränkesteuer wird mit Ausnahme gewisser geringerer Erleichterungen in Einzelfragen auch weiterhin beibehalten und Apfelwein («Cider») unter weniger restriktiven Formen und somit Gleichstellung mit Malzgetränken verkauft. Diese drei Punkte stehen an der Spitze einer ganzen Reihe von Empfehlungen einer von der Stockholmer Regierung eingesetzten Expertenkommission, die sich mit dem gesamten weiteren Alkoholausschank in hiesigen Gaststätten zu befassen, umfassende Untersuchungen dieses ganzen Fragenkomplexes anzustellen und der Regierung entsprechende Rekommandationen zu unterbreiten hatte.

Das jetzt vorliegende, äusserst umfassende Sachverständigen Gutachten stellt einleitend fest, dass nach der Alkoholverkaufsreform in Schweden 1954, die der Beseitigung einer bestimmten Art von Prohibition glich, der Gaststättenausschank alkoholischer Getränke radikal zurückging und dass dieser Rückgang nach wie vor anhält. 1960 betrug der Anteil dieses Gaststättenausschanks nur ganze 7 % des gesamten schwedischen Alkoholkonsums, der ausschliesslich in besonderen Monopolläden gedeckt werden kann. Schnaps und Brantwein wurden im Verhältnis zum Gesamtverkauf dieser Getränke in den Monopolläden nur im Umfang von lediglich 5 % in den schwedischen Gaststätten verabreicht; 1954 betrug die entsprechenden Prozentquoten bzw. 10 %.

Der Gaststättenausschank von Wein betrug 1960 rund 9 % des totalen hiesigen Weinverkaufs, während Starkbier nur im Umfang von 2 % in den Gaststätten getrunken wurde, so dass hier 98 % auf den Konsum zu Hause entfallen. Die seit einiger Zeit ständig beängstigend nach oben kletternde Kurve der schwedischen Alkoholisten und unter Alkoholeinwirkung begangenen Gesetzesverletzungen, die in der Hauptsache Personen unter 21 Jahren betrifft, steht nach den Ergebnissen dieser Untersuchung mit dem Einkauf von Spirituosen in den Alkoholläden im Zusammenhang.

Die augenblicklich durchgeführten Versuche mit einem nicht an das Einnehmen einer Mahlzeit gebundenen Spirituosenausschank, die ungefähr die Hälfte aller schwedischen Gaststätten mit Alkoholausschankkonzessionen umfassen, haben überwiegend zu guten Resultaten geführt. Aus diesem Grunde fordern denn auch die Komiteemitglieder von der Regierung eine definitive Beendigung des heutigen Mahlzeitenzwanges. Reiner Brantwein, Aquavit und Genever sollen jedoch nach wie vor, was auch momentan anlässlich der erwähnten Versuche der Fall ist, nur zusammen mit einer Mahlzeit

ausgeschenkt werden. Das Gutachten bringt jedoch in diesem Zusammenhang in Vorschlag, dass hier dadurch eine Verschärfung der heutigen Bestimmungen eintreten soll, dass auch tatsächlich eine volle Mahlzeit und nicht nur beispielsweise ein belegtes Butterbrot, ein Paar Würstchen, eine Portion Salat usw. verabreicht wird. Gin, der heute bei den laufenden Versuchen nur in stark begrenztem Ausmass ohne Zusatz von Mineralwasser usw. getrunken werden darf, soll hier von dem Mahlzeitenzwang ausgenommen werden. Das Selbstbedienungssystem in Gaststätten darf nach Auffassung der Komiteemitglieder nicht im Zusammenhang mit der Verabreichung alkoholischer Getränke eingeführt werden; in der Regel soll diese gleiche Regelung des Bedienungszwangs auch bei Wein gelten. Die Grillbars sollen ganz allgemein nicht das Recht zum Ausschank stärkerer Getränke als Starkbier eingeräumt erhalten.

Weiter wird eine Anpassung des sog. Verzehr- und Verwahrungsverbotes vorgeschlagen, das als «Taschenflaschenproblem» und hinsichtlich der Zurverfügungstellung «schwarzen» Wohnraums privater Natur zu mit Alkoholkonsum verbundenen gesellschaftlichen Veranstaltungen in der Praxis nur ausserordentlich schwer zu überwachen ist. Dieses schwedische Verbot besagt, dass alle Getränke mit einem höheren Alkoholprozentatz öffentlich in keinen anderen Lokalen aufbewahrt und ausgeschenkt werden dürfen, als denjenigen, die gesetzlich im Besitz der hierfür vorgeschriebenen staatlichen Lizenz sind. In dem vorliegenden Expertengutachten wird hier in Vorschlag gebracht, dass dieses Verbot nur dann zur Anwendung gebracht wird, wenn es sich um berufliche Servicebetriebe oder um das erwerbsmässige Vermieten von Lokalen für private Veranstaltungen handelt, in denen durch den Lokalbesitzer Essen und Trinken verabreicht oder vermittelt wird. In keinem dieser Fälle soll es also zulässig sein, ohne besondere behördliche Genehmigung alkoholische Getränke oder Bier auszuschenken oder von den Gästen trinken zu lassen.

Eine Voraussetzung für die generelle Aufhebung des Mahlzeitenzwangs in den schwedischen Gaststätten ist nach Auffassung des Komitees die Beibehaltung der Getränkesteuer. Zusammen mit dem äusserst niedrigen Verdienst der Gaststättenbesitzer beim Spirituosenausschank kommt der Getränkesteuer in ihrer beträchtlichen Höhe eine bedeutende Funktion hinsichtlich etwaiger Absichten der Restaurateure, ihren Spirituosenumsatz zu steigern, zu; weiter verlagert sich hierdurch aber auch das Interesse der Gaststättenbesucher von den stärkeren alkoholischen Getränken zu solchen mit einem geringeren Alkoholgehalt, nachdem die Höhe

der Getränkesteuer von dem jeweiligen Alkoholprozentatz abhängt.

Man muss aus diesen Gründen, betont das Komitee, zuerst einmal die weitere Entwicklung nach der generellen Abschaffung des Mahlzeitenzwanges abwarten, ehe die Frage der definitiven Beibehaltung, Milderung oder gar gänzlichen Abschaffung der Getränkesteuer in Schweden entschieden wird. Bestimmten Erleichterungen, besonders zum Zweck der Rationalisierung, stehen jedoch speziell in Detailfragen keinerlei Bedenken entgegen. Eine Erhöhung des Ausschankalters bei der Verabreichung starker alkoholischer Getränke, das in Schweden mit 18 Jahren festgelegt wurde, erscheint dem Komitee nicht erforderlich.

Das heute hier bestehende prinzipielle Verbot, dass bei Tanzveranstaltungen unter gar keinen Umständen Alkohol ausgeschenkt werden darf — geschlossene Gesellschaften und Gaststätten, die an Tanzabenden den Mahlzeitenzwang vorschreiben, ausgenommen — soll nach Auffassung des Expertengutachtens abgeschafft werden, genau so, wie das kommunale Vetorecht, wenn Anträge auf Verlängerung der Polizeistunde und auf Genehmigung des Ausschanks von Alkohol gelegentlich einmaliger Variétévorstellungen gestellt werden, in Zukunft nicht mehr zulässig sein soll. Den örtlichen Polizeiverwaltungen soll das Recht eingeräumt werden, nach der Prüfung derartiger Anträge vom allgemeinen Ordnungspunkt aus derartige Genehmigungen zu erteilen. Die Polizei soll zukünftig nur noch an die entsprechenden Direktiven gebunden sein, die nach vorhergehender Anhörung der kommunalen Instanzen von den Landratsämtern herausgegeben werden.

Weiter wurde eine Verlängerung der Ausschankstunde befürwortet; während heute in Schweden in Gaststätten Alkohol nicht nach 22 Uhr mehr ausgeschenkt werden darf, soll diese Zeit auf 24 Uhr verlängert werden. Hierdurch ist es möglich, die heutigen fortgesetzten Anträge auf Verlängerung dieser Ausschankzeit über 22 Uhr hinaus ganz wesentlich zu verringern. 1960 wurde in ganz Schweden den Anträgen von 818 Gaststätten mit dem Recht des Ausschanks alkoholischer Getränke stattgegeben, auch nach 22 Uhr Spirituosen zu verabreichen; von diesen Anträgen wurden nur 203 Gaststätten betroffen, die auch noch nach 24 Uhr Spirituosen servieren wollten. Aber auch der Ausschank von Starkbier, der heute erst um 12 Uhr beginnen darf, soll auf 11 Uhr vorverlegt werden. Hierdurch hoffen die Komiteemitglieder, dass dem Spirituosenkonsum entgegengeköhrt wird. Heute dürfen alkoholische Getränke in hiesigen Gaststätten an Wochentagen überhaupt nicht vor 12 Uhr ausgeschenkt werden. Es steht einwandfrei fest, dass zahlreiche Gaststättenbesucher gerne bereits vor 12 Uhr ein zeitiges Lunch einnehmen würden, dass diese aber den Zeitpunkt 12 Uhr abwarten, um gleichzeitig einen Schnaps zum Essen trinken zu können, weil dieser ihrer Mahlzeit einen etwas festlicheren Charakter verleiht. Die heutige Regelung führt häufig dazu, dass kurz vor Mittag im nächsten

## Die REVUE gibt Auskunft:

### FRAGE:

In den letzten Jahren musste ich die Küche durch den Maler wiederholt weissen lassen, weil sich immer wieder Schimmelpilz bildete. Das Zusetzen von chemischen Mitteln in die Anstrichfläche war wirkungslos. Heute ist die Küche wieder ganz vergraut. Gibt es noch ein zuverlässigeres Mittel, um diese langweilige Sache zu beheben?

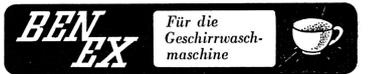
### ANTWORT:

Im täglichen Küchenbetrieb verdampfen und verdunsten je nach Betriebsumfang literweise Wasser. Ein Teil dieses Wassers geht durch offene Fenster und Türen oder durch die Ventilation ins Freie. Einen grossen Teil aber nehmen die Wände und die Decke auf. An den geweissten Stellen wird das Wasser allmählich aufgesogen, während sich an den gelatteten Wänden Kondenswasser bildet. In der kalten Jahreszeit, da Fenster und Türen weniger geöffnet werden, sind die Mauern dem Wasserdampf intensiver ausgesetzt. Hat das Mauerwerk keine Gelegenheit, wenigstens während der Nacht die Feuchtigkeit wieder loszuwerden, hat der Schimmelpilz sein Spiel gewonnen. Am häufigsten tritt der Pilzbefall innen an den nordseitigen Aussenmauern auf. Diese sind stets kälter anzufühlen und die Verdunstung des Niederschlags geht viel langsamer, manchmal sogar überhaupt nicht vor sich.

Früher, als noch mit Kohle geheizt und gekocht wurde, war genügend Wärme vorhanden, damit die Küche auch im kältesten Winter austrocknen konnte. Heute reicht die Wärmeentwicklung der Elektro- und Gasherde nicht mehr aus, neben der Erwärmung der Kochtöpfe auch noch als Raumheizung zu dienen.

Es gilt nun, dem Schimmelpilz die Vegetationsmöglichkeit zu entziehen und das Uebel im Keime zu ersticken. Setzen Sie sich mit einem Heizungsinstallateur in Verbindung und lassen Sie im Bereich der feuchtesten Zone der Küche einen Radiator anbringen. Der Installateur wird Sie beraten und einen Heizkörper wählen, der wenig Platz in Anspruch nimmt. Der Maler wird dann kurz vorher die Küche noch einmal reinigen und weissen; für lange Zeit zum letztenmal.

Alkoholläden eine Flasche Schnaps gekauft wird, die wesentlich katastrophalere Folgen als ein bereits um 11 Uhr zum Essen getrunkenen Schnaps in einer Gaststätte haben kann. Eine vorverlegte Ausschankzeit für Starkbier muss besonders die Geschäftsleute günstig beeinflussen, ganz abge-



Hotelhalle im Hotel Beatus in Merligen

## Was wünscht der Gast von heute in seinen Ferien?

Ruhe, Erholung und eine gute Küche sind selbstverständlich, doch die Entwicklung zeigt, dass der Mensch in seinen Ferien besser leben will oder eben so gut wie durchs ganze Jahr hindurch. Somit sucht er bei der Auswahl seines Hotels den hohen Komfort und das gewisse Cachet. Darum lassen Sie sich durch den Fachmann beraten.

# GROGG

Werkstätten für:  
**Hotelzimmereinrichtungen**  
**Speisesaalmöblierungen**  
**Dekorationen / Vorhänge**  
**Innenausbau**  
**Polstermöbel / Gartenmöbel**

P. GROGG, Ameublements, Wangen bei Olten Tel. (062) 5 39 52

## Für Qualität und Freiheit

Mit dem neuen Uhrenstatut fallen alle bisherigen staatlichen Fesseln teils sofort dahin, teils werden sie gelockert und in 1 bis 4 Jahren gänzlich abgeworfen.

Was bleibt, ist einzig die **Exportkontrolle** für Bestandteile und Maschinen, weil nur sie die Verschleppung dieser für uns so wichtigen Industrie ins Ausland bremsen kann, und neu wird eine **Qualitätskontrolle** eingeführt, um zu verhindern, dass im freien Konkurrenzkampf der gute Ruf der Schweizer Uhr zuschanden geritten wird.

Aber es ist keine Hilfsaktion und kostet den Staat kein Geld. Das neue Uhrenstatut gewährleistet **Qualität und Freiheit**, die wir dem Namen unseres Landes schuldig sind.

**Am 2./3. Dezember: Uhrenstatut**

Schweizerisches Aktionskomitee für Qualität und Freiheit in der Uhrenindustrie

# ja

sehen davon, dass sie positiv sowohl den Restaurationsgästen, als auch den Restaurateuren zugute kommt.

Schliesslich legt der Sachverständigenbericht auch eine Reihe Vorschläge vor, die den gelegentlichen Ausschank alkoholhaltiger Getränke in bestimmten Fällen an Bord von Schiffen im inner-schwedischen Verkehr, beispielsweise bei Ausflügen geschlossener Gesellschaften, sog. «Mondscheinfahrten» usw., vereinfachen sollen und ausserdem eine freie Preisfestsetzung für alkoholartige Getränke und Starkbier gestatten.

In der Frage über Apfelwein ist die Kommission der Auffassung, dass den Hoffnungen der hiesigen Obstzüchter, durch die zukünftige Herstellung von Apfelwein auf gewerblicher Basis in Schweden, die heute gesetzlich verboten ist, den Obstplantagen hinsichtlich ihres Apfelverkaufs wesentlich geholfen wird, nur in äusserst geringem Ausmass entsprechen werden kann. Auf der andern Seite glaubt man aber keinen Anlass zu haben, sich vom Nüchternheitsstandpunkt aus einer zukünftigen Apfelweinerzeugung zu widersetzen oder eine verfassungsmässige Begrenzung dieser Produktion zu empfehlen. Von Professor L. Goldberg im Auftrag des

Komitees angestellte Versuche haben nämlich ergeben, dass der Rauscheffekt von Apfelwein nicht grösser als der von Malzgetränken mit entsprechendem Alkoholgehalt ist. Die Komiteemitglieder schlagen somit vor, dass Getränke aus Äpfeln unter den gleichen Formen hergestellt und verkauft werden können wie die heute in Schweden fabrizierten und verkauften Malzgetränke verschiedener Art.

Empfohlen werden in diesem Zusammenhang drei Arten von Getränken, nämlich «Stark-Cider», «Cider» und «Schwach-Cider». Versteuert soll «Stark-Cider» mit 0,90 Kronen pro Liter gegenüber 1,41 Kronen für Starkbier werden, während für «Cider» genau so wie Schwachbier 0,48 Kronen und für «Leicht-Cider» in Übereinstimmung mit der Steuer für Selters und Limonade 0,33 Kronen pro Liter an Steuern zu entrichten sind. Bei der Festsetzung dieser Steuersätze hat die Untersuchung nicht die Frage einer etwaigen, den Obstplantagen zu gewährenden staatlichen Subvention angeschnitten.

Das Gutachten schlägt abschliessend vor, dass die vorgeschlagenen Änderungen am 1. Juli 1962 in Kraft treten sollen. Erforderlich hierfür ist ein entsprechendes neues Gesetz, das von dem Stockholmer Reichstag im Frühjahr 1962 behandelt und verabschiedet werden müsste.

Enfin M. J. Macdonald (USA) a été élu par acclamations président honoraire. L'organisation du congrès 1962 a été confiée au skal-club de Mexico et en 1963 les skal-men se rendent aux îles Canaries.

Le programme d'excursions, de visites et de réceptions offert par le skal-club d'Athènes fut particulièrement brillant. Il avait été parfaitement dosé pour tous les goûts, c'est-à-dire aussi bien pour ceux qui voulaient se retremper dans l'histoire grecque que pour ceux qui préféraient admirer l'effort de reconstruction qui a été accompli et le développement du tourisme international. Ce fut un plaisir de faire le tour de ville classique d'Athènes sous la conduite de charmantes accompagnatrices grecques dont chacun admira le profond savoir et la connaissance des langues étrangères.

Une excursion d'un jour en Argolis ou à Delphes a permis de pénétrer plus profondément en terre grecque. Une autre excursion au Cap Sounion nous fit admirer de nouvelles formes du tourisme moderne: les villages de bungalows de Gyfada (Astir Beach) et de Voula. Ces gracieux bungalows sont construits dans des parcs de verdure et de fleurs directement au bord de la mer. Ils disposent de tout le confort d'un hôtel de luxe et comprennent une chambre à deux lits avec pelouse privée, véranda couverte, douche, eau courante chaude et froide, téléphone et place de parc. Un restaurant moderne au centre du village sert les repas aux villégiaturiers. Entre Astir Beach et Voula nous avons aperçu l'élégant hôtel Savonis qui appartient à la chaîne d'hôtels «Rhône» dirigée par notre compatriote Richard Lendi.

Pour terminer, mentionnons les brillantes réceptions organisées par l'hôtellerie grecque et deux navires ancrés dans le port du Pirée. Il n'a certainement pas été facile de servir chaque fois 800 convives et pourtant la cuisine grecque a fait honneur à sa réputation. Signalons particulièrement les deux banquets servis à l'Hôtel de Grande Bretagne et celui offert à la Taverne Asteria. Le menu, les vins et le service répondaient en tous points à la tradition hôtelière touristique. Que la direction de ces établissements et leur personnel reçoivent ici un compliment mérité.

Le XXIIe Congrès de l'AISC d'Athènes a été brillant, les organisateurs sont à féliciter pour leur travail, ainsi que pour l'accueil chaleureux qu'ils ont réservé aux 800 congressistes.

**Divers**

**Vers un nouveau tunnel routier: celui du San Bernardino**

Le percement du tunnel du San Bernardino (canton des Grisons), long de 6,5 km, est prévu pour le printemps 1962. Ce tunnel routier permettra de décharger le trafic du St-Gothard, ligne parallèle. Le tunnel conduira du Rhin-Supérieur au village de langue italienne de San Bernardino, en passant sous le col du même nom.

**Le XXIIe Congrès de l'AISC à Athènes**

L'Association internationale des skal clubs (AISC) groupant 220 clubs répartis dans 66 pays du monde, a tenu son XXIIe congrès du 4 au 9 novembre 1961 à Athènes. Ce congrès avait en fait été attribué à Colombo sur l'île de Ceylon, mais, par suite du nombre très restreint d'inscriptions, le comité directeur de l'AISC s'est vu contraint de changer le lieu de réunion. Le skal club d'Athènes qui avait dû recevoir les congressistes en 1962 s'est déclaré d'accord d'avancer cette réception. Bien qu'il n'ait disposé que d'un délai d'à peine cinq mois, il a mis au point un programme très attrayant qui a attiré à Athènes près de 800 congressistes. La délégation suisse comptait 66 participants, dont plusieurs représentants de notre hôtellerie. Les 148 clubs inscrits étaient représentés par 198 délégués.

toyants des acteurs, obtinrent un succès éclatant. La première assemblée des délégués du 6 novembre fut marquée par une cérémonie émouvante à la mémoire des victimes du terrible cataclysme qui s'était abattu la nuit précédente sur la ville d'Athènes et sur le Pirée, cataclysme qui causa la mort de plus de 40 personnes, fit au moins 300 blessés et laissa plus de 4000 Athéniens sans abri. Une collecte fut immédiatement organisée parmi les skal-clubs qui, à la fin du congrès, purent remettre 2000 dollars au président du skal-club d'Athènes en faveur des sinistrés.

Les séances de travail se sont déroulées comme de coutume dans un esprit fort sympathique, les rapports de M. H. Tschann, secrétaire général et du trésorier-administrateur, étant approuvés sans opposition. Des félicitations et des remerciements spéciaux furent adressés au secrétaire général pour son travail et son dévouement en faveur du mouvement skal.

M. O. Nasso (Italie), 2e vice-président, a été élu président de l'AISC pour le prochain exercice. M. F. Schwarzenstein, Allemagne, directeur adjoint de l'office central allemand du tourisme à Francfort, a été nommé 2e vice-président. Les deux administrateurs sortants, MM. E. Fert (Suisse) et C. F. Joffre (Grande-Bretagne), ont été réélus. Nous profitons de cette occasion pour féliciter le représentant de la Suisse pour le magnifique succès obtenu. Comme jusqu'à présent, M. E. Fert continuera à représenter notre pays au comité directeur de l'AISC.

La séance solennelle d'ouverture de dimanche matin 5 novembre ne put se dérouler au théâtre d'Hérode Atticus en raison de la tempête qui sévissait sur la Grèce. Elle eut lieu au cinéma Orphée où M. C. Apostolides, président du comité d'organisation, put saluer tous les congressistes. Ceux-ci entendirent également des messages d'autres skal-men éminents, ainsi que de M. J. Coutouyannis, président de l'Office national du tourisme hellénique.

Après vérification des pouvoirs des délégués, la séance d'ouverture se termina par des chansons et des danses du folklore grec. Cette présentation des plus anciennes traditions de toutes les provinces de Grèce, de même que les costumes cha-

**Todesanzeige**



Den verehrten Vereinsmitgliedern bringen wir zur Kenntnis, dass unser persönliches Mitglied

Herr

**Kurt von Jahn-Grombass**

Hotelier

in Hertenstein am 23. November nach langem, mit Geduld ertragenem Leiden, jedoch unerwartet rasch, im Alter von 61 Jahren verschieden ist.

Wir versichern die Trauerfamilie unserer verehrten Teilnehmer und bitten die Mitgliedschaft, dem Verstorbenen ein ehrendes Andenken zu bewahren.

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

**Totentafel**

† Kurt Jahn sen., Hertenstein

Unter einem Berg von prächtigen Kränzen und Blumen wurde letzten Samstag Kurt Jahn sen., Hotel Hertenstein, zu Grabe getragen. Ein zahlreiches Trauergeleit erwies dem Verstorbenen die letzte Ehre.

Kurt Jahn's Wiege stand in Marburg im heutigen Jugoslawien, wo er am 4. April 1900 das Licht der Welt erblickte. Schon frühzeitig erkannte er seine Neigung zum Hotelberuf. Nach diversen Stellen im In- und Ausland übernahm er im Jahre 1925 erstmals die Leitung des Hotel Fédéral in Luzern, um 1926 für kurze Zeit das Hotel Kastanienbaum zu führen. Anschliessend, bis 1930, war der Verstorbene Besitzer des Hotel Rütsli in Hergiswil. Dort lernte er die Schönheiten des Vierwaldstättersees kennen und als das Hotel Hertenstein im Jahre 1930 zum Kaufe ausgeschrieben wurde, zögerte er nicht lange. Das Hotel Hertenstein sollte seine endgültige Heimat werden. Es wurde im Laufe der Jahre zu einem allseits bekannten und gutgehenden Betriebe ausgebaut. Im Jahre 1926 fand Kurt Jahn in Fr. Martha Gärtner seine Lebensgefährtin, welche ihm in der Folge 10 stramme Kinder - 7 Knaben und 3 Mädchen - schenkte, von denen ein Teil heute bereits in leitender Stelle steht. Leider wurde ihm seine tüchtige Gattin im Jahre 1950 durch den Tod entrissen, was für ihn einen schweren Schlag bedeutete. Um die zum Teil noch unum-



**präsentieren ihr neuestes Modell**

Die Geschirrwash- und Spülmaschine KMW, zum sensationellen Preis von nur Fr. 5145.- franko Domizil geliefert!

Leistung: 960 grosse Teller in der Stunde, oder entsprechende Anzahl anderer Geschirrtelle.

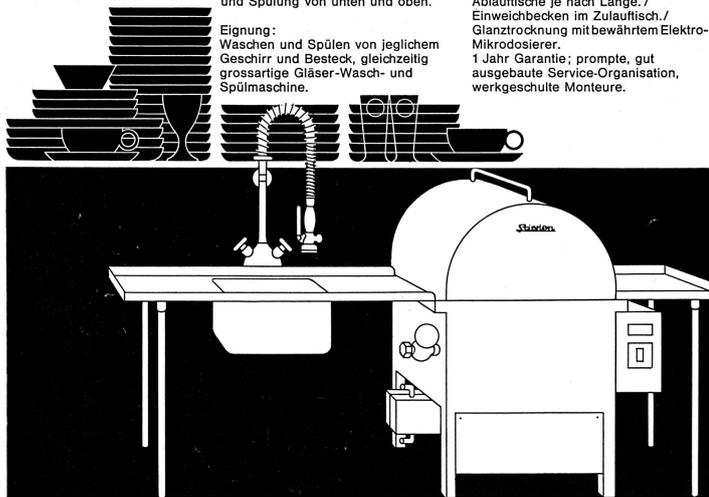
Material: Chromstahl matt geschliffen.

Arbeitsweise: Durchschiebemodel, mit Waschung und Spülung von unten und oben.

Eignung: Waschen und Spülen von jeglichem Geschirr und Besteck, gleichzeitig grossartige Gläser-Wash- und Spülmaschine.

Inbegriffen: 2 Konsoltische von je 56 cm, aus Chromstahl, mit Füssen./Tänkeheizung mit Thermostat und Wassermengensicherung eingebaut./Eingebauter Durchlauferhitzer für die Bereitung des Nachspülwassers./3 Metallgeschirrkasten, plastifiziert.

Mehrpreise für: Variable Regelschaltung (Anpassen der Waschzeit an den Verschmutzungsgrad) Fr. 415.-/Verlängerte Zu- und Ablaufschleife je nach Länge./Einweichbecken im Zulaufsch./Glantzrocknung mit bewährtem Elektro-Mikrodosierer. 1 Jahr Garantie; prompte, gut ausgebaute Service-Organisation, werkgeschulte Monteur.



Verlangen Sie den Besuch unseres Spezialisten für fachmännische Beratung  oder unverbindliche Offerte.

Gewünschtes bitte ankreuzen.



Senden Sie diese

**Einladung**

an: Rohr-Röthelin + Co. Bern, Neugass-Passage 3 Tel. 031/9 14 55 Zürich, Torgasse 3, Tel. 051/24 28 59

Name:

Adresse:

**Ultra-Bienna**

garantiert das längste Leben Ihrer Wäsche!

Dieses führende Seifenwaschmittel wäscht zuverlässig, bleicht sehr schonend und verleiht der Wäsche höchstes Weiss und klare Farben. Für Waschautomaten besonders geeignet und empfohlen.

**SOBI** zum Vorwaschen normalschmutziger Wäsche  
**BIO-40** zum Vorwaschen oder Einweichen fettigschmutziger Leib-, Küchen- und Berufswäsche

**PERBORAT EXTRA** Sauerstoffbleichmittel

**ANGORA** für feine Wäsche, Wolle, Seide und Nylon

Verlangen Sie unseren kostenlosen und unverbindlichen Beratungsdienst.

SEIFENFABRIK SCHNYDER, BIEL 7



digen Kinder besser betreuen zu können, entschloss er sich, im Jahre 1953 mit Fräulein Hertha Grossbass einen neuen Lebensbund zu schliessen, welche ihm in der Folge bis zum Ende seiner langen und schweren Leidenszeit in treuer und aufopfernder Hingabe zur Seite stand. Im Jahre 1953 übergab er seinem Sohne Georges das Hotel Hertenstein in Pacht und 1956 in Kauf, um seinem grossen «Hobby», dem Liegenschaftshandel, mit wechselvollem Glück besser dienen zu können. Nur hat das ruhlose Herz zu schlagen aufgehört. Die Erde sei ihm leicht. Den schwergeprüften Hinterbliebenen gilt unsere herzliche Teilnahme. Kurt Jahn sen. werden wir ein ehrendes Andenken bewahren. s.

**Aus den Sektionen**

**Der Berner Hotelier-Verein verdoppelt seine Beiträge an den Verkehrsverein**

Der Berner Hotelier-Verein hielt kürzlich seine Herbstversammlung ab.

Zur Frage stand in erster Linie die Erhöhung der Beiträge an den Verkehrsverein der Stadt Bern. Präsident Bütikofer wies nachdrücklich darauf hin, dass unser Verkehrsverein die dringend erforderlichen finanziellen Mittel fehlen, um eine für die Stadt Bern erfolgversprechende Propaganda entfalten zu können. Von dem schönen neuen «Bern-Film» benötigt der Verkehrsverein mehrere Kopien, um ihn auch den schweizerischen Agenturen im Ausland zur Verfügung stellen zu können. Der in den letzten zwei Jahren gedruckte und versandte «Bern-Prospekt» vermag in seiner jetzigen Ausführung den Touristen für Bern zu wenig interessieren. Die Mitglieder des Berner Hotelier-Verein sind daher der Überzeugung, dass nur ein schöner, grosszügiger, lebendiger und farbenfroher Prospekt, wie er früher gestaltet werden konnte, Erfolg haben kann. Unsere vielen Sehenswürdigkeiten genügen nicht, den Touristen zu längerem Verweilen in Bern zu veranlassen und seine Einkäufe hier zu tätigen. Wir müssen ihn in vermehrter Masse auf die ungewöhnlich günstige Lage Bern als Exkursionszentrum aufmerksam machen. Ein neuer Prospekt ist in Vorbereitung, dessen Verwirklichung aber, der gestiegenen Kosten wegen, auch wieder grössere finanzielle Mittel erfordert. Bern bietet in bezug auf die Hotels der verschiedenen Kategorien, der geeigneten Lokalitäten, Simultananlagen usw. die günstigsten Voraussetzungen zur Durchführung von Kongressen.

Eine bessere Belebung der Hotels während der Wintermonate würde nicht nur diesen, sondern auch dem Handel und Gewerbe eine willkommene zusätzliche Einnahmequelle verschaffen. Daher verfolgt der Berner Hotelier-Verein mit besonderem Interesse die Weiterentwicklung des unumgänglichen Flugplatzes.

Der Tatsache Rechnung tragend, dass das Büro des Verkehrsvereins an der Bundesgasse jedem Besucher gratis Auskünfte erteilt, beantragt der Berner Hotelier-Verein, die Beherbergungstaxe in

den Hotels auf 40 Rappen zu erhöhen. Der Berner Hotelier-Verein hofft, nachdem sowohl der Gemeinderat wie auch der Stadtrat sich im befürwortenden Sinne dafür ausgesprochen haben, dass auch der Stimmbürger sein Einverständnis dazu geben wird.

Die Versammlung bekundet einhellig ihr Vertrauen in den Verkehrsverein, seine Propaganda- und Finanzkommission sowie in die Direktion des Verkehrsvereins. Wir erinnern daran, dass Direktor Rubli in der Person von Vizepräsident Hegner einen neuen, bestausgewiesenen Mitarbeiter erhalten hat, so dass die personellen Voraussetzungen für eine intensive Werbearbeit erfüllt wären.

**«Ski Holidays in the Alps»**

hvb. - In der Reihe der Penguin-Handbücher ist rechtzeitig auf den kommenden Winter ein neues Skibuch in englischer Sprache mit dem Titel «Ski Holidays in the Alps» erschienen. Als Verfasser zeichnen der englische Reisebuchschreiber und Skifahrer James Riddell zusammen mit seiner Frau Jeannette. Dieses handliche Skibuch in Taschenformat zum vorteilhaften Preise von 5 englischen Schillingen ist eine meisterliche Zusammenstellung von allen Informationen über 168 grössere Wintersportplätze in den fünf Alpenländern Österreich, Frankreich, Italien, Deutschland und der Schweiz. Auf 400 Seiten findet der Skifahrer die «facts», die man gerne wissen möchte, bevor man sich an diesen oder jenen Ort in die Skiferien begibt. Die Fülle der Information ist erstaunlich, denn die Verfasser haben praktisch - mit ganz wenigen Ausnahmen - jeden Ort in den letzten fünf Wintern besucht, sind jede Abfahrt mindestens einmal gefahren und legen ungefähr 80 % der Reise in einem Kleinauto italienischer Provenienz zurück. Riddell schätzt, dass die ganze Skireise einer Distanz von mehr als 16 000 km entspricht, wobei rund 6000 km reine Skifahrten ohne den geringsten Unfall bei jedem Schnee und Wetter «gemacht» wurden.

Es gibt wohl kaum einen andern Skifahrer auf unserem Globus, der solch eine praktische Kenntnis der alpinen Skigebiete besitzt wie James Riddell. James, wie auch seine Frau Jeannette, hatten das Glück, dass sie schon in jungen Jahren von ihren Eltern zum Skifahren in die Schweiz mitgenommen wurden. An den Olympischen Winterspielen 1936 in Garmisch gehörte Jimmy zum englischen Team. Als junges Mädchen gewann Jeannette Kessler 1935 bei St. Anton das Arlberg-Kandaharren und 1935 war sie Schweizer Meisterin in der Abfahrt. Noch heute fahren beide mit einer Leichtigkeit und Eleganz, und sie sind wahre Künstler im tiefen Pulver abseits der Piste. Man möchte meinen, dass diese vielen Abfahrtskilometer die Verfasser etwas zu viel an die Aufgabe der Sammlung von 1000- und mehr-Zahlen der Höhenmeter, der Länge der Piste, der Ein-

wohnerzahl und vieles andere erinnert hätte. Aber dem ist nicht so. Neben allen diesen nützlichen und wissenswerten «facts» wurden auch Land und Leute nicht vergessen. Mit offenen Augen und wachem Sinn sind diese Skifahrten unternommen worden.

Wie genau Riddell zu beobachten weiss, hat er schon in vielen andern Büchern bewiesen, wobei wir nur zwei seiner letzten erwähnen: «African Wonderland» und «Dog in the Snow». Liest man die Vorworte zu den Beschreibungen der einzelnen Skireise in den fünf Alpenländern, so merkt man gleich, wie aufmerksam die Menschen mit und ohne Ski analysiert werden.

Für die Schweiz und die Schweizer, die er wohl am besten kennt, ist das Kapitel «Introduction» eine köstliche Fundgrube an Komplimenten - und auch an kritischen Feststellungen. Zitieren wir den ersten Satz: «Mention the Alps to anyone and their first thought is Switzerland. Mention the word skiing, and the chances are heavily weighted that Switzerland will again be the first thought». Was er vom Schweizer selber hält, formuliert er wie folgt: «Few Swiss will admit it, but this is a rich country. The standard of living is higher than in most countries and the Swiss franc is one of the soundest currencies in the world. In other words you have to pay for what you get in Switzerland - but what you get is excellent value for your money.» Ob bewusst oder unbewusst hat Riddell hier einen Werbeslogan der Schweizerischen Verkehrszentrale in Grossbritannien und in den USA «Switzerland - good value for your money» sich zu eigen gemacht.

Kritisch - aber sehr treffend geht es weiter in der Einleitung: «The Swiss character is very much reflected in the character of Swiss centres. The words and phrases that spring to mind are: solid, stolid, honest, regimented efficiency, extreme tidiness, good humour rather than humour.» Ja - der Humor; ein Kapitel für sich. Hat doch kürzlich ein anderer Ausländer behauptet, und Radio Basel hat

es gemeldet: «d'Schwyzzer sige bim greschte Vergnie ämcht, si sigen sogar bim Lache...».

Den SBB und den Buffets zollt Riddell hohe Anerkennung. «Swiss Railways are highly efficient (when in doubt about a meal, go to the Bahnhof).» Über Unterkunft und Verpflegung in der Schweiz wird folgendermassen geurteilt: «There is always hot water - but baths are generally treated as 'extras'. There is plenty of good food - even though this has largely lost its original national and regional character and is now all too often some what dully and even pompously international.» Doch am Schluss seiner amüsanten Einführung zum Kapitel Schweiz sagt Jimmy Riddell einen einzigen Satz - einen Satz, der das aussagt, was er wirklich fühlt: «Switzerland is Switzerland - and there is magic even in the name».

**Chronique**

**Fermeture du sanatorium militaire de Montana**

Depuis la fermeture du sanatorium d'Arosa, au printemps 1959, la baisse du degré d'occupation des cliniques militaires s'est poursuivie. Les deux établissements fédéraux encore en activité, disposant de quelque 190 lits au total, sont aujourd'hui insuffisamment occupés. Il convient donc pour des raisons d'ordre économique, de réduire de nouveau le nombre de lits.

C'est pourquoi le département militaire fédéral envisage la fermeture de la clinique militaire de Montana, qui compte 80 lits environ. Cette mesure permettra de réaliser une économie annuelle de quelques centaines de mille francs. On maintiendra en revanche le sanatorium de Davos, qui dispose, à l'inverse de celui de Montana, d'une salle d'opération bien installée, et se prête, par sa construction, au traitement des malades tuberculeux et non-tuberculeux. Des patients militaires pourront être confiés, au besoin, à des établissements hospitaliers civils. S'il ne peut être transféré dans d'autres services fédéraux, le personnel du sanatorium de Montana trouvera certainement, en l'état actuel du marché du travail, une autre occupation. La question de l'affectation ultérieure des immeubles est à l'étude.

La fermeture de ce 2e sanatorium militaire est réjouissante puisque c'est, «faute de combattants» que le département militaire fédéral en arrive à cette extrémité-là. Cela signifie d'une part que la tuberculose a rétrogradé à pas de géants et, de l'autre, que les progrès de la technique médicale dans ce domaine n'obligent plus les quelques rares patients qui existent encore à s'exiler du jour au lendemain pour aller chercher repos et guérison à la montagne. On peut maintenant les traiter sur place et le malade, à condition de se ménager, peut parfaitement vaquer à des occupations normales. Cette fermeture - ainsi que les transformations d'anciens sanatoriums en hôtels réalisées depuis

**DER NEUE STERNEGG-FLAMBIERWAGEN!**  
modern, praktisch, sauber, leistungsfähig



85 cm lang, 45 cm breit,  
76 cm hoch, komplett  
betriebsbereit Fr. 1250.—

Verlangen Sie unverbindliche Vorführung oder beschließen Sie den Wagen bei den untenstehenden Vertretern oder direkt in der Fabrik in Schaffhausen.

Zürich: Eduard Widmer, Dufourstrasse 51  
Telephon (051) 34 72 36  
Bern: Remo Breggin, Kramgasse 46  
Telephon (031) 3 17 40  
Lausanne: L. Pambanc & Cie. SA, 10, rue Haldimand  
Téléphone (021) 22 17 77  
Lugano: Heinz Moosmann, Via Moncucco 17  
Telefono (091) 2 77 33

**Sternegg** Silberwarenfabrik  
Schaffhausen  
Telephon (053) 5 12 91

**GUTSCHEIN**  
(Bitte ausfüllen, auf Postkarte kleben und einsenden an Kaiser AG, Güterstrasse 311, Basel, Postfach)  
Wir interessieren uns für Ihre  
**AKTION: DER GAST IST KÖNIG**  
und bitten Sie um kostenlose und unverbindliche Zustellung Ihrer Unterlagen.

NAME \_\_\_\_\_  
ADRESSE \_\_\_\_\_  
UNTERSCHRIFT \_\_\_\_\_

HR \_\_\_\_\_

**Zu kaufen gesucht**  
**Tea-Room-Restaurant**  
eventuell  
**Hotel garni**  
Grosse Anzahlung kann geleistet werden.  
Offerten unter Chiffre H 74044 Y an Publicitas Bern.

**Zu kaufen gesucht**  
von kapitalkräftigen Interessenten  
**Hotel od. Hotel-Garni**  
(50-100 Betten).  
Bevorzugt: Lugano, Locarno, Zürich und Umgebung. Offerten unter Chiffre HG 2609 an die Hôtel-Revue, Basel 2.

**MOËT & CHANDON**  
EPERNAY



le grand CHAMPAGNE  
le plus vendu dans le MONDE

IMPORTATEUR: ERNEST FAVRE S.A. - GENEVE

Zufolge Zimmererneuerung vorteilhaft abzugeben:

**Satin-Vorhänge**  
in verschiedenen Farbtönen

**Läufer, Bettvorlagen, Milieu, Kofferböcke, Toilettenpiegel**  
gebraucht, jedoch in gutem Zustande.

Hotel Cornavin, Genf. Telephon 32 21 00.

Wir offerieren Ihnen

**Tisch-nelken**  
zu den niedrigsten Tagespreisen. Sendungen ab Fr. 30.— franko.

**Blumen-Kummer**  
Baden, Tel. (056) 662 88

**Schlüsselbirnen**  
mit sep. Anhäng-Etikette, auf Wunsch versehen mit Hotelbenennung und laufend nummeriert. Anfragen und bestmögliche Offerten verlangen. E. Schwägler, Zürich, Gummiwaren, Seefeldstr. 4.

Lernen Sie Englisch in

**England**  
an der staatlich anerkannten

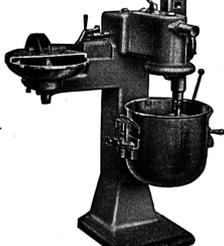
**ANGLO-CONTINENTAL SCHOOL OF ENGLISH IN BOURNEMOUTH**

Kurse von 8 bis 9 Monaten - Spezialkurse von 5 bis 8 Wochen - Ferienkurse von 4 bis 11 Wochen im Juli, August und September - Vorbereitung auf alle international bekannten Englisch-Prüfungen.

Prospekte und Auskunft erhalten Sie kostenlos durch unsere Administration für West-Europa.

Sekretariat Zürich Ltd. für die ACSE, Seefeldstrasse 45, Zürich 8, Telephon (051) 34 49 33.

*Peter Loquist AG, Bern*



- Für jeden Betrieb die geeignete Küchenmaschine und Patisserieemaschine
- Arbeitsische und Gestelle in bewährter Ausführung und in allen Grössen
- Seit über 50 Jahren Dessert-spezialitäten: Crèmepulver, Glaceindemittel, Flan-Puddingpulver, Lebensmittelfarben und Essenzen

Bern, Mattenhofstrasse 30 Telephon (031) 66 01 01

**Reklame-Verkauf!**  
**500 Passiertücher**  
Reinleinen, 60x80 cm, gesäumt  
Tel. (041) 2 38 61 per Stück nur Fr. 4.50

**Aeggli-Pfister AG Luzern**

quelques années — reflète la force du destin qui pèse sur les établissements hôteliers et hospitaliers, les contraignant à s'adapter sans cesse s'ils veulent conserver quelque chance de survie.

L'ouverture du sanatorium militaire de Montana avait été un événement dans la vie de cette station — bien que le sanatorium en soit fort éloigné — par la consécration officielle qu'il lui conférerait. Souhaitons que l'évolution vers le sport, ainsi que vers les séjours de repos et de détente se poursuive et qu'une nouvelle catastrophe politique ne vienne pas les obliger à se retransformer une fois de plus pour assurer leur mission curative.

**Prix littéraire Paul Budry 1961**

La Fondation Paul Budry, créée en souvenir de l'excellent écrivain qui dirigea pendant de longues années le siège de Lausanne de l'Office national suisse du tourisme, a fondé un prix littéraire qui vient d'être attribué pour la première fois le 4 novembre à St-Saphirin.

Comme Léon Savary l'a dit si justement dans la « Tribune de Genève »: « Paul Budry, qui était la vie même et la vie en marche aimait passionnément les voyages et excellait à les raconter, en observateur avisé, en poète ému, en styliste irréprochable. Les circonstances l'amènèrent de bonne heure à s'occuper de tourisme et ce fut à cette activité qu'il voua le meilleur de lui-même. Mais prenons garde à ceci: le tourisme tel que le concevait Budry ne consistait nullement en nomenclature d'hôtels et d'auberges et en banales appréciations, genre Baedeker, sur des sites et des paysages. Il a énormément contribué à l'épanouissement d'une vraie littérature touristique, qui se propose de saisir le caractère essentiel d'une ville ou d'une campagne, de comprendre et de décrire l'âme d'une cité ou d'un village, de chercher et de trouver l'homme à travers les choses, de montrer le rapport de l'homme avec sa terre. Ainsi conçue, la littérature touristique, que n'ont méconnue ni Jean-Jacques Rousseau, ni Stendhal, ni Toepfer, ni, plus près de nous, Pierre Grellet, a sa place parmi les genres les plus authentiques et les plus classiques. »

L'office national suisse du tourisme a donc appuyé sans réserve la Fondation Budry dans l'œuvre utile qu'elle a entreprise dans le but de relever le niveau de la littérature touristique en récompensant de bons ouvrages traitant de la Suisse par son prix Paul Budry.

Le jury, composé des membres du comité de la fondation et présidé par M. A. Helbling, a décerné le 1er prix de 1000 francs à M. J. M. Nussbaum, pour son ouvrage « Cantate à une ou plusieurs voix » qui forme la première partie de l'ouvrage « Visages du Doubs » (Editions A.D.C., La Chaux-de-Fonds).

M. Nussbaum, né à Glézac dans le Morbihan, a été élevé à la Chaux-de-Fonds. Il entra tôt à l'impartial et y est demeuré. Le labeur absorbant du journalisme ne l'a pas empêché de se passionner pour la défense et l'illustration du Haut-Jura.

Les deux seconds prix ont été attribués à M. André Beerli, né à St-Gall, et son ouvrage « Valais » écrit pour le Touring Club Suisse et l'Alliance in-

ternationale du tourisme, et à M. Bernard Bellwald, né à Lausanne et rédacteur à la « Feuille d'Avis » de cette ville, pour une série d'articles colorés, pittoresques et, en même temps pleins de caractère sur diverses régions de la Suisse. Dans ses articles, M. Bellwald sait nous livrer l'âme même d'une contrée avec une élégante simplicité.

**Chronique genevoise**

**Pas de Casino à Annemasse**

On sait que la ville d'Annemasse, à un kilomètre seulement de la frontière genevoise, se proposait de faire construire un vaste casino, comprenant tout à la fois salles de jeux, salle des fêtes, restaurant et night-club, dont, hors saison, la clientèle devait être constituée essentiellement par la population du canton de Genève, déjà bien suffisamment tentée par les casinos de Divonne-les-Bains, dans le département de l'Ain, ceux d'Evian et d'Annecy, en Haute-Savoie.

A la suite de démarches faites à Berne par le Conseil d'Etat genevois, le département politique fédéral était intervenu, par la voie diplomatique, auprès des autorités françaises, afin de leur dire qu'une réalisation de ce genre n'était pas de nature à être favorablement accueillie par le gouvernement du canton frontalière. Mais, la ville d'Annemasse, qui voit en la réalisation de ce casino un intérêt évident pour son développement, n'en persista pas moins dans son dessein et sollicita les autorisations nécessaires près la commission supérieure des jeux, à Paris, qui dépend du ministère de l'intérieur.

Le projet annemassien ne rencontra pas seulement l'opposition des autorités helvétiques, pour des raisons de bon voisinage, mais aussi celle des cités françaises proches de Genève, qui possèdent déjà un casino et ne voyaient pas d'un œil très favorable se dessiner une concurrence nouvelle.

Après examen du dossier d'Annemasse, la commission supérieure des jeux a émis un préavis nettement défavorable. Mais, le dernier mot appartient cependant au ministre de l'intérieur, M. Roger Frey. On pense toutefois que celui-ci suivra l'avis de la commission. Ainsi donc, pour l'instant en tout cas, la menace d'un casino aux portes de Genève paraît écartée.

**On va construire un manège d'un genre nouveau**

Bien que le canton de Genève compte un véhicule à moteur pour un peu plus de trois habitants, le cheval-essence n'a pas tué le cheval-crottin, loin de là. En effet, le sport équestre s'est à tel point démocratisé qu'il existe actuellement, à Genève, quatre manèges et une dizaine de clubs hippiques.

Un ami et un excellent connaisseur des chevaux, M. de Rham, a décidé d'innover en ce domaine, pour Genève en tout cas. A Ségégnin, sur le territoire de la commune de Lacconnex, en pleine campagne, il a acheté un terrain de quarante mille mètres carrés, sur lequel il va faire édifier, par l'architecte Lamuniera, qui vient de solliciter les autorisations de construire du département des travaux publics, un manège de type provençal, comprenant

parking, manège proprement dit avec galerie, vaste cour, secrétariat administratif, boxes pour une vingtaine de chevaux, fenil, quelques chambres pour les sportifs venant passer le week-end, club avec salle de réunion, cuisine et bar, le tout complété par un logement de trois pièces, destiné au propriétaire. L'ensemble de ces constructions sera en bois, sur des assises en briques. Les travaux commenceront prochainement et seront terminés au printemps 1963. Tous les fervents du cheval seront heureux de pouvoir disposer d'installations aussi perfectionnées et aussi sympathiques.

**Et déjà l'on parle du prochain Salon de l'Auto**

C'est du 15 au 25 mars prochain qu'aura lieu, à Genève, dans les immenses halles du Palais des Expositions, le 32e Salon international de l'automobile. Les inscriptions viennent de se clore et l'on apprend que les demandes de surfaces, présentées par les exposants, dépassent largement ce que l'on peut mettre à leur disposition.

On enregistre également un certain nombre de nouvelles inscriptions, notamment dans les secteurs des véhicules utilitaires, des accessoires et des équipements de garages. Le comité d'organisation, que préside M. Roger Perrot, s'est mis immédiatement à la tâche, afin d'étudier de quelle manière il sera possible de donner satisfaction à toutes les demandes.

C'est dire que le prochain Salon international de l'automobile de Genève sera encore plus vaste et plus complet que les précédents, le succès appelant résolument le succès.

**Les dix ans de Royal Air Maroc à Genève**

Tout récemment, il y a eu dix ans qu'une liaison aérienne directe et régulière était établie entre Genève-Cointrin et le Maroc. Ce fut d'abord une compagnie privée qui assura ce service, puis la société Royal Air Maroc lorsque le protectorat français prit fin et que le pays recouvra sa souveraineté, pleine et entière.

A l'occasion de ce anniversaire, la compagnie Royal Air Maroc, représentée à Genève par M. Eric Millenet, a donné une brillante réception, qui s'est déroulée dans les salons de l'Hôtel Richemond. Il n'y eut pas de discours, mais des conversations, joyeuses et animées, autour d'un buffet aussi abondant que délicat.

**Zürcher Fremdenverkehr im Oktober 1961**

Im Oktober übertraf die Frequenz im Zürcher Fremdenverkehrs die Ergebnisse des entsprechenden Vorjahresmonats um 3% für die Zahl der ankommenden Gäste und um nahezu 2% für die gebuchten Übernachtungen. Da aber die Zahl der Gästebetten um rund 3% höher war als im Parallelmonat 1960, fiel die durchschnittliche Bettenbesetzung mit rund 83% etwas schwächer aus als in der Vergleichsperiode mit 84%.

Im Berichtsmonat kamen nach den Erhebungen des Statistischen Amtes der Stadt Zürich 74 368 (72 189) Gäste in Zürich an. Sie verteilten sich auf

**Wieder Sonntagsbillette!**

**Keine Ausdehnung des Geltungsbereichs Mindestpreis auf 7 Franken erhöht**

Wie die SBB mitteilen, geben die schweizerischen Transportunternehmen vom 23. Dezember 1961 bis 25. März 1962 wieder Sonntagsbillette aus. Diese Billette gelten zur Hinfahrt am Samstag oder Sonntag und zur Rückfahrt am Sonntag oder Montag. Über die Weihnachts- und Neujahrstage berechnen sie jeweils zur Hinfahrt vom Samstag bis Dienstag und zur Rückfahrt vom Sonntag bis Mittwoch. Die Fahrvergünstigung wird nur für Strecken gewährt, für die der Preis des Sonntagsbilletes mindestens Fr. 7.— in 2. Klasse und Fr. 10.— in 1. Klasse erreicht.

Diese neue Regelung bedeutet bereits eine gewisse Einschränkung gegenüber der früheren Regelung. Im letzten Jahre galten 5 Franken in 2. Kl. und 7 Fr. in 1. Klasse. In einem längeren Kommuniqué führen die SBB die Gründe für diese Einschränkung an und bitten auch sonst das Publikum um Einsicht.

So wird insbesondere darauf hingewiesen, dass angesichts der Verkehrslage nicht daran zu denken ist, den Geltungsbereich der Sonntagsbillette in irgendeiner Weise auszudehnen. So kann namentlich dem an sich verständlichen Wunsche, die Billette möchten schon am Freitagabend ausgegeben werden, nicht entsprochen werden. Am Freitagabend wickelt sich heute der intensive Rücklauf des Geschäftsreisereverkehrs ab; mit dem Abschluss der Arbeitswoche erfordert gleichzeitig der Güterverkehr Spitzenleistungen, die namentlich den Lokomotivpark aufs äusserste beanspruchen. Es wäre somit am Freitagabend unmöglich, die bei einer vorverlegten Ausgabe der Sonntagsbillette unumgänglichen Doppelführungen der wichtigsten Schnellzüge anzuordnen.

19 222 (18 906) Ankünfte aus dem Inland und 55 136 (53 283) Arrivées aus dem Ausland. Von den insgesamt gebuchten 188 435 (185 065) Logiernächten entfielen 55 545 (55 121) auf Gäste aus dem Inland und 132 890 (129 944) auf Besucher aus dem Ausland.

Unter den Herkunftsändern stand im Berichtsmonat Deutschland vor den USA an erster Stelle.

Länder	Logiernächte
Deutschland	30 392
USA	22 737
Italien	10 846
Grossbritannien, Irland	9 797
Osterreich	6 550
Frankreich	6 910
Israel	5 589
Niederlande	4 317
Schweden	3 534

Die an den gebuchten Logiernächten gemessene Frequenz ergab gegenüber der Vergleichsperiode des Vorjahres für Besucher aus den Nachbarländern sowie aus Grossbritannien und Irland Zunahmen von 4-11%, aus den USA dagegen eine Einbusse von 4%.

Die durchschnittliche Bettenbesetzung der 125 (126) in die Fremdenverkehrsstatistik einbezogenen Betriebe mit 7340 (7133) Gästebetten belief sich im

Vermouth  
**NOILLY**  
Dry Rouge  
NOILLY PRAT

Agence générale pour la Suisse:  
**PIERRE FRED NAVAZZA, GENÈVE**

**Fortus zur Belebung des Temperaments**

Bei Mangel an Temperament und bei Funktions-Störungen eine VOLL-KUR mit Fortus. So werden die Nerven bei Sexual- und Nervenschwäche, bei Gefühlskälte angeregt und das Temperament wird belebt. Vorkur Fr. 25.—, Mittelkur Fr. 10.—, Proben Fr. 5.— und 2.—. In Apotheken und Drogerien, wo nicht vorrätig:

**Lindenhof-Apotheke, Zürich 1**

am Rennweg **46** Tel. (051) 275077

Aus Liquidation zu verkaufen:  
mehrere mittel- bis grossformatige  
**Gemälde**  
aus dem 17. bis 19. Jahrhundert, vorzüglich geeignet für Hotelausstattung.  
Auskunft durch Dr. O. Leutenegger, Rämistrasse 39, Zürich, Tel. (051) 34 73 30.

**Couple hôtelier**  
cherche pour date à convenir  
**HOTEL**  
(meublé)  
dans ville ou station importante suisse. Bail ou achat. Offres sous chiffre PK 2838 à l'Hôtel-Revue, Bâle 2.

**Poste à responsabilité**  
saison d'hiver (éventuellement été), réception, réception-maitre d'hôtel, gérance ou gérance bar, (achat stock ou rendement), cherché par diplômé école hôtelière SSH, 32 ans, expérience, bonnes références. Ecrire sous chiffre N 161773 X à Publications, Genève.

19-jährige, mit Kenntnissen der 3 Landessprachen und Englisch, sucht Stelle als  
**Hilfs-Sekretärin**  
in gutem Hotel in St. Moritz oder Umgebung. Eintritt sofort oder nach Übereinkunft. Offerten an: Frl. C. Padina, Restaurant Gambirinus, Locarno.

**Gesucht**  
auf Frühjahr 1962  
**Koch-Lehrstelle**  
für 16½-jährigen, gesunden, kräftigen Jungling, mit 3 Jahren Sekundarschule in gutem Betrieb. Offerten bitte an Fritz Bigler, Gärtnerstr. Emmen (Luzern).

**Lunch-Artikel**  
Lunchsäcke und -tragsäcken, Lunchpapier, Salz- und Zuckerzäckli, Sandwichtüten, Frischbrot, Kartonteller — sehr günstig!  
Verlangen Sie unseren Katalog.  
Telephon (041) 2 38 61  
**Abegglen-Pfister AG Luzern**

**OSRAM**  
WEIHNACHTSKETTEN  
festlicher Lichterglanz, der nicht verlöscht  
bequem und sauber, sehr geringer Stromverbrauch  
keine Brändgefahr  
keine sonstigen Schäden bei kindlichem Ungeschick  
bewährt, beliebt durch hohe Qualität und ausgereifte Konstruktion  
PROSPEKTE UND BEZUGSQUELLEN DURCH  
**OSRAM AG ZÜRICH 22** Tel. 051/32 72 80

Die preisgünstigste Geschirrwaschmaschine in allen Grössen von Hildebrand.  
26 verschiedene MEIKO-Modelle.  
Preis ab Fr. 3140.—  
**ED. HILDEBRAND ING.**  
Apparatebau  
Zürich 8 Seefeldstr. 45 Tel. (051) 34 88 66

Berichtsmonat auf 82,8 % gegen 83,7 % im Oktober 1960. Die einzelnen Besetzungsziffern waren: Hotels I. Ranges 86,6 % (89,0), Hotels II. Ranges 81,6 % (79,3), Gasthöfe 76,7 (81,1) und Pensionen 83,0 % (84,9). — Von je 100 Gastbetten waren 25 durch Inlandgäste und 58 oder mehr als doppelt so viele durch Auslandgäste belegt, was zusammen die ausgewiesene Bettenbesetzung von rund 83 % ergibt. Die Statistik der von den Gästen benutzten Transportmittel zeigt im Oktober 1960 gegenüber dem Parallelmonat des Vorjahres eine Abschwächung des Anteiles der Bahnpassagiere. Auf die Bahnpassagiere entfielen 40 % (42) der registrierten Ankünfte, auf die motorisierten Gäste 35 % (34) und auf die Fluggäste 25 % (24).

**Vermischtes**

**Interlaken neuer Verkehrsdirektor**

Der Vorstand des Verkehrsvereins Interlaken hat als Nachfolger von Direktor Ernst Hess zum neuen Verkehrsdirektor von Interlaken Hans Müller gewählt. Das «Oberländische Volksblatt» gibt wie folgt Aufschluss über den Lebenslauf des Gewählten: Herr Hans Müller, geb. 1921, ist gebürtiger Glarner und in Muri bei Bern aufgewachsen. Er besuchte die Schulen in Muri und Bern und bestand im Jahre 1941 die Maturität am Städtischen Handelsgymnasium in Bern. Seine anschliessenden Studien an der Universität Bern schloss er mit dem Lizentiat rer. pol. ab. Hierauf betätigte sich Herr Müller zwei Jahre als wirtschaftlicher Mitarbeiter auf der Gesellschaft der USA in Bern. Ein längerer Aufenthalt in England und Frankreich diente der Vervollständigung seiner Studien sowie der sprachlichen Ausbildung. Nach kürzerer Tätigkeit bei einer Privatfirma in Paris war Herr Müller während zwei Jahren in der Arbeitsgemeinschaft für Wirtschaftsberatung angestellt. Im Jahre 1951 trat er als Mitarbeiter in die University Travel Company, Cambridge, USA, eine der führenden amerikanischen Reiseagenturen, ein. Bis heute war er in dieser Firma tätig und stieg bis zum Leiter der Hauptabteilung dieser Reiseagentur auf. Er hat sich seit seiner Übersiedlung nach den USA mit allen Fragen des Reiseerwerbes und Tourismus im allgemeinen bekannt gemacht. Herr Müller ist als Sales Manager verantwortlich für Planung, Kalkulation und besonders für die Zusammenstellung und den Verkauf von Einzel- und Gruppenreisen nach Europa. Dabei hat er sich beste Beziehungen zu andern führenden Agenturen in den USA sowie in Europa schaffen können. Er ist heute auch Mitglied der ASTA (American Society of Travel Agents). Bei der Zusammenstellung der Reisen hat er immer be-

sonderes Gewicht auf den Einbezug der Schweiz und damit auch von Interlaken in die Reiseprogramme gelegt. Er verfügt über sehr gute Sprachkenntnisse.

**Modernisierung des Kurhauses Bad Pfäfers?**

Im st-gallischen Grossen Rat kam zum Schlusse der Novembersession eine Motion zur Sprache, welche die Modernisierung des Kurhauses Bad Pfäfers aufwarf, welches sich bekanntlich im Besitz des Kantons St. Gallen befindet. Die baulichen Anforderungen eines modernen Bäderbetriebes werden dort nach dem Motionär schon lange nicht mehr den neuzeitlichen Anforderungen entsprechen. Nach Auffassung medizinischer Experten würde sich aber die Bäderanlage bei einem entsprechenden Ausbau speziell für die Durchführung von medizinischen Rehabilitationsmassnahmen eignen. Bad Pfäfers könnte eine wichtige soziale Heilfunktion erfüllen. Die von der sanktgallischen Regierung angenommene und vom Grossen Rat beschlossene Motion ersucht den Regierungsrat, dem Grossen Rat Bericht und Antrag über den zweckmässigen Ausbau des alten Bad Pfäfers zu unterbreiten, um neben dem Betrieb eines Thermal-Solbades die Anlage auch als Invalidenheilstätte für Eingliederungspatienten dienstbar zu machen. Hierfür wären übrigens Bundesbeiträge zu erwarten, was natürlich für den Kanton den Umbau des Bades Pfäfers etwas schmackhafter macht.

Von Regierungsseite vernahm man, dass in Tat und Wahrheit bereits Pläne für den Ausbau des alten Pfäfers Bades bereitliegen. Aber damit ist es noch nicht getan. Man will vorher noch prüfen, ob nicht der Erhaltung eines Bäderneubaus in Valens der Vorzug zu geben sei. Mit Blick auf die Notwendigkeit des Ausbaus von Soljädern in der Schweiz kann der st-gallische Vorstoss nur begrüsst werden. Er wäre jedoch auch fremdenverkehrspolitisch zu beurteilen, wobei es ausgeschlossen ist, dass die in den letzten Jahren dank grosszügiger Investitionen modern ausgebauten Kur- und Badanstalten von Bad Ragaz unter einem solchen Ausbau irgendwie leiden würden. Die Zielsetzungen der Bäder sind voneinander verschieden, und insbesondere auch das Publikum rekrutiert sich aus andern Schichten.

**Die Cordons-bleus in Kloten**

Den kulinarischen Spezialwochen im Zeichen der «cordons-bleus de France» im Flughafenrestaurant war bisher ein voller Erfolg beschieden. Das beweist, dass auch die Schweiz für die Gastronomie kein Holzbohlen ist. Gegenwärtig zeigt als dritte Meisterin der Kochkunst, Mme Le Coz von Sainte-

Anne-la-Palud — ein kleiner, unscheinbarer Ort im Westen der Bretagne — ihre Künste. Mme Le Coz ist als Nachfolgerin ihrer berühmten Mutter L'Helgouch, die auch heute noch gelegentlich mithilfe und ihrer Tochter mit Rat und Tat zur Seite steht. Vom 7. Dezember an legt während 10 Tagen Mme Yvonne Zeugnis ihrer Kochkunst ab. Diese berühmte Cordon-bleu führt in Châtillon, 40 km westlich vom Lac de Joux, also im Jura, das Hotel du Pont, das sie vor 30 Jahren von ihren Eltern übernommen hat und seit jener Stunde das eine und einzige Menü kocht, das sie berühmt gemacht hat und das ihr die freundschaftliche Zuneigung des «Fürsten der Gastronomie» — Courmoussy — eingetragen hat. Es besteht aus einer Terrine de volaille, der Timbale de morilles und der Poularde de Bresse au vin jaune.

**Die Verjüngung eines 150jährigen Kunstwerkes**

Unsere Grosseltern und Urgrosseltern liebten das «Panorama», jene kunstvolle Nachbildung von Rundblicken aller Art, von dramatischen Geschehnissen religiösen Hintergrundes bis zu berühmten Landschaften. Im Park des Schlosses Schadau am Thuner See ist kürzlich eines jener altväterischen Rundgemälde zu neuen Ehren gekommen, nämlich das nach seinem Schöpfer Marquand Woher benannte zehn Meter hohe «Wochen-Panorama». Es entstand zu Beginn des 19. Jahrhunderts als liebevolle Darstellung der Stadt Thun, wie sie sich vom Dache eines Altstadthauses berühmten zeitgenössischen Reisenden wie Goethe und Kleist dargeboten haben muss. Ein vom Stadtarchitekten entworfenes eigenes Rundgebäude wurde für dieses Lebenswerk eines alten Kleinmeisters geschaffen und harmonisch in den Schlosspark eingefügt. Im Schloss Schadau selbst ist eine permanente Ausstellung schweizerischer Kleinmeister eröffnet worden. Die drei historischen Schlösser von Thun, Spiez und Oberhofen sind ebenfalls der Öffentlichkeit zugänglich.

**Divers**

**Les routes express urbaines**

Depuis 1955, l'ACS organise chaque année, une journée de conférences publiques, journée dédiée à un problème d'intérêt général touchant à la circulation routière. Cette grande manifestation qui s'est déroulée cette année, le 21 novembre à l'Aula de l'Université de Berne. Elle s'est occupée des routes express urbaines également prévues chez nous et qui ont soulevé tant de discussions. Deux personnalités étrangères, le Dr Schlums et l'Ing. Lefèvre ont parlé des expériences faites en Allemagne et en Belgique avec ces routes express.

**Heureux événement à l'Hôtel Terminus à Lausanne**

Nous avons eu la joie d'apprendre que Mme et M. F. Binggeli, propriétaire-directeur de l'Hôtel Terminus à Lausanne est devenu l'heureux père d'un beau garçon né le 19 novembre et qui s'appelle Frédéric-Charles. Souhaitons que la tradition hôtelière que M. Binggeli représente si bien dans son établissement lausannois soit reprise et maintenue par le futur hôtelier qui sera certainement ce premier héritier. Toutes nos félicitations à M. et Mme Binggeli et tous nos vœux de bonheur au nouveau membre de la famille.

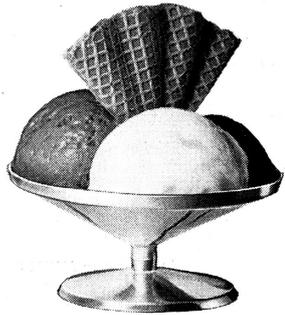
La solution suisse a été présentée par le Dr Robert Ruckli, directeur du bureau fédéral des routes et des digues et, comme on l'apprend, un nombreux public est venu s'informer à la source. L'Ing. Bachmann de Berne a donné son opinion sur quelques aspects particuliers de cette question et dans la discussion qui a suivi tous les points de vues ont pu être défendus. Les collaborateurs des départements cantonaux et communaux des travaux publics, les membres des commissions de la circulation des différents partis politiques et des associations, les responsables de la planification et les représentants du Heimatschutz, toutes les personnes et institutions enfin intéressées par la solution du problème routier ont tiré grand profit de cette journée de conférence organisée par l'ACS.

**La production de lait est de 30 pour cent plus élevée qu'avant la guerre**

Actuellement, la production de lait, en Suisse, est d'environ 5 millions de quintaux, soit approximativement 30 pour cent plus élevée qu'avant la guerre. L'augmentation la plus forte a été enregistrée au cours de l'hiver 1959-1960 (10,7 pour cent). Le tableau ci-dessous, publié par la Centrale suisse du ravitaillement en beurre (Butyra) montre comment ont évolué les livraisons de lait durant les années 1956-1960:

Wer Möbel will polieren  
muß RADIKAL probieren; denn  
RADIKAL macht wie durch Zauber  
Möbel frisch und fleckensauber.

Erhältlich in Drogerien und Farbwarengeschäften



**Graziella**

Ihre Eisspezialität für das ganze Jahr — zartschmelzend, vollmundig, herrlich in Aroma und Geschmack!  
Schnell und einfach zubereitet (nur mit Wasser anrühren), kristallisiert nicht!

SMG Schweiz, Milch-Gesellschaft AG., Hochdorf/LU

**Die Glace, die kühlt, ohne zu kälten**

**BON** für Graziella-Muster und das Rezept-Büchlein

Name: .....

genaue Adresse: .....

Auf die Sommersaison 1962 ist unser

**Bade-Hotel**

(40 Betten) mit Restaurant und Tea-Room in sehr guter Lage von

**Scuol/Schuls (Engadin) neu zu verpachten**

Gut ausgewiesene Interessenten mit Fähigkeitsausweis Kanton Graubünden erhalten nähere Auskünfte durch Chiffre T 121354 Y Publicitas Bern.

**Hotel-Journale**

für Pensions- und Passantenhäuser stets am Lager

**Extra-Anfertigung in kürzester Frist**

**U. B. KOCH'S ERBEN, CHUR**  
VORMALS KOCH & UTINGER  
Schreibbücherfabrik - Buchdruckerei

Telephon (081) 2 12 27

1800-1958

150 Jahre Tradition  
Ihr Lieferant für  
Porzellan und Glas

**Chef de rang**

Suisse, 30 ans, ayant de bons certificats, cherche emploi en Suisse française. Libre dès le 15 décembre. Ecrire sous chiffre FR 2819 à l'Hôtel-Revue, Bâle 2.

**Barmaid**

2 Schweizerinnen (23jährig), suchen Saisonstellen in Winterkurort als

z. Zt. in England als solche tätig. Sprachen: Deutsch, Engl., Franz. Offerten unter Chiffre OFA 559 2 c an Orell Füssli-Annoucen, Zürich 22.

Österreicherin sucht Jahresstelle oder Saison als

**Zimmermädchen**

Habe schon in der Schweiz gearbeitet, gute Zeugnisse. Zuschriften sind erbeten an Frä. Steffi Gercher, Hotel Central-Löwen, Feldkirch/Vorarlberg, Österreich.

Gute Länder- und

**Stimmungs-kapelle**

empfehlte sich für Konzerte und Tanzanlässe. Beste Referenzen. Tel. (051) 34 66 68.

**Offerten von Vermittlungsbureaux**

auf Inserate unter Chiffre bleiben von der Weiterbeförderung ausgeschlossen.

**Lacroix**

Conservenfabrik EUGEN LACROIX KG, Frankfurt a. Main-Niederrad  
Postfach 67, FS: 04 12978, Tel.: 67 1472, 67 1581/83

Zum festlichen Essen  
Getrüffelte Gänseleber-Pasteten oder Pasteten von Wild und Geflügel sowie erlesene Suppen, Cumberland-Sauce, feine Senfrüchte, Weinberg-Schnedden, glacierte Maronen, Plumpudding und andere unübertroffene Delikatessen der Weltmarke

**Hotelportier**

Italiener, 35jährig, verheiratet, in Zürich in Erstklassshotel tätig, sucht gleichwertige Saisonstelle Winter 1961/62. Sprachen perfekt: Italienisch, Spanisch, Französisch; gute Kenntnisse: Deutsch, Englisch. Telephone (051) 91 53 48 ab 18 Uhr.

Junger, der Schule entlassener Koch, Note 1,2, sucht Jahres- oder Wintersaisonstelle als

**Commis de cuisine**

in ein erstklassiges Haus. Bin an gute Küche und äusserst speeditives Arbeiten gewöhnt. Am liebsten Winterkurort. Im weiteren interessiert sich meine Schwester als Servier-techniker, in seit 10 Jahren im Hotel-Service und an ganz erstklassigen Service gewöhnt. Deutsch, englisch, etwas französisch sprechend. Offerten sind zu richten unter Chiffre CD 2887 an die Hotel-Revue, Basel 2.

Tüchtiger, selbständiger Schweizer sucht Stelle als

**Alleinkoch**

in Wintersaison. Offerten mit Lohnangabe unter Chiffre TA 2848 an die Hotel-Revue, Basel 2.

Schweizerin, 31jährig, sucht Stelle als

**Rezeptionssekretärin**

in Wintersaison. Vertraut mit allen vorkommenden Arbeiten. Sprachkundig. Beste Ref. vorhanden. Off. erb. unter Chiffre RS 2808 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**Barmaid**

experimentierte cherche place dans Dancing à convenir. Offres sous chiffre BD 2884 à l'Hôtel-Revue, Bâle 2.

habl et avec expérience, cherche place en Suisse française pour la saison d'hiver. J'ai 18 ans, je parle: romand, allemand, français, anglais et un peu l'italien. Faire offres sous chiffre MN 2885 à l'Hôtel-Revue, Bâle 2.

**Chasseur**

1956-1957 = 20,9 millions de q.  
 1957-1958 = 21,6 millions de q.  
 1958-1959 = 22,3 millions de q.  
 1959-1960 = 23,6 millions de q.

Ainsi, au cours de trois ans, la production de lait commercial s'est accrue de 2,7 millions de q, c'est-à-dire de presque 12,9 pour cent. Si en 1939, le cheptel bovin suisse comptait 926 400 vaches, en 1960, il y en avait 940 000. Ce n'est pas tellement l'augmentation de l'effectif des vaches laitières qui est l'une des causes essentielles de l'accroissement de la production laitière, mais bien plutôt le rendement par tête. Cependant, en 1957, l'effectif était tombé à 891 300 têtes et en trois ans, c'est-à-dire jusqu'en 1960, il a augmenté de 50 000, aussi, l'accroissement de la production laitière de ces dernières années s'explique-t-il par sa particulière rapidité.

**Autres temps, autres mœurs**

A l'heure actuelle, sur les 18 millions de salariés que compte la République fédérale allemande, plus de la moitié, soit 10 millions, prennent leur repas en dehors de la famille, le plus souvent dans l'entreprise où ils travaillent, et le nombre des réfectoires et des cantines a passé de 12 000 à 17 000 au cours de ces dix dernières années. C'est là une conséquence des modifications apportées aux horaires de travail, et de la réduction de la pause de midi qui en est la conséquence. Un autre facteur a contribué également à modifier l'horaire de travail: c'est la question de la distance. Au temps jadis où les ouvriers et employés n'avaient que quelques minutes de trajet pour se rendre au travail, la question ne se posait pas. Mais à l'heure actuelle où les localités industrielles et les villes s'étendent toujours davantage, on ne songe plus à faire quatre fois le trajet, ce qui représente non seulement une fatigue, mais une perte de temps qui diminue d'autant les moments que l'ouvrier ou l'employé peut consacrer à sa famille. C'est pour cette raison que la semaine de 5 jours s'est déjà généralisée à l'étranger et qu'on l'adopte de plus en plus chez nous.

Au temps jadis, dès qu'on en avait la possibilité, on recourait aux services d'une employée de maison: il y avait là aussi pour bien des gens, une question de prestige. En même temps que les salaires et traitements augmentaient, on a enregistré dans ce domaine une évolution inverse; en Allemagne, on comptait il y a soixante ans, sur 100 ménages, 14 employées de maison. En 1957, ce

chiffre est tombé à 31. En Suisse, même évolution: de 1880 à 1950, pour 100 ménages, le nombre des employés de maison est tombé de 12,5 à 6,8.

**Brillante situation des chemins de fer fédéraux**

Dans le rapport de gestion et les comptes des Chemins de fer fédéraux pour l'année 1960, les recettes de transport totales se sont élevées à 952,4 millions. Le nombre des voyageurs transportés s'est accru de 2,6 millions atteignant le nouveau record de 225,8 millions, et rapportant 392,7 millions de francs. L'accroissement des recettes découle presque entièrement de la réforme tarifaire à partir du 1er octobre 1959. Le trafic des marchandises au sens général du terme s'est accru d'une façon réjouissante, passant de 25,8 millions de tonnes à 29,6 millions. Le tonnage transporté dépasse ainsi

de 3,6 millions le maximum enregistré jusqu'ici en 1957. Les recettes globales du trafic des marchandises seront montées à 599,7 millions de fr.

Les charges atteignent 782,6 millions de francs. L'accroissement des charges concerne pour 14,7 millions de francs les frais de personnel et pour 27,4 millions ceux de choses. Les charges totales de 597,1 millions de francs pour le personnel se fondent sur un effectif du personnel de 40 934 agents. Le montant brut des dépenses de construction s'est élevé à 240,1 millions de francs. Dans l'année écoulée, la suppression de 99 passages à niveau était commencée ou envisagée, les crédits nécessaires étant accordés à cet effet.

Grâce à l'accroissement beaucoup plus fort des produits que des charges d'exploitation, l'excédent s'établit à 296,9 millions de francs, dépassant de 76,6 millions celui de 1959.

**Tavernen-Gespräche**

Toren gehen in die Museen, Weise in die Taverne, notierte einst Erich Kästner. Es ist hier jener Ort gemeint, den wir gemeinhin mit Gastwirtschaft, Pinte oder auch Café zu übersetzen haben: Gesellschafts- oder auch nur Treffpunkte, wo man sich «sieht»... zum Morgenkaffee, zum ersten Glas Bier, zu einem Apéritif. In der Taverne im orientalischen Sinn gehören die Töpfe dazu, die Gar-küche; in Griechenland gibt es Leute, die in ihr fast zu Hause sind.

Was geschieht in jenen kleinen Gaststätten, die im Quartier liegen, in denen man den Schlossermeister, überhaupt die Handwerker, den Mieter von der ersten Etage, den erklärten Junggesellen trifft? Man begrüsst sich, schüttelt die Hände, kommentiert das Geschehen (das politische, weniger das helvetische), das uns die Wellen über Nacht zu-tragen, wird auch den Mordfall — der unter Um-ständen schon drei Tage zurückliegt — aus der Antoniusgasse wieder erwähnen, denn er gehört zur inneren Sphäre des Distrikts. Die Wirtin kommt mit einer Extranachricht an den Tisch: Merius hat Junge geworfen. Merius ist ein Hund, den jeder kennt und der sich normalerweise mit seinem Herrn sehr früh jeden Morgen zeigt.

Man bleibt hier auf Tuch-, wenn nicht Duznähe. Während der «stillen Jahre» war dieses Tuch dicht

genäht, die Serviertochter war aus der Gasse. Heute, im Zeitalter der demographischen Verschönerungen und der Hochkonjunktur, ist das Fräulein eine Italienerin, die Unterhaltung mit ihr nicht immer leicht, auch meldet sich in diesen und jenen Stätten die Juke-Box oder ein grelles Radio wie ein russisches Veto an, zumal dann, wenn die Jungen sich hier eine Ecke für ihr Zusammenkommen ausgewählt haben.

Aber noch gibt es die «Tavernen» im ursprünglichen Sinn, Wirtschaftchen, wo sich nur alte Herren treffen, andere, die ein gemischteres Publikum kennen, wieder andere, die soziologisch Rätsel aufgeben, denn sie sind zu gewissen Stunden von «Alten» und zu andern Stunden von Familienpublikum besetzt. Dann gibt es die «Tische», gewisse Ecken, wo man Herrn T. gegen elf Uhr erblickt, andere von Stammtischcharakter, wo man heiss den Sport diskutiert und schliesslich jene, wo man das einzige Gericht des Hauses geniessen kann, eine Busecca, die es «in sich» hat und die zwei Franken kostet.

Nicht immer wird aus einem schnellen Gedankenaustausch ein Gespräch, jenes, das man noch in den Pinten unserer Weingegenden kennt. Man kommt hier vom Getränk auf das Jahr, vom Jahr auf den Ertrag; die bäuerlichen Gesetze schimmern gleich-

sam noch durch und der Mensch wird begriffen als ein Wesen in der Landschaft.

Die Raumnot zwingt die modernen Gaststätten-unternehmungen, die Tische enger zusammen-zurücken. Das geht in jenen Fällen, wo eine Küche mit bezwingenden Herrlichkeiten kulinarischer Art aufwarten kann, in der allgemeinen Aniertheit kann selbst einsame Unterhaltung möglich sein. Sonst aber braucht es Abstand, wohltätigen und keinen zu grossen Dekor. In den letzten, kalvinisch anmutenden Genfer Bistros, deren Stühle hart sind und deren Dekor an der Wand allenfalls eine alte Affiche gestattet, ist der Gast noch Herr. Wenn er seinen Rossi bestellt, erscheint der Kellner in der langen weissen Schürze mit der Originalflasche und schenkt ihm das Begehrte vor seinen Augen ein: eine Huldigung an den Gast, die man schon man-chenorts nicht mehr kennt. Das Radio erfüllt nur seine Informationspflicht zu gewissen Stunden, der Bildschirm hat noch keinen Eingang gefunden. Eine Kategorie von Gästen hat Zeit, das Gespräch ge-winnt an Tiefgang, es gibt noch den Typus des alten weisshaarigen Fendat-Geniessers, der von seiner Jugend erzählt, von den stillen Strassen, von der Abwesenheit der Autos, die heute selbst den letzten schönen Brunnen mit einem Panzer aus Nickel und Blech umgeben.

Das Parfum einer etwas abgewandelten Pizza flackert in der Luft, draussen «schiess» die Welt vorüber, hier hört man noch eine Uhr aus einer Zeit ticken, als mana sie noch von Hand bemalte.

Das eigentliche Gespräch setzt da gewöhnlich ein, wo eine Gruppe von Menschen abgestimmt ist. Hat es hier mehr einen lokalinformierenden Charakter, ist es dort um ein bestimmtes Thema, das sich ständig wiederholt, zentriert. Es gibt die Ecke der Mykologen, die zu alt wurden, um in die Wälder zu gehen, es gibt die Fussgänger-Philosophen, die «glücklichen Grossväter», aber es geschieht auch, dass man an jenem Tisch mit der abgeschabten Samtdecke auf den wirklichen Weisen stösst, der weit gereist ist, aber nun entdeckt, dass die wich-tigste Reise dabei vergessen wurde: die zu sich selbst. Wer ihm zuhören mag, soll das tun, die Weisheit ist selten geworden in dieser Zuchtart und ihre Vertreter auch. Georg Summermatter

**PFEFFERMÜHLEN**

für spezialgerichtete tisch-pfeffermühlen in holz, turmform. verlangen sie offerte und muster! telefon (055) 2 1855

hans **fäh** glashalle rapperswil

---

**HOTEL**

mit 80-200 Betten von kapitalkräftigem Fachmann zu kaufen gesucht.

Diskretion selbstverständlich.

Offerten unter Chiffre FM 2807 an die Hotel-Revue, Basel 2.

16105

**LA CHARTREUSE**

doit sa supériorité à son séjour prolongé dans des toudres séculaires où le Liqueur prend son moelleux et son fondu incomparable

VERTE 55° ou JAUNE 43° fabrication authentique des PÈRES CHARTREUX

**CHARTREUSE**

Reine des Liqueurs

Agence générale pour la Suisse: **PIERRE FRED NAVAZZA, GENÈVE**

von **az** bis aus einem Haus

**Beratung**  
Denken Sie an einen Umbau oder haben Sie Neubaupläne? Lassen Sie sich von uns beraten. Wir senden Ihnen keine Vertreter, sondern erfahrene Fachleute.

**Planung**  
Pläne für Neueinrichtungen oder Renovationen werden in unserem Innenarchitektur-Bureau für Sie individuell ausgearbeitet.

**Finanzierung**  
Zahlungsfristen bis zu 5 Monaten gelten bei uns immer noch als Barzahlung ohne Zinszuschlag. Auf Wunsch bieten wir Ihnen soziale, angenehme Teilzahlungsmöglichkeiten auf eine Zeitspanne bis zu 4 Jahren.

**Fabrikation**  
Dank eigenen, modernen Werkstätten (Möbelfabrik, Spritzerei, Tapetier-Atelier, Matratzenfabrik und Vorhang-Atelier) können wir Ihren Wünschen und Ansprüchen vollumfänglich Rechnung tragen und Sie vorteilhafter bedienen.

**Inneneinrichtung oder Renovation**  
komplette Café-, Restaurant- und Hotel-Einrichtungen werden durch uns in der ganzen Schweiz erstellt. Dank eigenen, grossen Lastwagenpark liefern wir prompt franco Dimosil.

das **möbel madorin** Vertrauenshaus für das Gastgewerbe

Liestal/Augst Telefon 84 3302 / 81 2611

**Koch-Commis**

Deutscher, 21 Jahre, sucht Saison- oder Jahresstellung in Erstklasshotel. Franz. Schweiz bevorzugt, um Sprachkenntnisse zu vervollständigen. Angebote erbeten unter Chiffre KC 2874 an die Hotel-Revue, Basel 2.

Junge fille française, 24 ans, parlant anglais, espagnol, connaissances: italien, allemand, cherche place comme

**réceptionnaire main-courantière**

dans hôtel suisse. Entrée début décembre. Offres sous chiffre BE 2817 à l'Hôtel-Revue, Bâle 2.

Koch, 27 Jahre (Deutscher), sucht für Winter und Sommer Stelle als

**Küchenchef-Alleinkoch**

oder dergleichen. Angebote unter München, Hauptpost-lagernd B 3704089.

**Barman**

Schweizer, Deutsch, Französisch, Englisch, Italienisch, tüchtige Kraft, sucht ab Weihnachtsen oder 1. Januar 1962 Saison- oder Jahresstelle. Offerten an F. Bachmann, Neustadtstr. 35, Luzern.

Deutscher, 22jährig, in ungekündigter Stelle, erste Ref. vorh., sucht Jahresstelle als

**Kassier-Sekretär**

in gutem Hotel im Ausland. NRC-Maschine, Engl., u. Franz. in Wort u. Schrift. Bedingung: gutes Arbeitsklima, zeitgem. Salär. Eintritt nach Übereink. Off. sind erb. an Ernst Neumann, Pionierübungsplatz 1, Wiesbaden-Kastel (Deutschl.)

**Assistant-Maitre d'hôtel**

Suisse, parlant français, italien, allemand et un peu anglais, cherche place pour l'été prochain dans ville de Montreux, comme

**2ème maître d'hôtel ou chef de service**

dans Hôtel de 1er ordre. Offres sous chiffre AM 2886 à l'Hôtel-Revue, Bâle 2.

Fachthütiger, sprachkundiger

**Chef de service**

sucht Stelle, Eintritt sofort. Offerten unter Chiffre CS 2872 an die Hotel-Revue, Basel 2.

Junges Ehepaar sucht Stelle für

**Wintersaison**

in guten Hotelbetrieb, wenn möglich in Speise-saal oder Hotelbar. Kenntnisse im Hotelfach sowie in deutscher und italienischer Sprache sind vor-zuziehen. Offerten an Familie Paris, Pension Alten-berg, Marling-Meran, Südtirol/Italien.

Hotellerstochter, 24 Jahre alt, französisch, deutsch, italienisch, englisch und spanisch sprechend, mit Hotelfach-schule Luzern und 4 Jahren Praktikum, sucht Saisonstelle als

**Stütze des Patrons oder Reception**

in guten Betrieb. Offerten unter Chiffre PR 2847 an die Hotel-Revue, Basel 2.

Gut präsentierende, seriöse

**Barmaid**

sucht Stelle

Sprachen: Deutsch und Englisch. Eintritt sofort möglich. Bevorzugt kleinere Bar. Angebote unter Chiffre GB 2830 an die Hotel-Revue, Basel 2.

Absolventin der Hotelfachschule sucht Saisonstelle als

**Empfangs-PraktikantIn**

in grösserem Schweizer Wintersortort. Anschrift: R. Semler, Wältenhofen/Allgäu (Deutschland).

Zwei flinke Burschen suchen Anstellung für die Winter-saison als

**Buffet-Burschen**

evtl. Anfangskellner. Offerten unter Chiffre BB 2840 an die Hotel-Revue, Basel 2.

25jähriges

**Servier-fräulein**

in ungekündigter Stellung sucht neuen Wirkungs-kreis in einer guten Condi-tori. Offerten unter Chiffre SV 2883 an die Hotel-Revue, Basel 2.

2 Studentinnen fl. Deutsch, Franz. und Eng-lisch sprechend, suchen Stellen in

**Hotel-Reception**

Graubünden oder Berner Oberland bevorzugt. Frühe-ster Eintritt auf Neujahr. Off. unter Chiffre B 47594 Lz an Publicitas Luzern.

Offerten von Vermittlungsbureau auf Inserate unter Chiffre bleiben von der Weiter-beförderung ausgeschlos-sen.

### Hotelier-Ehepaar

mit besten Referenzen, in ungekündigter Stellung, wünscht sich gelegentlich zu verändern.

Wir suchen in

## Pacht oder Direktion

gepflegten Zweisaison- oder Jahresbetrieb, eventuell auch Hotel Garni, von ca. 80 bis 100 Betten.

Zuschriften erbeten unter Chiffre P D 2765 an die Hotel-Revue, Basel 2.

Gutausgewiesene Hotelgouvernante, Auslandsdeutsche, mittleren Alters, sucht Stellung in erstklassiges Haus

## Empfang oder als Hostess

in der Stadt Zürich oder Strasse Zürich-Winterthur. Bevorzugt wird Englisch sprechende Firma. Eintritt ab sofort oder nach Vereinbarung. Offerten unter Chiffre OFA 484 Zf an Orell Füssli-Annoncen, Zürich 22.

Der RS entlassener junger Koch sucht für Wintersaison Stelle in Grand Hotel als

## Commis de cuisine

Offerten mit Lohnangaben unter Chiffre P 2469 Gg an Publicitas, Gossau SG.

26jährige Sekretärin (KV-Diplom) sucht nach Saison in der Westschweiz Stelle als

## II. Sekretärin

für Winter 1961/62 in gutem Hotel. Deutsch, Französisch, Italienisch sprechend. Grindelwald und Berner Oberland bevorzugt. Offerten unter Chiffre SS 2882 an die Hotel-Revue, Basel 2.

19jährige Wirtstochter sucht Stelle in Winterkurort als

## Aide de réception

(Hotelfachdiplom). Heidi Kempf, Läntheschergasse 23, Zürich 1. Telefon (051) 25 21 10.

Berufsmann, 49jährig, ledig, deutsch und französisch sprechend, der sein Geschäft (Genussmittelbranche) aufgegeben hat, sucht noch einen

## Vertrauensposten

gleich welcher Art. Auch Saisonstelle genehm. Offerten unter Chiffre VP 2871 an die Hotel-Revue, Basel 2.

Sympathische Frau, 42jährig, verheiratet, zur Zeit Leiterin eines gutgehenden Restaurants, Fähigkeitenausweis

## sucht Stelle als Gerantin

in Tea-Room oder Snackbar, per Frühjahr 1962 nach Biel oder Neuenburg. Offerten an Postfach 1336, Bern-Transit 2.

Jeune Suisse, diplômée de l'Ecole Hôtelière de Lausanne, ayant expérience, cherche place stable, en Suisse romande, en qualité de

## aide-patron, sous-directeur

Libre immédiatement. Références. Ecrire sous Chiffre AP 2877 à l'Hôtel-Revue, Bâle 2.

Welches erste Hotel oder Restaurant legt Wert darauf, 19jährigen, perfekt Deutsch, Franz. u. Ital. sprechenden netten Schweizer Jüngling mit bester Lehre als Koch, nebst einer Sommersaison in der franz. Schweiz neben Saucier (gute Zeugn.), in netter Anstellung als

## Commis de cuisine oder Commis de rang

weiterzubilden? Eintritt könnte sofort erfolgen. Eilofferten sind zu richten an Guido Camathias, Via Miravalle 35, Massagno/Lugano TI.

Junger Italiener, 26 Jahre, soeben aus England zurückkommend, sucht Stelle in Wintersaison als

## Kellner

Portier kommt auch in Frage. Eintritt kann sofort erfolgen. Referenzen stehen zur Verfügung. Offerten sind zu richten an Luciani Entore, c/o Familie Fontana, Hotel Rossi, Rätligenswil LU. Telefon (041) 6 10 03.

Ehrlicher, flotter, junger

## Deutsch-Schweizer

mit guten sprachlichen Kenntnissen in Französisch und Englisch, zur Zeit in England, sucht passende Stelle für die Wintersaison in Wintersportplatz. Führerausweis A. Eintrittsdatum am Weihnachten oder Neujahr. Offerten unter Chiffre DS 2677 an die Hotel-Revue, Basel 2.

Gesetzte, tüchtige, sprachkundige

## Servier-tochter

sucht Stelle. Bevorzugt wird Wintersaison oder gutes Speiserestaurant. Wenn möglich Zimmer im Hause. Off. unter Chiffre U 4748 Lz an Publicitas Luzern.

Junger, ital.

## Kellner

sprachenkundig, sehr arbeitswillig, sucht Stelle für Wintersaison. Off. an Carlo Zappella, Campione (Luganese), Tel. (091) 8 76 79.

Älterer

## Chef de service, Ober-Kellner

vom Ausland zurück, sucht Vertrauensposten evtl. Kellermeister. Off. unter Chiffre OFA 661 Sch an Orell Füssli-Annoncen AG, Schaffhausen.

English boy, 19years, requires post as

## Commis de cuisine

in French Swiss Hotel. 3 1/2 years English cooking experience. Adresse: Mr. J. F. Taylor, England Newland Cottage, Eynsham, Oxon.

## Barmaid

Anfängerin, sehr gute Erscheinung, 5 Sprachen, sucht Stelle. Bevorzugt Winterport-Station. Off. unter Chiffre V 161793 X an Publicitas Genf.

Junge Tochter sucht Saisonstelle als

## Saal- oder Restaurations-tochter

in Wintersportort der franz. Schweiz. Spricht etwas Französisch, perfekt Englisch. Offerten an Maya Stückli, Kreuz, Konolfingen. Tel. (031) 68 43 13.

## Zuverlässige Bremerin

(21jährig), abgeschlossene Hotelfachlehre, sucht auf 1. 5. 62 in gutem Hotel (franz. Schweiz) geeignete Tätigkeit. Offerten unter Chiffre C 162334 X an Publicitas Genf.

## Première femme de chambre

cherche emploi pour la saison de préférence dans grand hôtel. Ecrire sous Chiffre 7381 E à Publicitas SA, Yverdon.

## Gesucht

in Jahresstellen zu sofortigem Eintritt

### Bar-Praktikantin

günstige Konditionen

### Buffettochter

(evtl. Anfängerin)

### fachtüchtige Barmaid

in Dancing-Bar. Alter zwischen 22 u. 35 Jahren. Nur gepflegte, intelligente Person kommt in Frage. Hoher Verdienst. Nur Nachbarbeit!

Ausführliche Offerten unter Chiffre JJ 2828 an die Hotel-Revue, Basel 2.

## Gesucht

nach Übereinkunft (Dezember oder Januar)

## Fräulein als Stütze des Patrons

in mittleren Betrieb Nähe Zürich. Offerten unter Chiffre FS 2868 an die Hotel-Revue, Basel 2.

## Gesucht

per sofort

## Bar-Lehrtochter

in gut gehende Bar. Offerten mit Bildkopie an Hotel Bahnhof, Glattbrugg ZH.

## Gesucht

tüchtige

## Restaurations-tochter

Sehr guter Verdienst. Zimmer im Hause. Offerten an W. Müllhaupt, «Hecht», Dietikon ZH, Tel. (051) 88 80 25.

In Service und Büroarbeiten bewanderte Kathol. Angestellte (auch gesetzten Alters) findet

## abwechslungs- Tätigkeit

auf Verbandssekretariat in Zürich. Eintritt nach Übereinkunft. Offerten mit Gehaltsansprüchen unter Chiffre OFA 548 Zr. Orell Füssli-Annoncen, Zürich 22.

Junge Deutsche, 23j., höh. Fachschule, sucht in unserem Hotel entsprechende Stelle in

## Hotelbüro oder Empfang

(Saisonstelle). Angebote erbeten unter Nr. 434 an Plate Werbung, St. Blasien, Schwarzwald (Deutschland).

## Etagen-gouvernante

erfahrene, mit guten Referenzen, sucht Stelle. Graubünden bevorzugt. Eintritt nach Übereinkunft. Eilofferten unter Chiffre EG 2812 an die Hotel-Revue, Basel 2, oder Telefon (081) 2 26 93.

Tüchtiger, erfahrener

## Jung-koch

21jährig, sucht Stelle in gutem Hause, mögliche in Brigade. Gute Zeugn. aus führenden Häusern vorhanden. Angebote mit Gehaltsang. bei freier Kost u. Wohnung erb. an Jürgen Hirsch, Aikheim, Krs. Tuttingen, Würtb. (D1).

Junge, deutsche

## Hotel-sekretärin

engl., franz., span. sprechend, sucht Saisonstelle. Off. unter Chiffre P 15784 S an Publicitas, Sitten.

Suche Stelle für Wintersaison für einen

## Koch

und eine

## Serviertochter

Eintritt sofort oder nach Übereinkunft. Gute Referenzen vorhanden. Telefon (051) 94 12 72.

Als bekanntes Restaurationsunternehmen auf dem Platze Zürich suchen wir einen

# Direktor

Wir möchten diesen Posten einem Bewerber unterbreiten, der ausgedehnte Kenntnisse in Küche, Service und Administration hat und ihm gestellte Aufgaben geschickt löst.

Gleichzeitig erwarten wir den Einsatz und die Führung des bereits gut eingespielten Personalstabes.

Wir bieten interessierten Herren einen sehr selbständigen und interessanten Dauerposten bei guter Honorierung und Beteiligung am Erfolg.

Wir bitten Sie um Ihre Offerten mit Zeugnisabschriften, Lebenslauf, Photo und Referenzen. Offerten unter Chiffre AD 2855 an die Hotel-Revue, Basel 2.



## Gesucht

in Jahresstelle junger, eventuell vier-jährigster

# Alleinkoch

in besteingerichtete Küche.

Offerten an Hotel und Metzgerei zum Ochsen, Lenzburg.

## Gesucht

nach Interlaken nette freundliche

## Serviertochter

Jahresstelle. Guter Verdienst. Geregelte Arbeitszeit. Offerte, Zeugniskopien u. Foto erbeten an Hotel Drei Schweizer, Interlaken.

## Gesucht tüchtige, plichtbewusste

## Economatgouvernante- Buffetaushilfe

Eintritt nach Übereinkunft. Fam. K. Steffen, Restaurant Du Nord, Bahnhofplatz 2, Zürich, Telefon 23 37 41.

## Hotel-Restaurant Kanone, Liestal

Wir suchen per sofort:

## Serviertochter Barmaid zeitweilig Mithilfe im Service Tochter für Zimmer und Haushalt

Familiäre Arbeitsverhältnisse und gute Entlohnung. Offerten bitte an J. Gabellon-Schmid, Tel. (061) 84 17 03.

Wir bilden intelligente, gutpräsentierende Töchter zu fachtüchtigen

# Barmaids

aus. Nähere Angaben unter Chiffre TB 2827 an die Hotel-Revue, Basel 2.

Wir suchen: für lange Sommersaison nach Luzern

## Lingerie-Gouvernante

Offerten mit Bild und Zeugnissen an Hotel Schweizerhof, Bahnhofbuffet Wetzikon ZH.

## Wir suchen

für lange Sommersaison nach Luzern

## Gesucht

auf 15. Dezember oder nach Übereinkunft wenn möglich Deutsch sprechend

## Hausbursche-Portier

Hotel Bahnhof, Baden AG. Frau Reitingen, Tel. (056) 2 70 77.

## WERKZEUG-KOFFER

Für Chefs, Köche, Lehrlinge. Verlangen Sie kostenlos Prospekt mit Inhaltsverzeichnis über meinen bewährten, einzig dastehenden Kochkoffer. Dieser Werkzeugkoffer (nicht aus Holz) ist für Sie unentbehrlich. Er wird Ihnen in allen Stufen Ihrer Karriere stets wertvolle Dienste leisten, und zwar jahrzehntelang, ich liefere nach wie vor Qualitätsware zu vorteilhaften Preisen und die Bezugsbedingungen sind ausserordentlich günstig, so dass jeder Interessent eine solche Ausrüstung anschaffen kann. Sie können den Inhalt nach stückweise beziehen und den feinen, soliden u. praktisch installierten Fibor-Koffer nach Belieben. JOSEPH HUBER, SCHÖNENWERD, Tel. (054) 3 13 73 Spezialgeschäft für Küchen-, Konditoren- und Metzgerartikel

Wir suchen!

## Chef-Pâtissier

für unsern modern und rationell eingerichteten Restaurationsbetrieb in Genf.

Unser zukünftiger Mitarbeiter soll in der Lage sein, drei Pâtissiers und zwei Bäckerinnen vorstehen zu können. Wir legen Wert auf einen fachkundigen und verantwortungsbewussten Mitarbeiter. Es handelt sich um eine Jahresstelle mit guter Bezahlung, geregelter Arbeits- und Freizeit sowie Beteiligung am Betriebsergebnis.

Ihre Offerte mit Referenzen, Photo, Zeugnisabschriften und Gehaltsangaben nimmt Herr C. Zuleger, Dir., Restaurant Mövenpick, Place de la Pasterie, Genf, entgegen.



# Stellen-Anzeiger

## Moniteur du personnel Nr. 48

### Offene Stellen

#### Emplois vacants

**B**uffet de la gare, Genève-Cornavin cherche pour entrée im-médiate ou à convenir: chef d'office expérimenté, adre-caviste, dames de buffet, garçons et filles de maison, femme de ménage, aide de comptoir. Places bien rémunérées. Faire offres avec copies de certificats, photographies et prétentions de salaire au Bureau du Personnel. (914)

**G**esucht: Buffetdame, Buffettochter. Eintritt sofort oder nach Übereinkunft. Offerten an M. Stalder, Alfa-Hotel, Basel-Birs-feldsauen. (505)

**G**esucht: Alleinlochköchin, tüchtig, erfahren in Spezialitäten, Eintritt nach Übereinkunft. Offerten an Fam. G. Hoffmann-Huber, Gasthof zum Ochsen, Villmergen AG. (810)

**G**esucht: Serviertochter in neu renovierten Landgasthof bei Müren. Offerten erbeten unter Chiffre SA 4321 B an Schweizer-Annoncen A.G. ASSA Bern. [760]

**G**esucht in Jahresstelle fleissiges, seriöses Zimmermädchen, Serviertochter, auch Anfängerinnen, sowie auf Februar oder März Saaltochter, möglichst Französisch sprechend. Offerten mit Zeugnis-kopien an Hotel-Kurhaus Vögelinsgäu, Speicher ob St. Gallen. (615)

**G**esucht: Chef-Entremetteur, Commis Pâtissier, Glätzerin, Stöperin, Zimmermädchen. Offerten an Grand Hotel Schweizerhof, Lenzersheide. (816)

**G**esucht per sofort Buffettochter, eventuell Anfängerin, Posten mit vielseitiger Entwicklungsmöglichkeit. Anfangszimmer-mädchen-Mithilfe in Lingerie. Offerten an Hotel Sonnenberg, Zürich. (817)

**G**esucht Buffettochter oder -bursche. Offerte an Fam. M. Wiltner-Ammon, Posthofli Rosati, Gstaad. (818)

**G**esucht per sofort oder nach Übereinkunft Commis de cuisine (aus der Lehre entlassen). Geringe Freizeit und Arbeitszeit. Jahresstelle. Offerten an Hotel Touring, Winterthur. (819)

**W**ir suchen für die Winterferien Warenkontrollen, seriöses Mann für Keller (Weinausgabe), Ecomatgouvernante, Küchenhilfsgouvernante, Lingeriegouvernante, Conductor-Chauffeur, Etageportier, Hauswart, Chasseurs, Offerten an Grand Hotel Kurhaus, St. Moritz, Telephone (082) 3 37 12. (813)

### Stellengesuche

#### Demandes de places

#### Bureau und Reception

**P**raktikantin, 19jährig (Sekretariat und Empfang), sucht Stelle in grösserem Hotel. Betreite 1 Jahr als Praktikantin (mit allg. Aus-bildung) in deutschen Hotel tätig gewesen. Französisch und eng-lische Sprachkenntnisse. Jahres- oder Saisonvertrag in französische Schweiz erwünscht. Offerte erbeten an Büro Lausanne, (803) 17 rue Haldimand, Lausanne.

#### Saal und Restaurant

**B**uffetdame, gesetztes Alters, fachkundig und tüchtig, sucht pas-senden Posten, eventuell Aushilfe, Offerten unter Chiffre 797

**S**erviertochter, gute Umgangsformen, sucht Stelle in Tea-Room. Offerten unter Chiffre T 37 406 Publicitas Lugano. (102)

**S**aaltochter sucht Stelle in mittelgrossen Hotel für Wintersaison. Offerten unter Chiffre U 37 407 Publicitas Lugano. (103)

**T**ochter, gesetztes, tüchtig, sucht Saisonstelle als Saaltochter oder Saal-Restauranttochter. Offerten unter Chiffre 802

#### Küche und Office

**A**lleinlochköchin, tüchtig, solid, gesetztes Alters, in allen Sparten bewandert, sucht Wintersaisonstelle in mittlerem Hotel-Pensionatbetrieb. Offerten mit Salärangaben unter Chiffre 804

**K**och, 25jährig, Oesterreicher, sucht Stelle als Chef de partie in Saison. Offerten unter Chiffre 799

#### Etage und Lingerie

**P**ortier, Schweizer, 25jährig, sucht Saisonstelle als Etageportier oder Alleinlochköchin. Gute Zeugnisse vorhanden. Offerte (805) Hans Kautz, Jägerstrasse 12, Basel.

**Z**immermädchen, sehr sauber, sucht Stelle irgendwo im Ge-birge. Eintritt nach Übereinkunft. Offerten unter Nr. 1888, Post-lagernd, Silvaplana. (101)

- 3428 **Chaufeur-Conducteur** (Schweizer), Lingeriegouvernante, nach Übereinkunft, Erstklasshotel, Engadin.
- 3433 **Buffettochter-Kaffeeköchin, Küchen-Office-mädchen** oder -bursche (evtl. Ehepaar), Wintersaison, Hotel 80 Betten, Zentralschweiz.
- 3437 **Lingerie-mädchen, Office-mädchen, Alleinzimmer-mädchen**, Wintersaison, Hotel 30 Betten, Berner Oberland.
- 3440 **Koch** oder Köchin, Serviertochter, Dezember, kleineres Hotel, Berner Oberland.
- 3442 **Alleinlochköchin**, Dezember, kleines Hotel, Engadin.
- 3443 **Personallochköchin** oder -köchin, Dezember, Hotel 100 Betten, Graubünden.
- 3448 **Alleinlochköchin** oder -köchin, Serviertochter (Schweizerin), 1/15. Dezember, kleines Hotel, Graubünden.
- 3449 **Lingerie-mädchen** oder -mädchen, nach Übereinkunft, Hotel 70 Betten, Wallis.
- 3451 **Serviertochter**, evtl. Anfängerin, Zimmermädchen, Küchenmädchen oder -burschen, sofort/nach Übereinkunft, Hotel 40 Betten, Graubünden.

Die Stellenvermittlung des SHV verfügt zurzeit über die folgenden

### Aushilfs-Offerten:

- Direktor/Chef de réception/Kassier**, 35jährig, Deutsch, Franz., Engl., Ital., nach Übereinkunft bis Mitte Jan. 62.
- Sekretär/Praktikant/Kellner/Praktikant**, 19jährig, Deutsch, Franz., Engl., Ital., sofort bis Februar 1962.
- Bureaupraktikant**, 34jährig, Deutsch, Franz., Engl., Span., sofort bis 15. Dezember.
- Küchenchef**, 42jährig, sofort bis 15. Dezember.
- Chef de partie**, 23jährig, sofort bis Januar 1962.
- Commis de cuisine**, Deutscher, 22jährig, sofort bis 5. Dezember.
- Oberkellner**, 58jährig, Deutsch, Franz., Engl., Ital., so-fort bis 10. Dezember.
- Concierge/Nachconcierge**, 42jährig, Deutsch, Franz., Engl., ab sofort.
- Kellner/Praktikant/Chasseur**, Holländer, 19jähr., Deutsch, Franz., Engl., Holl., etwas Spanisch, 10. Januar bis 10. März 1962.
- Kellner/Praktikant/Chasseur**, Holländer, 19jähr., Deutsch, Franz., Engl., Holl., etwas Spanisch/Ital., 10. Januar bis 10. März 1962.

- Sekretärin**, 26jährig, Deutsch, Franz., Engl., etwas Ital., 1. Dezember bis Anfang März.
- Sekretärin-Praktikantin**, 21jährig, Deutsch, Franz., Engl., Januar bis April 1962.
- Zimmermädchen**, 37jährig, Deutsch, Engl., Ital., etwas Franz., sofort bis Wintersaison.

**Aushilfen über Weihnachten-Neujahr**  
**Hilfsportier/Chasseur**, Oesterreicher, 17jährig, Deutsch, etwas Engl., 26. Dezember bis 7. Januar (Engadin be-zwungen).

**Hilfsportier/Chasseur**, Oesterreicher, 17jährig, Deutsch, Engl., etwas Ital., 27. Dezember bis 7. Januar (Engadin be-zwungen).

**Hilfssekretär/Chasseur**, 20jährig, Deutsch, Franz., Engl., Span., etwas Ital., 20. Dezember bis 20. Januar.

Bewerbsunterlagen mit Personalien und Photo werden sofort zugesickt auf Anfrage an: Stellenvermittlung SHV, Gartenstrasse 112, Basel, Telephone (061) 34 64 97.

- 3453 **Office-mädchen** oder -bursche-Mithilfe am Buffet, **Alfingerie-Zimmermädchen**, Saalpraktikantin, Wintersaison, Hotel 50 Betten, Kanton St. Gallen.
- 3456 **Saaltochter**, **Buffettochter**, nach Übereinkunft, Hotel 80 Betten, Berner Oberland.
- 3457 **Casserolier**, **Skiman**, Wintersaison, Erstklasshotel, Berner Oberland.
- 3458 **Kaffeeköchinnen**, **Küchenmädchen**, **Office-mädchen**, **Office-bursche**, **Haus-Personalzimmermädchen**, **Glätzerin-Lingère**, **Barpraktikantin**, **Stütze der Hausfrau**, Mitte Dezember, Hotel 90 Betten, Berner Oberland.
- 3467 **Nachtportier**, sprachkundig (Schweizer), **Personal-köchin** oder -köch, **Anfangszimmermädchen**, **Mitte De-zeμβer**, Hotel 100 Betten, Berner Oberland.
- 3468 **Office-mädchen**, **Hilfs-Lingère**, Wintersaison, Hotel 100 Betten, Wallis.
- 3473 **Ecomat-Office-gouvernante**, **Buffettochter**, **Office-mäd-chen**, **Lingerie-mädchen**, Wintersaison, Hotel 60 Betten, Graubünden.
- 3478 **Buffetdame**, **Dezember**, Hotel 70 Betten, Graubünden.
- 3482 **Oberkellner**, sprachkundig, **Saaltochter**, **Hilfszimmer-mädchen**, Wintersaison, Hotel 70 Betten, Berner Oberland.
- 3486 **Alleinlochköchin** (Schweizerin), Wintersaison, Hotel 30 Betten, Graubünden.
- 3489 **Kaffeeköchin**, **Hilfsgouvernante**, Wintersaison, Hotel 100 Betten, Graubünden.
- 3505 **Saal-Restauranttochter-Tournaute**, sprachkundig, Hotel 60 Betten, Engadin.
- 3510 **Chef de rang** oder **Commis de rang**, Wintersaison, Hotel 100 Betten, Berner Oberland.
- 3512 **Office-mädchen**, sofort/15. Dezember, Hotel 60 Betten, Graubünden.
- 3520 **Küchenmädchen**, Wintersaison, Erstklasshotel, Graubünden.
- 3523 **Casserolier**, **Küchenbursche**, **Office-mädchen**, **Lingerie-mädchen**, **Zimmermädchen**, Wintersaison, Hotel 70 Betten, Zentralschweiz.
- 3528 **Küchenmädchen**, Wintersaison, Hotel 40 Betten, Graubünden.
- 3529 **Chef-Entremetteur**, **Commis-Pâtissier**, **Glätzerin**, **Stöperin**, **Zimmermädchen**, Wintersaison, Erstklasshotel, Graubünden.

- 3537 **Küchen-Office-gouvernante** oder Köchin oder Koch, Wintersaison, Erstklasshotel, Wallis.
- 3539 **Saucier-Chef-Receptionist**, **Personallochköchin** oder -köchin, **Office-Küchenmädchen** oder -bursche, **Zimmermäd-chen**, **Stöperin**, **Lingerie-mädchen**, Wintersaison, Hotel 120 Betten, Berner Oberland.
- 3545 **Barmad**, **Zimmermädchen**, **Hausmädchen**, Wintersaison, Hotel 100 Betten, Engadin.
- 3548 **Beraterkellner**, Wintersaison, Hotel 60 Betten, Graubünden.
- 3550 **Sekretärin-Praktikantin**, **Dezember**, Hotel 100 Betten, Engadin.
- 3557 **Mädchen**, nach Übereinkunft, Hotel 50 Betten, Engadin.
- 3558 **Commis de cuisine**, **Mitte Dezember**, Hotel 100 Betten, Engadin.
- 3559 **Beraterkellner**, **Chef-Bankkontrollleur**, **Hilfs-Etage-gouvernante**, **Küchenmädchen**, **Dezember**, **Erstklasshotel**, **En-gadin**.
- 3563 **Küchenbursche** oder -mädchen, **Mitte Dezember**, Hotel 90 Betten, Wallis.
- 3566 **Buffettochter**, **Sekretärin**, **Wintersaison**, Hotel 50 Betten, Graubünden.
- 3567 **Lingère**, **Office-bursche**, **Dezember**, Hotel 50 Betten, Berner Oberland.
- 3574 **Ecomat-Hilfsgouvernante**, Wintersaison, Erstklasshotel, Graubünden.
- 3575 **Küchen-Office-mädchen**, nach Übereinkunft, Hotel 50 Betten, Graubünden.
- 3579 **Hausmädchen**, Wintersaison, Hotel 80 Betten, Berner Oberland.
- 3580 **Hausbursche**, **Zimmermädchen**, **Hausmädchen**, **Küchen-mädchen**, **Dezember**, **Erstklasshotel**, **Mitte Dezember**, Hotel 100 Betten, Graubünden.
- 3586 **Küchen-Office-mädchen** oder Koch, Wintersaison, kleines Hotel, Graubünden.
- 3587 **Commis-Pâtissier** (entremetteur), Wintersaison, Hotel 150 Betten, Graubünden.
- 3588 **Sekretärin**, sofort (evtl. Jahresstelle), kleines Hotel, Graubünden.
- 3589 **Burschführerin**, 15./20. Dezember, Hotel 90 Betten, Wallis.
- 3596 **Kellner**, **Wäscher**, nach Übereinkunft, Hotel 60 Betten, Berner Oberland.
- 3599 **Zimmermädchen**, **Lingerie-mädchen**, **Küchenbursche**, sofort (evtl. Jahresstelle), Hotel 100 Betten, Kanton St. Gallen.
- 3602 **Demi-Chef**, sprachkundig, nach Übereinkunft, Hotel 80 Betten, Engadin.
- 3603 **II. Barmad**, **Zimmermädchen-Tournaute**, nach Überein-kunft, Hotel 100 Betten, Engadin.
- 3605 **Portier**, **Mitte Dezember**, Hotel 60 Betten, Kanton Luzern.
- 3606 **Oberkellner**, **Nachtportier**, nach Übereinkunft, Hotel 60 Betten, Engadin.
- 3611 **Etageportier**, (für Freitag-Ablösung), **Mitte Dezember**, **Hotels Wallis**.
- 3612 **Saaltochter**, **Küchenbursche**, 20. Dezember, Hotel 40 Betten, Berner Oberland.
- 3615 **Commis de cuisine** oder **Commis de cuisine-Pâtissier**, nach Übereinkunft, Hotel 70 Betten, Berner Oberland.
- 3616 **Küchen-Hausmädchen**, **Commis de cuisine**, **Haus-bursche-Portier**, **Saalpraktikantin**, Wintersaison, Hotel 30 Betten, Graubünden.
- 3622 **Küchenmädchen**, **Bureaupraktikantin**, Wintersaison, Hotel 60 Betten, Graubünden.
- 3625 **Commis de rang** oder **Saaltochter**, **Mitte Dezember**, Hotel 40 Betten, Zentralschweiz.
- 3626 **Barpraktikantin**, **Personalzimmermädchen**, nach Überein-kunft, Hotel 140 Betten, Graubünden.
- 3633 **Zimmermädchen** (für Freitagablösung einmal wöchentlich), **sofort**, **Passantenhotel**, **Basel**.

### Aushilfsstellen

#### Remplacements - Aiuti e supplenze

- 3551 **Chef-Pâtissier**, **Chefs de partie**, **Commis de cuisine**, **Commis de rang**, **Mitte Dezember** bis 12. Januar, **Erstklass-hotel**, **Engadin**.
- 3576 **Buffettochter** (für Freitagablösung einmal wöchentlich), **sofort**, **Passantenhotel**, **Basel**.

### Hôtel-Bureau, Lausanne

Les offres concernant les places vacantes ci-après doivent être adressées à **Hôtel-Bureau, 17, rue Haldimand (Place Bel'Air), Lausanne** (Tél. (021) 23 92 35).

- 8823 **Femme de chambre**, décembre, hôtel 85 lits, Oberland bernois.
- 8825 **Barmad**, saison d'hiver, hôtel moyen, Alpes vaudoises.
- 8832 **Femme de chambre**, **commis de cuisine**, saison d'hiver, hôtel 100 lits, Valais.
- 8837 **Saucier**, de suite, grand hôtel, lac Léman.
- 8841 **Secrétaire qualifiée** (langues), de suite, hôtel moyen, lac Léman.
- 8842 **Gouvernante générale**, à convenir, petit hôtel de luxe, canton de Fribourg.
- 8856 **Un maîtreservant**, femme de chambre, 15 décembre, grand hôtel, Alpes vaudoises.
- 8865 **Chef entremetteur**, de suite, grand hôtel, lac Léman.
- 8866 **Sauveteur**, lingère, femme de chambre, décembre, hôtel moyen, Valais.
- 8871 **Femme de chambre**, 15 décembre, hôtel moyen, région Sie-Croix.
- 8873 **Femme de chambre**, fille de salle, à convenir, hôtel moyen, Alpes vaudoises.
- 8875 **Tournaute**, **chambres-service**, femme de chambre qua-lifiée, saison cuisine-maison, 15 décembre, hôtel moyen, Vaud.
- 8878 **Cuisinière**, à convenir, hôtel moyen, Vaud.
- 8894 **Première fille de salle**, repriseuse, fille d'office, 15 décembre, hôtel 70 lits, Oberland bernois.
- 8887 **Gouvernante de lingerie**, cuisinière, 15 décembre, grand hôtel, Oberland bernois.
- 8893 **Une secrétaire expérimentée** (Suisse), de suite, hôtel 70 lits, lac Léman.
- 8907 **Fille de buffet**, de suite, grand restaurant, Fribourg.
- 8909 **Commis de cuisine**, de suite, grand restaurant, Fribourg.
- 9000 **Commis de cuisine** (Suisse), de suite, hôtel 90 lits, canton de Berne.

# Vakanzenliste

## der Stellenvermittlung

### Liste des emplois vacants

#### Lista dei posti liberi

Offerten mit Vakanz-Nummer, Zeugnis-kopien, Pass-phot und 40 Rp. in Briefmarken (Postabgeltung) (Aus-schluss: ein internationaler Postwertcoupon) an **Hotel-Bureau, Gartenstrasse 112, Basel**. (061) 34 64 97

Offres avec numéro de la liste, copie de certificats, photo de passeport et 40 francs en timbres postaux non collés (à l'usage: 1 coupon réponse international) à **Hôtel-Bureau, Gartenstrasse 112, Bâle**. (061) 34 64 97

Le offerte devono essere fornite del numero indicato nella lista delle copie dei certificati di buon servizio, di una fotografia e di 40 centesimi in francobolli non incollati (per l'estero: buono-risposta internazionale) e devono essere indirizzate al **Hotel-Bureau, Gartenstrasse 112, Basilea**. (061) 34 64 97

### Jahresstellen

#### Places à l'année - Posti annuali

- 3396 **Restauranttochter**, evtl. Kellner (Schweizer), nach Überein-kunft, Hotel 30 Betten, Waadt.
- 3397 **Glätzerin-Wäscherin**, nach Übereinkunft, Kochpraktikant (m. S.), Januar, kleineres Hotel, Nibe Luzern.
- 3402 **Buffetdame**, **Buffettochter**, **Hilfsgouvernante**, **Commis de cuisine**, nach Übereinkunft, Grossrestaurant, Basel.
- 3410 **Hallenturnant**, sprachkundig, sofort, Hotel 100 Betten, Zürich.
- 3415 **Chef d'étage**, **Office-mädchen**, sofort, **Kaffeeköchin**, **Office-Hilfsgouvernante**, **Hilfszimmermädchen**, Anfang Januar, Erstklasshotel, Zürich.
- 3430 **Portier**, sofort, **Passantenhotel**, Basel.
- 3431 **Küchenbursche**, **Buffettochter-Lingerie-mädchen**, sofort, **Restaurant**, Basel.
- 3436 **Hausbursche-Portier**, nach Übereinkunft/Januar, Hotel 40 Betten, Ostschweiz.
- 3455 **Küchenbursche-gouvernante**, **Buffettochter**, **Portier-Hausbursche**, nach Übereinkunft, Hotel 40 Betten, Kanton Solothurn.
- 3459 **Ecomat-Office-gouvernante**, **Zimmermädchen**, **Office-mäd-chen**, **Office-bursche**, nach Übereinkunft, Erstklass-hotel, Luzern.
- 3463 **II. Sekretärin**-Telephonistin, nach Übereinkunft, **Passanten-hotel**, Genf.
- 3470 **Serviertochter**, **Küchenmädchen** oder -bursche, sofort, Hotel 40 Betten, Kanton Bern.
- 3472 **Alleinlochköchin**, **Mitte Dezember**, mittelgrosses Hotel, Graubünden.
- 3487 **Küchenburschen**, sofort, **Bahnhofbuffet**, Kanton Aargau.

### Wintersaison-Stellen

#### Places d'hiver - Posti invernali

- 3399 **Lingerie-mädchen**, **Hausmädchen**, **Privatmädchen**, Wintersaison, Hotel 80 Betten, Graubünden.
- 3406 **Personal-mädchen**, **Hilfsportier**, **Chaufeur-Conducteur**, **Barmad**, **Küchenmädchen**, Wintersaison, Hotel 120 Betten, Zürich.
- 3409 **Sekretärin**, sofort/nach Übereinkunft (evtl. Jahresstelle), **Berghotel**, Zentralschweiz.
- 3411 **Saal-Restauranttochter**, **Anfangs-Saaltochter**, **Hilfszim-mermädchen**, **Office-mädchen** oder -bursche, Wintersa-ison, Hotel 40 Betten, Berner Oberland.
- 3423 **Wäscher(in)**, nach Übereinkunft, Hotel 100 Betten, Wallis.

**Gesucht**

## Bureau-Praktikantin

(sprachkundig). Stellenantritt baldmöglichst oder nach Übereinkunft. Einführung in sämtliche Sparten des Hotelbureaus. Dauer des Praktikums 6 Monate. Hernach Anstellung als Sekretärin.

Offerten mit Angaben der bisherigen Tätigkeit und evtl. Referenzen an Jos. P. Genelin, Hotel Bristol, Bern, Telephone (031) 2 01 01.

**Moderner Jahresbetrieb**

Hotel mit à-la-carte-Restaurant sucht tüchtigen

## Commis de cuisine

Fähiger Kraft bieten wir gutbezahlte Dauer-stellung. Eintritt raschmöglichst. Offerten mit Unter-lagen an Derby-Hotel, WIL SG.

**Gesucht**

für Wintersaison:

## Saaltochter Mädchen

für Office und Zimmerdienst

Eintritt ca. Mitte Dezember. Offerten mit Zeugnis-kopien an Hotel Alpina, Grindelwald, Telephone (036) 3 22 01.

## Hotel mit 70 Betten

sucht für lange Wintersaison (20. Dez. bis Ende April)

**Küchenchef-Alleinkoch**  
**Casseroliers-Küchen-burschen**  
**Office-mädchen**  
**Lingerie-mädchen**  
**Zimmermädchen**  
**Saal-u. Restaurationstöchter**

Offerten mit Bild und Zeugnisabschriften an Hotel Meyer-hof, Hospental (Uz), Telephone (044) 6 72 07.

**Gesucht wird**

## Lingère

auf den 1. oder 15. Dezember. Gefl. Offerten mit Referenzen an Hotel Bristol, Zermatt.

**Gesucht** per sofort in Jahresstellen:

**Buffettochter**  
**Saal-Praktikantin**  
**Casserolier**  
**Büro-Praktikantin** (nach Übereinkunft)

Schriftliche Offerten an Hotel Continental, Luzern. Tele-phon (041) 2 15 68.



## Astoria Hotel Luzern

sucht in Jahresstellen:

**Ecomat-Office-Gouvernante**  
**Restaurationstöchter**  
fach- und sprachkundig

**Zimmermädchen**  
**Office-mädchen**

Offerten mit Zeugnissen, Photo und Angabe der Gehalts-an-sprüche an die Direktion.

**Gesucht auf Mitte Dezember**

## Küchenbursche

Hotel Danis, Lenzersheide.

**Cherchons**

pour fin janvier 1962

## jeune cuisinier

(seul)

Faire offres à F. Lauber, Hôtel City, Payerne.



**Wir suchen**

für sofortigen Eintritt:

**jüngere Restaurationstöchter**  
**jungen Küchen-Hausburschen**

auf den 15. Dezember:

**Anfangs-Zimmer-Hausmädchen**

(kann ein wenig im Service mithelfen).

Offerten an F. Lauber.

**Gesucht**

junge, sprachkundige

## Bureaupraktikantin-II. Sekretärin

mit Verpflichtung für ein Jahr. Offerten sind zu richten an Hotel Stoller, Zürich.

**Gesucht**

auf 1. Dezember oder nach Übereinkunft tüchtige

## Tochter für Büro

Geringe Freizeit. Offerten an Hotel Schweizerhof, Hohfluh-Hasliberg BO., Tel. (036) 5 18 51.



## GSTAAD-PALACE

sucht für die kommende Wintersaison 1961/62 evtl. auch Sommersaison noch folgendes Personal:

**Lingeriegouvernante**  
**Kaffeeköchin**  
**Tournante (Economat und Kaffeeküche)**  
**Eisbahnarbeiter**  
**Hilfsmechaniker**

Offerten mit Zeugniskopien und Lichtbild sind zu richten an: Direktion Palace Hotel, Gstaad, Abteilung Personal. Telefon (030) 944 55.

## Frühjahr 1962

Welches junge

# Hotelier-Ehepaar

(Er Aide-Patron — Sie Gouvernante oder Sekretärin)

beide wenn möglich mit Fachschulbildung und Praxis, hilft mir in der Leitung meines altbekannten, gutgehenden Hauses von mittlerer Grösse? Gute Honorierung, Saison Mitte April — 31. Oktober.

Ich freue mich auf Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen unter Chiffre W. E. 2829 an die Hotel-Revue, Basel 2.

### Gesucht

in Jahresbetrieb auf Frühjahr 1962 für Hotel ersten Ranges (70 Betten) am Genfersee

## Direktor oder Direktor-Ehepaar

als Stütze der Besitzer, Frau aktive Gouvernante. Nur sprachen- und fachkundige Bewerber mit Erfahrung, die auf Dauerstelle reflektieren, unterbreiten handgeschriebene Offerte mit Lebenslauf, Photo, Zeugnissen, Referenzen und Gehaltsansprüchen unter Chiffre DD 2698 an die Hotel-Revue, Basel 2.

## Grand Hotel Victoria-Jungfrau, Interlaken

engagiert jetzt schon

### die Küchenbrigade 1962

(28. April bis 5. Oktober)

Gleichzeitig teilen wir mit, dass unser langjähriger, frühere Küchenchef

### Herr Otto Probst den Posten wieder übernimmt

Er ersucht alle Interessenten sich bei ihm möglichst rasch zu melden.

Otto Probst, Küchenchef, Tschugg bei Erlach BE.

## Hotel Post, Bad Scuol-Tarasp-Vulpera

sucht für kommende Saison mit Eintritt Mitte Dezember 1961 tüchtigen

## 1er Commis de cuisine

Offerten mit Zeugnisschriften und Photo an Direktor Hugo Ferr, Hotels Belvédère und Post, Bad-Scuol-Tarasp-Vulpera, erbeten.

### Wir suchen

in bestbekanntem, grösseren Hotel-Restaurationsbetrieb in gutbezahlte Jahresstellen:

### Serviertochter oder Kellner

sprachenkundig, Schichtenbetrieb

### Commis de cuisine

in grössere Brigade, guter Lohn

### Hausbursche

sprachenkundig

### Nachtportier-Hausbursche

sprachenkundig

### Lingeriemädchen

mit Praxis als Stopferin oder Näherin, geregelte Freizeit

Offerten mit Zeugnisschriften und Bild an H. Zaugg, Dir., Hotel Volkshaus, Winterthur.

Für unsern regen Restaurationsbetrieb sowie für den neu zu eröffnenden Grill-Room suchen wir

## 2 tüchtige Oberkellner

Saison 20. April bis 10. Oktober. Gut ausgewiesene Bewerber belieben ihre detaillierten Offerten mit Bild einzureichen an Bad Schinznach AG, in Schinznach-Bad (Aargau).

## Hotel Bristol, Bern

sucht

### Commis de rang

(deutsch sprechend)

### Saaltöchter

für Spezialitäten-Restaurant

Jahresstellen mit guter Verdienstmöglichkeit. Stellenantritt baldmöglichst. Den Offerten sind Zeugniskopien und Photo beizulegen.

## Hotel Stoller, Zürich

sucht tüchtigen

## Chef de service

Offerten mit Photo und Referenzen an Hotel Stoller, Zürich.

### Gesucht

in Jahresstelle nach Zürich fähiger, selbständiger

## Alleinkoch

Angenehmes Arbeiten bei regelmässiger Arbeitszeit. Eintritt nach Übereinkunft. Charaktervolle Persönlichkeiten richten ihre Offerten unter Beilage der üblichen Unterlagen an Werner Steiger, Hotel Neptun, Zürich 8.

## Hotel im Oberengadin

(120 Betten) vollständig renoviert, sucht für die Wintersaison 1961/1962:

### Barmaid-Restaurationsstochter

### 2 Saaltöchter

### Zimmermädchen

### Etagenportier

### Kellerbursche

### Hausbursche

Offerten sind zu richten unter Chiffre HO 2610 an die Hotel-Revue, Basel 2.

## City Hotel, Zürich

sucht für sein Restaurant in Jahresstellen:

### Kellner (flambierkundig)

### Restaurationsstochter

(flambierkundig)

### Sekretärin für Büro und Bonkontrolle

Geregelte Freizeit, auf Wunsch Logis im Hause. Sprachkundige Bewerber sind gebeten, ihre Unterlagen einzusenden an City Hotel, Zürich, Löwenstrasse 34, Zürich 1.

### Gesucht nach Basel per sofort

## Chef de garde Commis de cuisine Buffetöchter

Offerte mit Lohnansprüchen, Zeugniskopien an Charles Früh, Grand Restaurant Baselstab, Marktplatz Basel, Tel. (601) 23 38 28. Geregelte Freizeit. Für Ausländer wird um Arbeitsbewilligung nachgesucht.

Gesucht in Bar-Betrieb auf dem Platz Basel:

## Chef de service / Stellvertreter d. Patron

Vertrauensstelle

## Versierte Barmaid

## Sekretärin

wenn möglich vertraut mit dem Restaurationsfach

Es handelt sich bei allen Stellen um interessante Jahresstellen, die bis spätestens Frühling 1962 besetzt sein müssen, wenn möglich früher.

Offerten sind erbeten unter Chiffre R 10860 Q an Publicitas AG, Basel.

### Wir suchen kath.

# Pächter-Ehepaar

zur Führung des modern eingerichteten, zentral gelegenen

## Zwysyghof in Wettingen AG

Hotel-, Restaurant- und Pensionsbetrieb (49 Betten, 50 Plätze Restaurant, 2 Sitzungszimmer, Saal mit 200 Plätzen, 2 Kegelbahnen, Wohnung und Dienstzimmer). Hoher Umsatz. Antritt nach Vereinbarung.

Fachleute mit mehrjähriger Praxis wollen ihre Offerte mit lückenlosem Lebenslauf und Referenzen senden an: Stiftung Zwysyghof z. Hd. von Herrn Dr. med. O. Baumgartner, Landstrasse, Wettingen.

## Gesucht nach St. Moritz in Grosshotel I. Klasse

qualifizierte

### II. Barmaid/Hallentochter

sprachenkundige

### Lingeriegouvernante

### Saucier

### Gardemanger

### Entremetier

### Rôlisieur

### Chef Tournant

### Voiturier/Sportsman

sprachenkundig

### Conducteur

versiert, sprachenkundig, mit Fahrbewilligung B

Gefl. Offerten unter Chiffre SM 2700 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**Gesucht nach Luzern**

in Jahresstelle erfahrene, selbständige

**Direktions-Sekretärin**

nicht unter 30 Jahren, welche perfekt die deutsche, französische und englische Korrespondenz erledigen kann. Offerten mit Zeugniskopien, Photo und Gehaltsansprüchen unter Chiffre DS 2831 an die Hotel-Revue, Basel 2.



**Sporting Restaurants Biel**

suchen für sofort:

**Saaltochter**

(deutsch und französisch)

**Buffetochter**

(auch Anfängerin)

Offerten mit den üblichen Angaben sind erbeten an G. Schluchter, Sporting Restaurants, Biel.

**Hotel Bellevue, Magglingen**

ob Biel sucht mit Eintritt per 28. Dezember in gute Jahresstellen

**Chef de partie**

(gut ausgewiesen)

**Commis de cuisine**

sprachenkundigen

**Restaurationskellner**

flambier- und tranchierkundig

**2 Saal-Restaurationsstüchter**

Guter Verdienst, geregelte Arbeitszeit und beste Unterkunft zugesichert. Offerten mit den üblichen Unterlagen erbeten an W. Gantner, Telefon (032) 2 42 62.

**Wir suchen für sofort:**

**Bar-Buffer**

Anfängerin mit Deutschkenntnissen

**Bar-Praktikantin**

**Buffetochter**

(keine Anfängerin)

**Officemädchen**

nettes, sauberes, mit guten Deutschkenntnissen (evtl. -burschen)

**Küchen-Officeburschen**

mit guten Deutschkenntnissen.

Offerten an Frau Gehrig, Hirschen und Cabaret Cascadou, Luzern. Telefon nur abends ab 22 Uhr (041) 2 00 73.

**Gesucht**

für Wintersaison tüchtige

**Serviertochter und Kellner**

Hotel Bergsonne, Rigi-Kaltbad.

**Gesucht nach Übereinkunft tüchtiger**

**Jungkoch od. Commis de cuisine**

evtl. Hilfskoch

neben Chef. Gutbezahlte Jahresstelle. Offerten an H. Heim, Café-Lunch-Room Rex, St.-Jakob-Strasse 6, Zürich. Telefon 23 83 04.



für unser Mövenpick in Genf

**Gouvernante**

Die Bewerberinnen sollen gut französisch sprechen (und wenn möglich sich auf italienisch oder spanisch verständigen können) und sich beim Personal, besonders bei Fremdarbeitern, erfolgreich durchsetzen können.

Es handelt sich um einen ausserordentlich abwechslungsreichen und interessanten Aufgabenkreis. Bei guter Bewährung besteht die Möglichkeit in kurzer Zeit zur

**Generalgouvernante**

befördert zu werden.

Wir bieten gute Entlohnung, geregelte Freizeit und Ferien.

Interessentinnen finden eine ausgesuchte Dauerstelle in sehr modernem und fortschrittlich geführtem Betrieb mit guter Zusammenarbeit auf allen Stufen. Eintritt nach Übereinkunft.

Wir bitten um Einsendung Ihrer Offerte an Herrn C. Zuleger, Dir., Restaurant Mövenpick, Place de la Fusterie, Genf.



**Hotel Hold, Arosa, sucht**

**Buffetochter  
Anfangssaaltochter**

Offerten an Hotel Hold, Arosa.

**Sehr bekanntes Speiserestaurant sucht**

**Alleinkoch oder Küchenchef**

versiert in Restaurationsküche. Sehr gute Bedingungen.

**Kellnerlehrling oder Lehrtochter**

Offerten sind zu richten unter Chiffre ZS 2783 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**Hotel Seehof, Arosa**

sucht für Wintersaison

**Buffetochter-Praktikantin**

Erlösefferten mit Zeugniskopien an A. Caduff-Birkmaier.

**Grand Hotel Vereina, Klosters**

sucht auf kommende Wintersaison

**Glätterin**

Offerten erbeten an die Direktion.

**Park-Hotel Pontresina**

sucht

**Zimmermädchen**

zur Aushilfe für die Zeit vom 10. 12. 1961 bis 15. 1. 1962. Offerten an E. Hofer, Dir.

**Gesucht**

per 15. Dezember

**2 Saaltöchter**

(eventuell Kellner)

Hotel Toggenburg, Wildhaus.

**Tea-Room Rex, Lunch-Room, Wohlen AG**

Wir suchen auf 3. Januar 1962:

**Alleinköchin oder -koch**

**Buffetochter**

(wird auch angelernt)

**Servierlochter**

Hoher Lohn, geregelte Arbeitszeit. Offerten mit Photo erbeten an Hochhaus Café-Rex, Alte Bahnhofstr. 1, Wohlen AG, Telefon (057) 6 24 44.

**Gesucht**

auf Frühjahr oder nach Übereinkunft in 2-Saison-Hotels 1. Ranges jungen, tüchtigen, ruhigen und nüchternen

**Küchenchef**

welcher in allen Sparten des Berufs versiert ist und einer gepflegten erstklassigen Küche mit mittlerer Brigade vorstehen kann. Handschriftliche Offerten mit Lohnansprüchen, Lebenslauf, Zeugnisausschnitten und Photo sind zu richten unter Chiffre TE 2412 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**Gesucht**

von Stadthotel in Bern per sofort in Jahresstelle tüchtiges, sauberes und sprachenkundiges

**Zimmermädchen**

Guter Verdienst, geregelte Arbeits- und Freizeit.

per 15. Januar 1962

**Bürofräulein**

für Réception, Kontrollen und allgemeine Büroarbeiten.

Offerten mit Lohnansprüchen, Photo und Zeugnissen unter Chiffre BE 2662 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**Hotel Continental, Bienne**

cherche pour tout de suite ou entrée à convenir

**commis de cuisine**

Faire offres ou se présenter à la direction, tél. (032) 2 32 55.

**Gesucht nach Zürich:**

**Sekretärin**

für Korrespondenz und Kassa

**Büro-Praktikantin**

**Nachtconcierge**

Offerten mit Angabe des möglichen Eintrittsdatums und Lohnansprüche sind erbeten unter Chiffre ZH 2857 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**Renommiertes Hotel**

in grösserer Stadt sucht erstklassigen

**Chef de service**

Selbständige Position, geregelte Freizeit. Eintritt nach Übereinkunft. Offerten mit Gehaltsanspruch sind zu richten unter Chiffre CS 2856 an die Hotel-Revue, Basel 2. Diskretion zugesichert.

**Hotel National Rialto, Gstaad**

Gesucht per sofort oder nach Übereinkunft in Jahresstelle tüchtiges

**Zimmermädchen**

Offerten erbeten an F. Burri-Gauch.

**Hotel Lorus, Montreux**

sucht

**Obersaaltochter**

Wegen Erreichens der Altersgrenze der bisherigen Inhaberin, suchen wir auf 1. März 1962 eine tüchtige, sprachenkundige und im Umgang mit guter Kundschaft gewohnte Person in gut einbringenden Jahresposten. Offerten erbeten an A. Hauri, Dir.



Gesucht per sofort oder nach Übereinkunft

**Küchenburschen**

Jahresstellen. Gut geregelte Arbeits- und Freizeitverhältnisse zugesichert. Offert. erbeten an

Bahnhofbuffet Aarau, Telefon (064) 2 56 21.

**Gesucht**

tüchtiger

**Alleinkoch**

in gut organisiertes Hotel-Restaurant. Eintritt nach Übereinkunft. Moderne Küche. Jahresstelle. Gute Arbeitsbedingungen. Offerten an Alkoholfreies Gasthaus «Falken», Liestal BL.

**Gérant d'un Grand Restaurant à Bâle cherche**

**fille d'hôtelier**

**ou de restaurateur**

pour le second. Références avec photos sous chiffre FH 2815 à l'Hotel-Revue, Bâle 2.

**Auf Anfang Januar suchen wir in vielseitigen, modernen eingerichteten Betrieb der Ostschweiz eine tüchtige**

**Hotel-Sekretärin**

Selbständig, pedivativ, versiert in deutscher Korrespondenz, Journal, Telefon, Réceptionskontrolle.

Offerten mit Bild unter Angabe der Lohnansprüche unter Chiffre R 20500 W an Publicitas Winterthur.

**Gesucht guter Pianist(-in) oder Accordeonist(-in)**

(auch Amateure) in heimeelige Bar für ca. 3 Wochen ab 20. Dezember. Spielzeit nur 3 Stunden am Abend. Offerten mit Bild und Gehaltsanspruch erbeten an Hotel Oberland, Lauterbrunnen.

**Wir haben eine grosse Bitte**

an die Abwesenden von Offerten. Legen Sie Ihren Angaben keine Originalzeugnisse und ähnliche wertvolle Unterlagen bei. Es ist uns leider nicht möglich, für solche Dokumente irgendeine Verantwortung zu übernehmen, falls Sie vom Insenseren nicht zurück-erstattet werden. - Wo nicht ausdrücklich Originals verlangt sind, genügen gute Kopien.

**Gesucht nach Grindelwald**

**Serviertochter**

netto, freundliche, evtl. Anfängerin (Französisch erwünscht)

**Köchin oder Mädchen**

das gut kochen kann

**Anfangsportier**

Familienanschluss. Offerten mit Photo bitte an Familie Jossi-Roth, Hotel-Restaurant Bodenwald, Grindelwald, Telefon (036) 2 22 42.

**Gesucht**

für Wintersaison, Eintritt ca. 8. Dezember

**Telephonist**

möglichst Schweizer, deutsch, französisch und englisch sprechend

**Commis-Pâtissier**

mit Hotel-Erfahrung

Offerten an Berghotel Prätschli, Arosa.

**Strandhotel Belvédère, Spiez**

sucht per sofort oder nach Übereinkunft

**Zimmer- oder Anfangszimmermädchen**

in Jahresstelle.

**Gesucht**

für die Wintersaison (evtl. auch Sommersaison):

**Zimmermädchen**

**Commis de cuisine**

Offerten an Hotel Victoria, Wengen BO.

**Gesucht**

für Wintersaison (evtl. Jahresstelle) junger

**Alleinkoch (Köchin)**

in mittleren Restaurationsbetrieb in der Welschschweiz (Kurort, 2-Saison-Betrieb). Offerten mit Photo, Lebenslauf sowie Gehaltsansprüchen erbeten an Hotel-Restaurant Point-du-Jour, St. Cergue s. Nyon.

**Wir suchen**

für unser Stadthotel im 1. Rang gut ausgewiesenen

**Hausmechaniker**

zur Ausführung der einschlägigen Reparaturen an Einrichtungen und Installationen sowie zur Behebung einfacherer Störungen an Apparaten und Maschinen in Heizung und Küche. Leute mit Berufsausbildung als Schlosser, Mechaniker oder Installateur erhalten den Vorzug. Selbständige und vielseitige Arbeit bei guter Entlohnung.

Offerten mit Zeugnisabschriften, Angaben der bisherigen Tätigkeit und der Lohnansprüche an Genossenschaft zum Glockenhau, Sihlstrasse 33, Zürich 1.

**Gesucht**

als Hilfe und Ablösung der Leiterin eines alkoholfreien Selbstbedienungsbuffets zuverlässige, flinke

**Angestellte**

Aufstiegsmöglichkeit. Eintritt Frühling 1962 oder früher. Offerten an Frauenverein für alkoholfreie Wirtschaften, Frau L. Martig, Pfarrgasse 1, Winterthur.

**Gesucht**

als Hilfe und Ablösung der Leiterin eines alkoholfreien Selbstbedienungsbuffets zuverlässige, flinke

**Angestellte**

Aufstiegsmöglichkeit. Eintritt Frühling 1962 oder früher. Offerten an Frauenverein für alkoholfreie Wirtschaften, Frau L. Martig, Pfarrgasse 1, Winterthur.

**ENGLAND**

Wir suchen tüchtige Mädchen als

**Saaltöchter und Zimmermädchen**

für unser Hotel am See. Gyllyngdune Hotel, Falmouth (Cornwall).

**Internationale Hotel Organisation**

sucht für ihre

**Häuser der Luxus-Klasse in Übersee**

**Chef de cuisine** Antritt möglichst sofort

**Chef de cuisine** Antritt 1. Mai 1962

**Chef de cuisine** Antritt Sommer 1962

**3 Food u. Beverage Managers** Antritt möglichst sofort

Gewünschste Kontraktdauer möglichst 2 Jahre

Handgeschriebene Offerten mit Angabe der bisherigen Tätigkeit, Referenzen und Gehaltsansprüchen unter Beilage einer Photographie erbeten an Chiffre P 29-6185 Z, Publicitas AG, Zürich 1.

### Bett-Couch



3teilig

**Ottomane, naturhell**  
mit Fuszbrett und verstellbarem Kopfteil, dazu Federkernmatratze mit gutem Bezug (10 Jahre Garantie auf der Einlage) und dem Schoner pauschal

**Fr. 155.-**



**LIESTAL**

Telephon (061) 84 33 02

Verlangen Sie unsere reichhaltigen Prospekte über komplette Hotel-Einrichtungen Frankolieferung in der ganzen Schweiz

10% Anzahlung genügt

#### Gesucht

auf anfangs Januar 1962: junger

**Koch oder Köchin Restaurations-tochter od. Kellner Buffettochter Mädchen**

für Zimmer und Lingerie **Küchenbursche u. Küchenmädchen**

Offerten an die Direktion Hotel Kurhaus Weissbad A.L.

Per sofort gesucht jüngere, tüchtige

### Barmaid

Geboten wird: Sehr guter Verdienst, geregelte Freizeit, familiäre Behandlung. Telefon (059) 2 63 40.

**Wohlbefinden**

**Eptinger**

sich frisch und leicht fühlen, dazu verhilft EPTINGER

Dieses natürliche Mineralwasser führt Ihrem Körper wertvolle Mineralstoffe zu und entfaltet eine milde diuretische Wirkung

Gesund leben, EPTINGER trinken

**Gesucht**  
per 4. oder 5. Dezember in Jahresstellen:

**Alleinkoch** initiativer, jüngerer  
**Restaurations-tochter Mädchen** für Haus und Lingerie  
**Haus- und Küchenbursche**

Anfragen bitte ab 4. Dezember an Rest. Rôtisserie «Sternen», Oberrieden ZH am See. Tel. (051) 92 05 04.

**England**

Hotel mit 80 Betten, direkt an der Südküste gelegen, sucht

**weibliches Hotelpersonal**

18-35 Jahre alt, ledig, mindestens 7monatiger Vertrag ab März oder Mai 1962, für Service und Engag. Englische Vorkenntnisse erforderlich, persönliche Vorstellung anfangs Januar in Zürich. Englisch abgefasste Offerten mit Photo, Referenzen und bisheriger Tätigk. an: Langham Hotel, Royal Parade, Eastbourne, Sussex.

**G1**

**GEHRIG**

G1 la machine suisse à laver la vaisselle et à rincer les verres aux formes élégantes. — Elle ne tient que peu de place, mais son rendement n'en est pas moins considérable! Dosage des produits de lavage automatique et très économique! Séchage brillant! — Nous vous conseillerons volontiers!

**GEHRIG**  
F. GEHRIG & Co., Fabrique de machines et d'appareils électriques BALLWIL/LU  
Téléphone 041.891403

**AROSA**  
**Gesucht**  
in mittleren Betrieb

**Portier** (mit Bahndienst)

**Sekretär** (evtl. Praktikant)

**Zimmermädchen**

**Office-Küchenbursche**

Offerten unt. Chiffre AO 2846 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**Restaurant «Le Globe», Genève**  
1, place du Lac, cherche

**jeune commis cuisinier**

Entrée de suite. Place à l'année, non logé.

Mit nur **5 Rp.**

offenes Couvert frankieren! Sofort erhalten Sie ohne Absender-Adresse verschlossen, diskret d. interess. illust. Katalog über hygienische Spezialartikel, Neuheiten und Preisliste gratis. Inserat senden an Drogerie Schaefer, St. Jakobstrasse 39, Zürich 4/26, genügt.

Hr./Fr. ....  
Adr. ....  
Ort .....

**Veuve Clicquot**

un grand nom sans prénom

DEPUIS 1772

**Veuve Clicquot Ponsardin**

**BRUT**

**REIMS. FRANCE.**

PRODUCE OF FRANCE

**MAX-B. JORDAN**  
AGENT GÉNÉRAL POUR LA SUISSE  
NEUCHÂTEL 4

Hôpital de la ville «Aux Cadolles» à Neuchâtel cherche

**CUISINIER**

Place stable avec caisse de retraite et caisse maladie. Faire offres avec prétentions à la direction de l'hôpital.

**Required**  
for first class hotel in Lagos, Nigeria,

**Manager**

married couple would also be suitable provided wife is willing to help in the hotel. Good English knowledge essential. Apply to: M. Faloughi, P.O. Box 120, Lagos, Nigeria.



**Vorhang-Schnurzüge**  
**SILENT GLISS**  
ein Maximum  
an Geräuschlosigkeit und Komfort

Wie leicht lassen sich die Vorhänge mit den geräuschlosen Schnurzügen SILENT GLISS ohne Behinderung Ihrer Gäste öffnen und schliessen! Die Zugschnüre laufen unsichtbar in getrennten Schnurkanälen, sie können weder durchhängen noch verbeddern. Selbst schwere Stoffe gleiten in den formschönen Vorhangprofilen SILENT GLISS samtweich und leise. Das umständliche Hin- und Herbewegen der Vorhänge von Hand fällt dahin; der Vorhangstoff wird so geschont, weil er nicht berührt werden muss. Zum Reinigen hängt man die Vorhänge ohne Demontage des Schnurzuges einfach aus.

SILENT GLISS bietet eine ganze Reihe von Schnur- und Schleuderzugprofilen für einfache bis höchste Ansprüche. Auszeichnung «Die gute Form 1961» des Schweiz. Werkbundes SWB. Beratung, Prospekte und Handmuster unverbindlich durch



**Metallwarenfabrik F. J. Keller + Co.**  
Lyss (Bern) Telefon 032/85742-43



**Zu verkaufen**  
**schwarzer**  
**Anzug**

nicht getragen, mit Seidenrevers. Grösse 58, Schritt 85, Bund 120, zum Preise von Fr. 80.-, sowie dunkelgrauer

**Winter-**  
**mantel**

Anfragen an Postfach 43075, Schaffhausen.

**Geschirr**  
**abwaschen**



leicht gemacht  
mit dem enttendenden  
Reinigungspulver



Es gibt Ihrem Geschirr strahlende Sauberkeit und Frische

W. KID, SAPAG, Postfach Zürich 42

Tel. (051) 28 60 11

SAP wird auch in Geschirrspülmaschinen mit Erfolg angewandt.

**WENN SIE**

Hotel-Mobiliar zu verkaufen haben  
oder zu kaufen suchen, dann hilft Ihnen  
ein Inserat in der Schweizer Hotel-Revue.

**MALKI's**  
**SCOTCH**  
**WHISKY 41°**

per Carton à 12 Flaschen Fr. 108.- inkl. Wust, per Nachnahme. Vorauszahlung auf Postkonto VIII 53600 Fr. 105.- (Per 3 C: 3%, ab 5 C.: 5% Mengenrabatt. Max Walch Postfach, Zürich 36.

In der Stadt Zürich an guter Lage grosses, sehr gut gehendes

**Speiserestaurant**

zu vermieten

ca. 90 Pl., Umsatz über 400000 Fr. Übernahmepreis ca. Fr. 100000.- Nur an ausgewiesene Fachleute mit Kapital. Eilofferten unter Chiffre D 21745 Z an Publicitas, Zürich 1.

**Hotel-Restaurant**

mit 20 Betten, schönem Speisesaal, netter Gaststube und gut eingerichteter Küche, im Zentrum einer Stadt der Nordwestschweiz zu nur Fr. 320'000.- zu verkaufen. Kostenlose Auskunft erteilt an kapitalkräftige Interessenten unter Nr. 2135 G. Frutig, Hotel-Immobilien, Amthausgasse 20, Bern.

**Revue - Inserate haben Erfolg!**

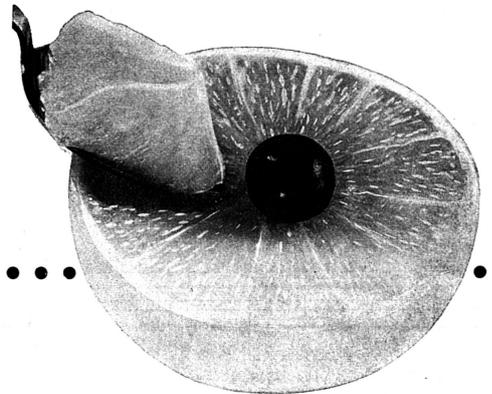


**Florida** <sup>USA</sup>  
**le verger du monde**

La nouvelle réglementation de la Florida Citrus Commission vous garantit des arrivages de grape-fruits de première qualité.

Les grape-fruits de Floride sont les plus juteux du monde, les plus doux, les plus riches en vitamines C.

La saison bat son plein en Floride. Profitez-en, offrez à vos clients ce qu'il y a de meilleur.



Florida est aussi le premier producteur mondial de jus de fruits frais et surgelés.

Eine Probe... und die Wahl ist getroffen

**„gommapiuma“**

Matratzen sind herrlich bequem

**Nacht für Nacht gut schlafen**

Millionen kleinster Zellen stützen den Körper anatomisch richtig und tragen ihn sanft; dadurch entsteht ein herrliches Gefühl der Schwerelosigkeit. Mollige Wärme im Winter, angenehmer Temperatúrausgleich im Sommer. Dauernde Ventilation. Die «gommapiuma»-Matratze ist und bleibt absolut geräuschlos! Vollkommen keimfrei und keimtötend (bakterizid)..

Hygienisch, leicht und handlich, waschbar, gänzlich geruchlos. Die «gommapiuma»-Matratze bedarf keinerlei Wartung!

20 Jahre Garantie.

**PIRELLI**  
**gommapiuma**  
**Matratzen**

ein Spitzenprodukt der Pirelli-Werke



Auskunft und Bezugsquellen durch:  
Pirelli Produkte AG. Zürich 5



## Swissair possède trente ans d'expérience au service de l'aviation commerciale

Trente ans... Pour une femme, c'est l'âge de la beauté la plus éclatante. Pour la Swissair, c'est celui d'une solide expérience, d'une organisation efficiente et d'un magnifique essor. Car les appareils arborant la croix blanche sur fond rouge et immatriculés H. B. desservent actuellement quatre continents et un réseau atteignant près de quarante mille kilomètres, ce qui représente trois fois et demi le tour du monde à l'équateur. Au cours de l'an passé, ils ont parcouru trente millions de kilomètres, soit quatre-vingt-cinq fois la distance séparant la terre de la lune, ayant à leur bord plus d'un million trois cent mille passagers, chiffre représentant environ le quart de la population helvétique.

Les recettes de la compagnie se sont élevées, en l'espace de douze mois, à trois cent trente millions de francs. Tout cela a été possible grâce au sept mille trois cents hommes et femmes, qui constituent le personnel de la Swissair, et à la flotte, qui se compose de trente-cinq machines, dont les plus récentes — il s'agit de deux Conair 880-M — atteignent la vitesse de neuf cent quatre-vingt-dix kilomètres à l'heure, en volant entre dix et douze mille mètres d'altitude.

C'est en 1931, que la Swissair fut créée par fusion des compagnies Ad Astra et Balair. La nouvelle entreprise disposait alors d'un parc de vingt-deux avions — les plus rapides, soit les Lockheed Orion 9B, à même de transporter quatre passagers, naviguant à la vitesse de deux cent quatre-vingt-dix kilomètres à l'heure — et son personnel se composait de soixante-quatre employés. Pendant sa première année d'existence, la Swissair transporta un peu plus de dix mille passagers et ses recettes s'élevèrent à deux millions de francs.

Les chiffres, qui viennent d'être cités, permettent de se rendre compte du chemin accompli par la Swissair. Un chemin qui l'a fait se hisser au premier rang des compagnies de navigation aérienne desservant un réseau international à grande distance. Tant par la régularité de ses vols que la qualité de ses équipages et celle de son accueil, la Swissair jouit d'une réputation solidement établie, un peu partout dans le monde. A son capital social, qui dépasse maintenant largement 105 millions de francs, alors qu'au début il n'était que de huit cent mille francs, elle a su en ajouter un autre, et qui

est réservée, par la suite, au trafic fret et au personnel. Un embranchement de l'autoroute Lausanne-Genève et un embranchement ferroviaire, venant de Cornavin, la desserviront.

A Zurich-Kloten, les pistes principales ont été aménagées aussi et une très belle aérogare a été édifiée. L'ensemble des constructions actuelles représente un investissement de plus de deux cent millions de francs, que se partageant la Confédération, le canton, la société immobilière de l'aéroport et la Swissair. On va entreprendre une nouvelle étape de travaux, soit l'extension de l'aérogare, qui entraînera une dépense de trente à quarante millions de francs.

Il y a lieu de ne pas oublier non plus l'aérodrome de Bâle-Blotzheim, pour l'aménagement duquel les Bâlois ont consenti des sacrifices et qui rend également d'utiles services à la Swissair.

Au cours du premier semestre de l'an prochain, la Swissair prendra livraison des sept Conair-990 « Coronado », dont elle a passé commande à San-Diego, en Californie. Capables de transporter quatre-vingt-seize passagers à la vitesse de croisière de mille trente kilomètres à l'heure, ces machines seront affectées aux lignes d'Extrême-Orient et de l'Atlantique-Sud. Ces quadrireacteurs sont les avions commerciaux les plus rapides du moment. Notre compagnie nationale prendra également possession de quatre « Caravelles » supplémentaires, qui sont d'excellents bi-réacteurs moyen-courriers, naviguant à la vitesse de huit cent cinquante kilomètres à l'heure, avec septante-six passagers à leur bord.

Ces onze nouveaux appareils à réaction permettront à la Swissair d'éliminer de sa flotte, au fur et à mesure des livraisons, les avions dotés de moteurs à pistons qu'elle a encore en service. Elle conservera cependant les onze Conair-440 « Metropolitan », qui volent à la vitesse de quatre cent cinquante kilomètres à l'heure avec quarante-quatre passagers. Ces machines conviennent parfaitement aux liaisons relativement courtes ou moyennes du réseau européen.

Si la Swissair a pris la décision de se séparer progressivement de tous ses autres avions à hélices — 4 Douglas DC-3, 26 passagers, 300 kilomètres à l'heure; 8 Douglas DC-6, 77 passagers, 460 km à l'heure; 3 Douglas DC-7-C, 80 passagers, 550 km à l'heure — ce n'est pas que ces appareils ne donnent



## Hotel Bad Horn — ein repräsentatives Haus am Schweizer Ufer des Bodensees

An der Strasse-Rorschach-Romanshorn direkt am See liegt das Hotel Bad Horn. Früher ein bescheidenes Haus, bildet es heute, nachdem es eine gründliche Metamorphose durchgemacht hat, eines der schönsten und modernsten Hotels am Bodensee. Obschon es in der heutigen Gestalt bereits in diesem Sommer in Betrieb war und sehr gute Frequenzen aufwies, wurde die offizielle Einweihung in die ruhige Saison verlegt. Vergangenen Freitag fand eine eingehende Besichtigung statt durch zahlreiche geladene Gäste und Vertreter der Presse.

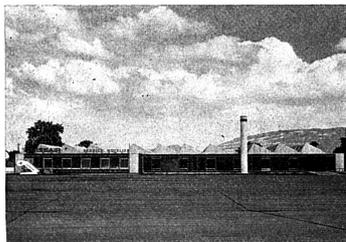
Der Besitzer des Hauses, Architekt J. Giger, St. Gallen, hatte damit aber noch eine andere Einweihung verbunden, nämlich die von ihm aus eigener Initiative in St. Gallen errichtete Alterssiedlung, die den Geladenen am Vormittag gezeigt wurde. Diese Alterssiedlung, wie Herr Giger ausführte, besteht aus 15 Einzimmerwohnungen und 9 Zweizimmerwohnungen, sämtliche mit Küche und Bad ausgestattet. Obschon keine Mittel der öffentlichen Hand beansprucht wurden, konnte der Mietpreis pro Einzimmerwohnung auf 65 Fr., der Zweizimmerwohnung auf 85 Fr. angesetzt werden, allerdings nur dank Verzicht auf das Architektenhonorar und auf eine normale Rendite.

In Bad Horn kam die Besichtigung der neuen und neugestalteten Hotelräume hinzu, bei welcher

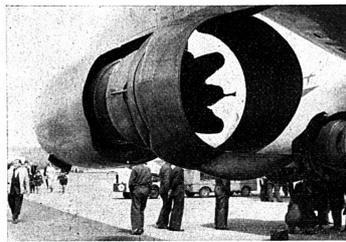
Gelegenheit man sich davon überzeugen konnte, dass das Hotel Bad Horn heute mit seinen 65 Betten, Halle, Saal und diversen Restaurationsmöglichkeiten, einschliesslich einer Bar mit Dancing sowie den zweckmässig konzipierten und neuzuletzt ausgestatteten Betriebsräumen zu den schönsten und modernsten Häusern am Schweizer Ufer des Bodensees zählt.

Beim sehr sorgfältigen Mittagessen, das auch auf die Leistungsfähigkeit der Küche ein vorzügliches Licht warf, durfte denn auch Herr Giger aus dem Munde von Stadtmann Dr. Anderegg, St. Gallen, und dem Gemeindeammann von Horn die herzlichsten Glückwünsche für die wohlgeplante Werk entgegennehmen. Dr. Anderegg zollte Herrn Giger Dank und Anerkennung nicht nur für die grosszügige und beispielhafte Alterssiedlung, mit deren Errichtung der in der Öffentlichkeit oft gehörte Vorwurf «Für alles hat man Geld, nur für die Alten nicht» Lügen gestraft wurde, sondern gratulierte auch — Dr. Anderegg gab diesbezüglich den Gefühlen der Nordostschweizerischen Verkehrsvereinigung Ausdruck — zur überraschend gut gelungenen Hotelverlängerung, die alle Merkmale einer grosszügigen und weitsichtigen Planung aufweist und das Bettenpotential in der Region Nordostschweiz im Qualitätssektor erhöht.

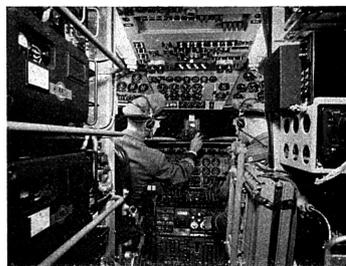
Wir werden in der nächsten Nummer noch ausführlicher über das Hotel Bad Horn berichten.



Les importantes installations du service hôtelier, à l'aéroport de Genève-Cointrin.



Un moteur de réaction vu de près. Comparez ses dimensions avec celles des personnes se trouvant sur la piste.



Le commandant de bord et le co-pilote dans leur cockpit.



L'heure attendue du repas.

vaut infiniment davantage, celui de la confiance générale.

En notre pays, la Swissair possède deux excellents instruments de travail. Il s'agit de l'aéroport de Zurich-Kloten, où la compagnie possède sa base principale, avec hangars géants de réparation et d'entretien, centre d'entraînement du personnel, service hôtelier, et celui de Genève-Cointrin, où existent également de grands hangars, des ateliers et un service hôtelier ultra-moderne. Les cantons de Zurich et de Genève, aidés par les subventions de la Confédération, se sont imposés des sacrifices financiers considérables, afin d'équiper leur aéroport de pistes suffisamment longues et résistantes, d'aérogares répondant aux exigences actuelles et d'installations techniques permettant d'assurer une sécurité maximum au trafic.

A Genève-Cointrin, cinq ans de travaux viennent de porter à trois mille huit cents mètres la longueur de la piste, ce qui permet aux avions les plus lourds, et les plus rapides aussi, de se poser en toute sécurité. La construction d'une nouvelle aérogare, plus vaste, mieux aménagée encore, a commencé dans le courant de l'été, l'aérogare actuelle devant

pas satisfaction, bien au contraire, mais ils ne sont encore en exploitation.

Le progrès est extrêmement rapide sur les routes du ciel et la concurrence est acharnée en ce qui concerne la vitesse et le confort, puisque celle des tarifs n'existe pas.

Cette modification de la composition de la flotte permettra de réduire également le nombre des types d'appareils utilisés, ce qui est un avantage certain pour l'entretien et la révision.

Il est un autre aspect de la navigation aérienne sur lequel la Swissair a fait porter ses efforts. C'est celui de l'accueil à bord, du service de cabine, de la qualité des mets et des boissons offerts aux passagers, tant en ce qui concerne la classe touristique que celle de première ou de luxe.

En 1934, il y a donc vingt-sept ans, la Swissair a été la première, sur notre continent, à introduire un service d'hôtes à bord de ses avions. L'exemple en avait été donné, quelques années plus tôt, en Amérique du Nord, par la compagnie United Air Lines. Elle a su créer un corps d'hôtes et de commissaires de bord qui lui fait honneur en même temps qu'à l'hôtellerie helvétique. Ses membres ne sont-ils pas un peu les ambassadeurs de celle-ci, sur les voies du ciel ?

Les services hôteliers, que la Swissair exploite tant à Zurich-Kloten qu'à Genève-Cointrin, possèdent un personnel de tout premier ordre, disposant d'installations extrêmement perfectionnées, qui permettent la préparation de repas d'une qualité irréprochable. Cela est important car, dans l'espace, c'est par la gourmandise que l'on attire les passagers, qui ont tout le loisir de sacrifier à la gastronomie.

Et quelle gastronomie, jugez-en plutôt par ce dîner, la carte qui, à bord des long-courriers, est servi aux passagers de première classe: Caviar Malossol; Toast Melba et beurre, ou Saumon fumé de Nova scotia, toast Melba et beurre; Tortue claire en tasse, ou Potage crème de volaille; Filet de bœuf Cordon rouge, pommes parisiennes, tomate grillée,

petits pois fins au beurre, salade de saison, ou Grenadin de veau au marsala, pommes croquantes, haricots verts au beurre, salade mêlée; Fromage suisse; crackers; Eugénie au kirsch ou Coupe Swissair avec gaufrettes; Corbeille de fruits; le tout arrosé de champagne et de vins suisses, de café et de liqueurs, accompagnés de pralinés.

Rien d'étonnant donc à ce que la Swissair se soit assurée, grâce à l'esprit d'initiative de ses dirigeants et à la collaboration efficace de tout son personnel, tant navigant que de surface, en notre pays et ailleurs dans le monde, car notre compagnie nationale a installé un certain nombre de représentations à l'étranger; la place de choix qui est sienne aujourd'hui et que ses constants efforts, en vue de satisfaire toujours davantage sa clientèle, rendent amplement méritée.

## Arts et métiers et problèmes actuels

La conférence des présidents et des secrétaires des associations affiliées à l'Union suisse des arts et métiers a siégé à Olten sous la présidence de M. U. Meyer-Boller, conseiller national. Elle a pris acte avec satisfaction du rejet massif par le peuple de l'initiative législative et recommande à tous les indépendants de la ville et de la campagne de contribuer, lors du prochain scrutin fédéral, à l'adoption du nouveau statut de l'horlogerie qui est un projet bien équilibré.

En ce qui concerne l'adaptation de certaines taxes postales et téléphoniques, les arts et métiers continuent à considérer comme franchement exagéré le projet du Conseil fédéral relatif à l'augmentation des taxes des colis postaux. En conséquence, ils demandent une sensible réduction des taux envisagés et comptent que cette adaptation pourra aboutir sur le plan parlementaire.

Les travaux de révision de la loi fédérale sur la formation professionnelle paraissent près d'aboutir. La principale innovation qu'on attend des arts et métiers est la possibilité pour les associations de doubler les examens professionnels supérieurs (maîtrise). L'Union suisse des arts et métiers invite instamment les associations affiliées à prendre d'ores et déjà toutes mesures utiles en vue de ce doublement de des épreuves qui contribuera à l'adaptation de l'artisanat aux exigences nouvelles.

La conférence a constaté que les conceptions fondamentales de la commission d'experts chargée de mettre sur pied un projet de loi sur le travail ont été dénaturées à tel point par diverses décisions de la commission du Conseil national — en particulier en ce qui concerne la durée du travail et la durée du repos — que les arts et métiers se trouvent placés aujourd'hui devant une nouvelle situation. La conférence unanime a estimé que les décisions prises à cet égard par la commission sont inacceptables et que si le projet actuel n'est pas sensiblement modifié, les arts et métiers se verront obligés de le combattre énergiquement. Ceux-ci s'élèvent non seulement contre diverses aggravations d'ordre matériel apportées par la commission, mais contre

le fait que le projet du Conseil fédéral a été alourdi par de nombreuses dispositions tracassières de grande portée, notamment pour les petites et moyennes entreprises et pour les indépendants.

Enfin, la conférence des présidents et des secrétaires a entendu des exposés documentés sur le projet de loi sur les cartels et sur l'état actuel de l'intégration économique européenne.

## La culture du tabac a été sauvée

On sait que l'année passée une nouvelle maladie, le mildiou du tabac, avait fait son apparition en Europe et en Suisse, détruisant pour plus de 300 millions de francs suisses des cultures. Un dispositif de lutte perfectionné avait été établi durant cet hiver, en Suisse, sous la direction des stations fédérales d'essais agricoles de Lausanne, afin de combattre la maladie et de sauver la culture du tabac. L'inquiétude régnait encore ce printemps dans les milieux professionnels car la maladie continuait ses ravages dans les pays méditerranéens.

La lutte a été conduite avec discipline durant tout l'été — car elle avait été déclarée obligatoire, par l'arrêté extraordinaire du 29 novembre 1960 du Conseil fédéral — avec l'aide des services phytosanitaires cantonaux et des groupes de travail des organisations paritaires régionales. Les cultures de tabac de tout le pays ont été protégées par des poudrages répétés à base de produits organiques absolument inoffensifs pour les animaux et l'homme.

Les organisations professionnelles de la branche viennent de prendre connaissance des résultats brillants de la lutte entreprise en 1961, puisque les 98 % des récoltes ont été sauvées (moyenne du pays); les 2 % de pertes ne dépassent pas les pertes courantes occasionnées par l'apparition d'autres maladies telles que les virus ou le feu sauvage.

Devant cet éclatant succès, les organisations professionnelles expriment leur reconnaissance à toutes les instances qui se sont dévouées sans restriction et constatent avec satisfaction l'excellente efficacité des substances protectrices utilisées. La culture du tabac sera poursuivie en Suisse en 1962 et les moyens de lutte seront encore perfectionnés. C'est pourquoi les organisations intéressées comptent sur un accroissement sensible des surfaces au niveau de celles qui existaient avant l'apparition du mildiou car l'avenir de cette culture dépend en grande partie du maintien par l'industrie suisse du tabac, des taux actuels d'incorporation du tabac indigène. On espère que les planteurs suisses sauront manifester à nouveau leur vif intérêt pour cette culture traditionnelle dans de nombreuses régions.



## Kolanda-Kundenurteile

Amrein & Cie., Tea-room, Willisau :

Seit 5 Jahren beziehen wir von Ihnen den Kaffee und wir haben sehr gute Erfahrungen gemacht. Der Kaffee Kolanda ist ausgezeichnet. Er hat ein feines Aroma und ist immer gleichbleibend. Wir sind stets prompt bedient worden und es freut uns, dass wir dies bestätigen können. Es ist gar nicht immer eine Selbstverständlichkeit, dass alles so gut klappt.

## KOLANDA AG. ALLSCHWIL

Das Spezialunternehmen für gastgewerbliche Kaffeemischungen

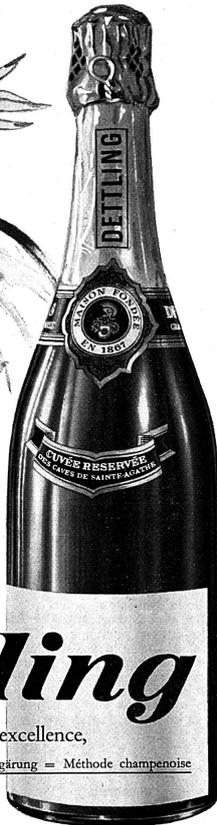
**BIRDS EYE** *Empfehlung*

**Rosenkohl**  
zart, mild und ohne Abfall —  
sorgfältig sortiert in drei Grössen.  
Preisgünstige Grosspackungen prompt durch unsere  
Auslieferung-Depots.

**BIRDS EYE AG, Zürich 39, Tel. (051) 23 97 45**



Kenner und  
Champagner-Liebhaber  
sind begeistert von  
DETTLING  
«Extra-Dry» und «Brut»  
(100% franz. Blanc de Blancs)  
den sie neben  
den bestbekanntesten süßen  
DETTLING  
«Silber»- u. «Gold»-Typen  
nun auch  
in der Schweiz  
zu vorteilhaften Preisen  
kaufen können.



DETTLING «Cuvée Réserve»  
(100% franz. Blanc de Blancs)

DEMI-SEC «Carte rose»  
DRY «Carte verte»  
EXTRA DRY «Carte rouge»  
BRUT «Carte blanche»

DETTLING «Gran spumante»

SILBER - demi sec  
GOLD - traubensüß

# Dettling

Les vins champagnisés par excellence,

sind reine Flaschengärung = Méthode champenoise

ARNOLD DETTLING, Champagnisation depuis 1867, BRUNNEN

### Zu verpachten

auf Frühjahr 1962 an seriöses, tüchtiges Wirt-  
Ehepaar, das direkt am See gelegene

## Hotel-Restaurant Angelfluh, Meggen

Beliebtes Ausflugsziel in prächtiger Südlage, 5 km  
von Luzern. Das Objekt wird renoviert. Wünsche  
von Interessenten können berücksichtigt werden.  
Fam. Heer-Barmettler, St. Niklausen-Luzern. Tel.  
(041) 73 11 70.

### Zu verkaufen

## Schlaf- zimmer

franz. (Doppelbett mit Rost  
ohne Inhalt, Toilettenschm.  
ovalen Spiegel, 1 Fauteuil, 2  
Tabourets), elfenbein pa-  
noriert, Hartholz, Fr. 600.-

## Kabinett- Schreibtisch

Mahagoni mit Rollverschluss  
Fr. 300.-  
OE unter Chiffre SK 2809 an  
die Hotel-Revue, Basel 2.

# Kiefer

Glas Porzellan Silber

Spezialhaus für Hotel- und Restaurant-  
einrichtungen

Besuchen Sie unverbindlich unsere Musterzimmer:

BASEL  
Gerbergasse 14  
061 23 00 60

ZÜRICH  
Bahnhofstrasse 18  
051 23 39 67

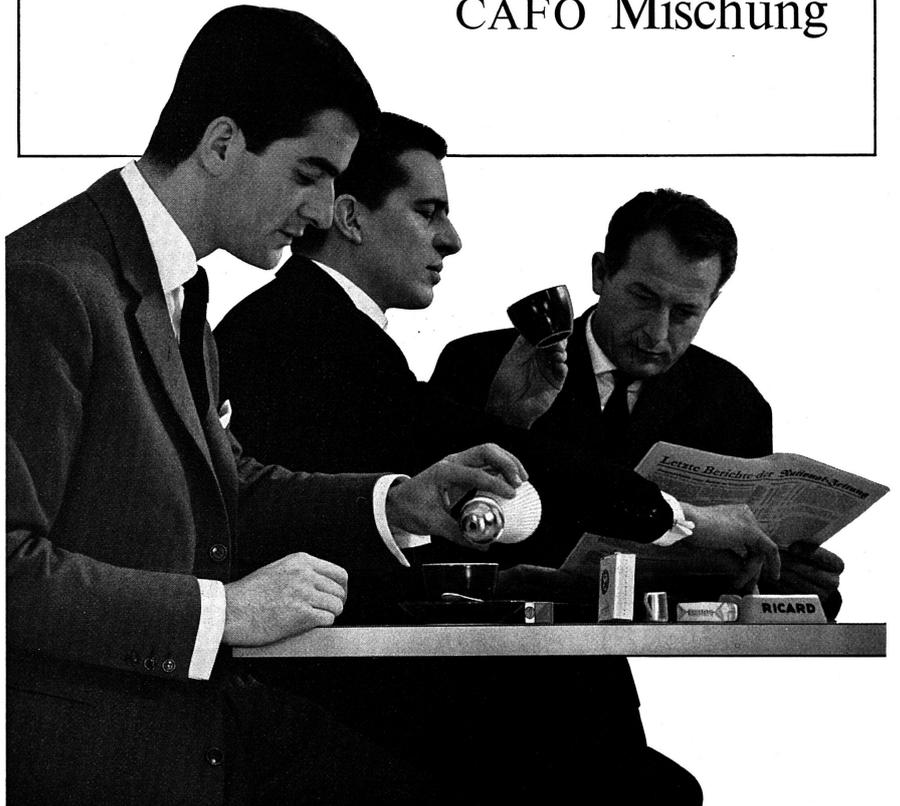
Wo trifft man sich am liebsten? Dort wo's einen  
guten Kaffee gibt! Es ist erstaunlich, wie schnell  
sich das Zauberwort herumspricht - «en guete Kaffi»  
kann zum eigentlichen Anziehungspunkt einer Gaststätte  
werden!

Ganz im Sinne dieser Tatsache haben wir die fixfertigen  
Cafó-Mischungen für Ihre Maschine geschaffen: Cafó  
mit 60% erstklassigem Bohnenkaffee für die beliebte  
Schale Gold - Cafó mit 85% edelstem Bohnenkaffee für  
einen ganz exquisiten «Schwarzen». Es geht um einen  
Versuch! Unsere Grosspackungen sind sehr preisgünstig.  
Verlangen Sie Muster und Preisliste.



Thomi + Franck A.G. Basel

## CAFO Mischung



## Warum rentieren COOLFRESH-Kühlvitrinen?

- Mit den an keinen festen Standort gebundenen COOL-FRESH-Kühlvitrinen präsentieren Sie Ihre Fleisch- und Wurstwaren, Sandwiches, Patisserie usw. frisch und appetitregend in Sichtweite Ihrer Gäste, dadurch beste Verkaufschancen.
- Auf kleinstem Raum grösste Ausstellfläche.
- COOLFRESH-Kühlvitrinen kühlen ohne auszutrocknen, deshalb keine Verluste.
- Keine Kosten für Montage, Steckdose genügt.  
Schweizer Fabrikat - Internat. geschützt.

Prospekte über alle Modelle. Referenzen durch den  
Alleinhersteller: Hch. Graf, Uster, Steigstr. 9, Tel. (051) 87 38 33.



Mod. 20



Mod. 11

## GESCHIRRWASCHEN

HOBART, die meistverkaufte Geschirrwashmaschine in der ganzen Welt, dank neuester Konstruktionen und bester Qualität. Ueber 50 Modelle für jeden Bedarf - über 60-jährige Erfahrung in diesem Spezialgebiet. Tausendfach bewährt.

HOBART wäscht - spült -  
trocknet ohne Bruch.

## MIT HOBART UND E.L.



## GLANZTROCKNUNG

Das E. L.-Glanz Trocknungs-System hat sich nach vieljähriger Erfahrung in den USA und nunmehr auch in der Schweiz hervorragend bewährt. Wir sind in der Lage, Ihnen in der ganzen Schweiz bereits bewährte Anlagen zu zeigen.

E. L.-Glanztrocknung = Geschirrtrocknen ohne Tücher mit schönstem Hochglanz.



Verlangen Sie unverbindlich Vorführung oder Prospekte durch:

**HOBART-MASCHINEN**  
**J. BORNSTEIN A.-G. ZÜRICH** Stockerstrasse 45  
VERKAUF - SERVICE Tel. (051) 27 80 99 / 27 88 48

Filialen in: St. Gallen Rorschacherstr. 48 Tel. (071) 22 70 75  
Lausanne Avenue Vinet 33 Tel. (021) 24 49 49  
Locarno Piazza Grande 11 Tel. (093) 7 43 79

# Speziell für Sie geschrieben

von Harry Schraemli

## Verkaufpsychologie, Verkaufskunst und Verkaufsschulung im Gastgewerbe

### Vorbemerkung der Redaktion:

Die nachfolgenden Ausführungen bilden den Kern eines Vortrages, den unser ständiger Mitarbeiter und Kollege Harry Schraemli anlässlich einer ERFA-II-Tagung in Montreux hielt.

Was ein gastgewerblicher Betrieb alles verkaufen und mit welchen Mitteln dieser Verkauf gefördert werden kann, das wird einem europäischen Hotelfachmann erst so richtig klar, wenn er seinen Fuss in eine amerikanische Gaststätte setzt. Man mag die Nase lange über unsere amerikanischen Kollegen rümpfen und Anstoss an ihren Methoden nehmen, Tatsache aber ist, dass sie uns in bezug auf Verkaufsplanung usw. meilenweit voraus sind. Was wir ihnen als einen grossen Nachteil ankreiden, nämlich das Fehlen jeglicher gastronomischen Tradition, das bringt ihnen die Dollars in die Kasse. Die Geldgeber der Hotellerie in den Vereinigten Staaten von Nordamerika, also jene Leute, die wirklich Einfluss auf die Geschäftsführung haben, kommen von überall her, sehr selten aber aus dem, was wir «unser Fach» nennen. Nach dem gleichen System und den Erkenntnissen, wie man Automobile, Kinderspielzeug, Filmkameras und andere Industrieprodukte anpreisen und verkaufen soll, verkaufen sie drüben «Gastronomie». Diese Leute sind nachweisbar keine Meister der Saucenbereitung, aber sie sind Grossmeister der Verkaufsorganisation. Für uns scheint aber gerade dieser wichtige Teil erfolgreicher Betriebsführung vorläufig noch «heisses Eisen» zu sein, das man nur ungern anfässt. Wir sind Traditionen verhaftet, die sich zu einer schweren Hypothek entwickeln können.

Es kommt wohl nicht von ungefähr, dass junge Fachleute nach einem Studienaufenthalt in den USA in den Betrieben ihrer Väter – und auch den eigenen – ganz neue Wege einschlagen, und zwar solche, die man noch vor Jahrzehnten, als recht unschweizerisch angeprangert hätte und die auch heute nur bei einem kleinen Teil von uns Anklang finden oder gar auf Sympathie stossen. Was dabei aber sehr gerne übersehen wird, ist, dass sich diese neuen Wege auch bei uns als recht erfolgreich erweisen.

### Eine wichtige Voraussetzung

Wohl jeder normal denkende Geschäftsmann trachtet danach, seine Umsätze zu erhöhen. Ehe man nun hinget, um Mittel und Wege zu suchen, wie man das erreichen kann, lohnt es sich, vorerst einmal zu prüfen, ob man die «alten» Mittel und Wege auch richtig ausschöpft. Anders ausgedrückt: Man unterziehe vorerst einmal die bestehende «Verkaufsorganisation» einer objektiven Prüfung. In unserem Falle würde die Prüfungsaufgabe lauten: Ist der Betrieb so eingerichtet und der Verkauf so organisiert, dass jedem Kaufbegehren rasch und flüssig Folge geleistet werden kann? Diese Frage auf einen gastgewerblichen Betrieb zugeschnitten, kann verschiedene Formen annehmen, hier die einfachste: Fragen Sie sich, ob in Ihrem Betrieb jede Bestellung eines Gastes (Kaufbegehren) innerhalb einer Rekordzeit ausgeführt werden kann. Nehmen Sie keinen Anstoss an dem Wort «Rekordzeit», wenn ich nämlich «innert dienlicher Frist» schreibe, merken Sie vielleicht nicht, was ich meine. Solange man nämlich in einem andern Betrieb seinen Kaffee oder seinen Schoppen Wein innerhalb von 3 Minuten auf dem Tisch hat, bei Ihnen aber 5 Minuten warten muss, hat der andere eine Nasenlänge Vorsprung. Natürlich spielen die 2 Minuten in Tat und Wahrheit keine Rolle, aber es sind trotzdem Minuten, die eine solche spielen. Vielleicht ist es Ihnen auch schon aufgefallen, dass man, wenn man in einem Hotel eine Flasche Wein bestellt, in der Regel sehr lange warten muss; in einem Restaurant geht das meistens schneller. Warum wohl? Nun, sehr einfach: weil das Restaurant auf einen raschen Verkauf eingerichtet sein muss und leider viele Hoteliers noch nicht gemerkt haben, dass sie viel mehr verkaufen könnten, wenn sie «rascher» wären. Wie oft ist der Tageskeller eine Meile weg vom Saal oder von der Halle! Wie oft lässt sich das Personal viel zu viel Zeit, bis es endlich hinget, um die Bestellung aufzunehmen! Immer noch gibt es allzuvielle Betriebe, die sich überhaupt nicht bemühen, durch schnelleren Service und bessere Einrichtung «mehr» zu verkaufen. Eine in diesem Zusammenhang wichtige Frage ist z. B. der wühlüberlegte Einsatz des Personals. Viel zu wenig wird überlegt, ob man seine Angestellten ihren Fähigkeiten entsprechend an der richtigen Stelle und zur richtigen Zeit einsetzt. Wieso ist es möglich, dass man in vielen Hotelhallen selbst aufstehen muss, um nach einem Kellner (oder einer Serviertochter) Ausschau zu halten, der einem «gnädigst» einen Kaffee bringt? Meistens muss man in den Speisesaal gehen; dort stehen sie dann haufenweise beieinander und erzählen sich faule Witze.

### Mangel an Organisationsstalent

Es ist nun nicht alles, was bei uns schiefl geht, über das Konto «Personalmanagement» abzubuchen. Viel schlimmer als dieser ist die oft zu beobachtende Nonchalance der Kader. Wenn «oben» daneben organisiert wird, ist «unten» nicht mit Wundertaten zu rechnen.

In diesem Zusammenhang möchte ich von einer Beobachtung erzählen, die ich selbst machen konnte.

Mit meiner Frau besuchte ich die Sonnenterrasse eines Kurhotels. Zur Bedienung standen verschiedene Kellner, unterstützt durch einen Maître d'hôtel, bereit. So wenigstens sah es aus! Dank dem, dass der Oberkellner mich kannte, wurde meine ihm gegebene Bestellung «postwendend» ausgeführt. Kaffee und Tee wurden übrigens tadellos serviert, eine wahre Freude. Am Nebentisch erhob sich etwas später eine Gesellschaft von mehreren Personen und ging weg. Es fiel mir nun auf, dass der Tisch nicht sofort abgeräumt wurde, und ich blickte daher interessiert in die Runde. Der Herr Ober war inzwischen verschwunden, 2 Kellner unterhielten sich angeregt am Buffet, 2 andere servierten resp. kassierten weitab vom Schuss. An diesen nicht abgeräumten Tisch setzten sich bald darauf 5 Personen. Ihr Kommen war so wenig bemerkt worden, wie das Weggehen der andern. Nach etwa 10 Minuten (eine lange Zeit) schickte das Familienoberhaupt einen kleinen Jungen, um den Kellner zu holen. Es verging wiederum eine gewisse Zeit, bis der anscheinend dort allein zuständige Jünger Ganymeds antrabte. Der Herr wollte nun sofort seine Bestellung anbringen, was der Kellner aber ablehnte, da er vorerst einmal, wie er sagte, den Tisch abräumen wolle. Er tat es dann auch, und zwar flink. Leider aber vergass er dann das Wiederkommen. Nach einer Wartezeit von mindestens 10 Minuten stand die Gesellschaft auf und verliess die in diesem Falle ungastliche Gaststätte.

An wem, so muss man sich fragen, lag nun hier der Fehler? Primär bestimmt nicht am Kellner, sondern an der mangelhaften Organisation. Wäre hier z. B. einer der Kellner eingesetzt worden, um abzuräumen, ein anderer aber um neu ankommende Gäste zu begrüssen resp. zu plazieren, so wäre dieser unangenehme Vorfall unterblieben. Gemerkt hat ja schliesslich niemand etwas, weder der Patron, noch der Oberkellner, noch die Kellner: gemerkt aber haben es die übrigen Gäste.

Wie mangelhaft die Organisation in bezug auf den Verkauf war, beleuchtet eine weitere Beobachtung: Obwohl, wie gesagt, genügend Kellner her- umständen und das Haus bestimmt einen Patissier beschäftigt und sogar ein grosses Plateau Patissier im Hintergrund zu sehen war, wurde solche nicht angeboten. Meine Frau und ich hätten bestimmt einige «Stückchen» gegessen, und ich nehme an, dass auch andere Gäste es so gehalten hätten. Einem der Kellner zu rufen resp. einen herbeizuwinken aber war ziemlich schwierig, was ich später beim Bezahlen erfahren sollte.

Mit diesem der Praxis entnommenen Beispiel möchte ich darten, dass man, ehe man nach neuen Umsatzmöglichkeiten sucht, erst einmal abklärt, ob die «alten» wirklich voll und ganz ausgenutzt werden. Es schadet nichts, einmal das eigene Betriebssystem einer kritischen Überprüfung zu unterziehen. Eine kleine Umstellung in der Organisation kann schon Früchte tragen. Nichts scheint mir so trügerisch zu sein, wie ein «System», das seit Jahrzehnten im gleichen Betrieb praktiziert wird, aber nie ernsthaft überprüft worden ist.

### Die Zwangslage

Die an uns gestellten Anforderungen sozialpolitischer Natur, höhere Löhne im eigenen Betrieb und exorbitante Handwerkerrechnungen, stets steigende Lebensmittelpreise, Mangel an Interesse von seiten vieler Angestellten, Personalknappheit usw. sind alle Dinge, die uns zu schaffen machen. Während die Industrie die Möglichkeit hat, durch Preis-erhöhungen und Rationalisierungsmassnahmen den Druck abzufangen, sind wir in einer kaum berechnenden Lage. Wenn es uns gelänge, mit dem gleichen Personalstab, bei gleicher Frequenz und ohne Neuinvestitionen, höhere Umsätze zu erzielen, und zwar einfach durch «Mehrverkauf» – so dürfte das als ein Lichtblick gewertet werden. Gelingt dies uns aber nicht, so werden wir eine Verminderung unserer Rendite in Kauf nehmen müssen, die in den meisten Fällen als schwerwiegend zu betrachten wäre.

### Ausschöpfung aller Möglichkeiten

Wenn wir eingangs das von unseren amerikanischen Kollegen praktizierte Verkaufsprinzip lobend erwähnt haben, so müssen wir doch wieder einschränkend festhalten, dass es sich nicht unbedenken auch für unsere Verhältnisse eignet. Nicht jedes Hotel kann seinem Betrieb einen «Drugstore» angliedern oder in seinen Räumen gleich mehrere separat geführte Gaststätten unterhalten. Obwohl in vielen Hotels noch sehr viel Raum absolut brachliegt –

etwas, das in Amerika gänzlich unbekannt ist – fehlt uns meistens etwas, das drüben immer vorhanden ist, nämlich die Masse. Aber selbst die europäische Masse würde nicht so kauffreudig reagieren wie jene, die drüben unseren Kollegen täglich die Kassen füllt.

Ich habe vor einigen Jahren ein interessantes Gespräch mit dem Besitzer eines grossen Motels geführt, der für das Übernachten von Kindern prinzipiell keine Bezahlung forderte. Ja, der soweit ging, in jedes Badezimmer ein Bügelbrett zu stellen und der seinen Gästen eine vollautomatische Waschküche vollständig gratis zur Verfügung stellte. Dieser aufgeschlossene Mann erklärte mir, dass er mit diesem System seine Kunden ermuntern wolle, möglichst alle ihre Kinder mit auf die Reise zu nehmen. «Je mehr Kinder sie bringen, um so besser läuft mein Geschäft», war seine Antwort, und ich konnte selbst beobachten, wie recht er hatte. Während ein Wagen vorfuhr, der Herr Papa mit dem Ausladen des Gepäcks usw. beschäftigt war und die Mami das Kleinkind beruhigte, hüpfen drei kleine Strolche schnurstraks in den «Drugstore» ab und noch bevor die Eltern einen Schritt ins Haus gesetzt hatten, hatten sie schon einige Dollars ausgegeben. «Kinder haben immer Wünsche, sie zu erfüllen, dazu haben wir unseren Drugstore!» Das waren die abschliessenden Worte dieses geschäftstüchtigen Kollegen.

Diese Art Kundschaft fällt bei uns schon einmal weg, denn in unseren Breitengraden verfügen Kinder nicht über Dollars oder auch nur Franken, sondern höchstens über Rappen, und diese dürfen sie nur mit ausdrücklicher Genehmigung der «höchsten Behörde» – das ist drüben und auch hier die Frau Mama – ausgeben. Damit aber fällt schon ein solider Grundstein zum vielgerühmten Drugstore weg. Wir fragen uns aber, ob nicht auch bei uns eine Art Kiosk oder Verkaufsecke unterzubringen wäre, die dem Gast all die vielen Kleinigkeiten offeriert, die er sonst – vielleicht nur eine halbe Stunde später – in einem nahegelegenen Warenhaus einkauft. Hierzu zählen wir Toiletteartikel, Filme, Zeitschriften, Ansichtskarten, Souvenirs und dergleichen mehr. Sicherlich geht das den meisten von uns gegen den Strich, aber wir haben uns an vieles gewöhnen müssen, das uns noch bedeutend schwerer auf dem Magen lag.

### Verführung zum Kauf

«Mehr verkaufen» heisst, jedem erreichbaren Kunden über das hinaus, das er unbedingt haben muss, noch eine Kleinigkeit mehr mitzugeben. Als banales Beispiel nenne ich dieses: Der Gast hat nach Studium der Weinkarte eine Flasche Wein bestellt, und der Oberkellner bereitet sich, die Bestellung auszuführen. In 999 von 1000 Fällen wird das so sein: man akzeptiert die Bestellung mit einem «Danke-schön», bringt die Flasche, schenkt ein und zieht sich diskret zurück. Wie wäre es aber nun, wenn der Herr Ober, nachdem der Gast die Flasche bestellst, hat gleich fragen würde: «Darf es noch eine Flasche Wasser sein? Von den 999 Jüngern Ganymeds würden bestimmt 500 staunen, wie rasch der Gast sich einverstanden erklärt. Verkaufen muss nicht gleichgesetzt werden mit Aufschwätzen; eine günstige Gelegenheit zu verpassen – die kaum wieder kommt – betrachten wir aber als eine böse Unterlassungssünde. Und solche passieren nun täglich viele, allzuvielle.

### Drei goldene Chancen

Betrachten wir unser Anliegen nun einmal konkret. Was können wir unternehmen, um mit den uns gegebenen Möglichkeiten, die sich beinahe verallgemeinern lassen, mehr umzusetzen? Sie werden sicher mit mir einig gehen, wenn ich vor allem auf drei Punkte hinweise:

- a) die mündliche Verkaufswerbung
- b) die schriftliche Verkaufswerbung
- c) die visuelle Verkaufswerbung

Das erwähnte Beispiel vom Verkauf einer zusätzlichen Flasche Mineralwasser sagt über Punkt a schon vieles aus. Grundbedingung, um auf diese Weise mehr zu verkaufen, ist eine gelenkte Verkaufsschulung. Damit betreten wir allerdings einen kargen Boden, denn hier fehlt es nicht nur am grünen, sondern auch am gelagerten Holz. Ich möchte das Personalproblem aber strikte aussparen und mich an die heute landläufigen Zustände halten. Es ist nun einmal die Aufgabe des Geschäftsleiters, sich mit den Gegebenheiten abzufinden und zu beweisen, dass er sich nicht klein kriegen lässt. Unsere Aufgabe ist es demnach, das vorhandene Personal, sei es nun so oder so, geschult oder nicht geschult, dahin zu bringen, dass es lernt, wie man Verkaufsgespräche führt. Wie wir alle wissen, gibt es negative und positive Verkaufsgespräche. Da bei uns beinahe der gesamte Verkauf im Speisesaal oder Restaurant stattfindet, betrachten wir einige Beispiele aus diesem Sektor. Die Frage des Kellners – die man immer wieder

hört –: «Möchten Sie etwas trinken?» ist rein negativ; sie ermuntert den Gast geradezu «Nein!» oder ein verschämtes «Vielleicht später?» zu sagen. Ganz anders ist die Ausgangslage, wenn die Frage so gesetzt wird: «Was möchten Sie trinken?» und noch besser scheint sie zu sitzen, wenn sie gleich lautet: «Welchen Wein darf ich Ihnen bringen?» Der tüchtige Oberkellner oder Winebutler aber hat im Speisesaal noch ganz andere Möglichkeiten, um mehr zu verkaufen. Anstatt eine stereotype Frage zu stellen, kann er dem Gast das Menü vorlegen, ihm einige Erklärungen dazu geben und dann etwa sagen: «Zu diesem feinen Gigot d'agneau empfehle ich Ihnen unsern ganz ausgezeichneten Döle Pinot-noir!» Wir können sogar noch einen Schritt weiter gehen, wenn es sich um ein Hotel mit Pensionsgästen handelt. Schon immer habe ich mich gewundert, wie laienhaft hier noch oft verkauft wird. Selten ist soviel Personal vorhanden, dass bei Beginn des Dinners alle Gäste ihren Wein – oder was immer es sei – rechtzeitig auf den Tisch bekommen. Mir selbst ist es nicht nur einmal passiert, dass ich den Fleischgang beinahe beendet hatte, als die Trankame ankam, mit dem Resultat natürlich, dass ich kaum noch etwas trank. Es scheint mir allein aus servicetechnischen Gründen schon angebracht, dass man Dauergäste bereits am Mittag (oder beim Frühstück fürs Mittagessen) für den zu servierenden Wein zum Diner angeht. Wollte man wirklich «gerissen» vorgehen, so müsste man seinen Gästen beim Frühstück die beiden Menüs vorlegen und einen Bestellzettel beifügen, auf dem die Getränkewünsche notiert werden könnten. Dadurch, dass wir einem Teil unserer Gäste den Wein zu Beginn des Essens bereits servieren können, verkaufen wir mehr. Es ist nämlich noch lange nicht gleich, ob die Flasche dem Gast während 20 Minuten oder während ganzen 40 Minuten zur Verfügung steht.

Es gibt aber noch eine andere Möglichkeit des Mehrverkaufs, die merkwürdigerweise ganz selten – fast möchte ich sagen nie – angezapft wird. Ich selbst habe mein Servierpersonal geradezu auf zwei Fragen gedrillt: die eine war nach dem Aperitif, die andere nach dem Kaffee. Was kostet es schon, wenn man den gerade abgessenen Gast fragt: «Möchten Sie noch schnell einen Apero?» und nach beendigt Mahle ihn wiederum so nett fragt, ob ein Kaffee genäh sei. An einem Gast, dem man einen Apero und einen Kaffee verkauft hat, hat man bestimmt etwas verdient; nicht sicher aber ist es, dass wir auch etwas an dem von ihm verzehrten Menu hereinholen konnten.

Wenn wir die angeführten Beispiele auf die drei Hauptmahlzeiten anwenden, so lässt sich schon allerhand machen. Dass der Frühstücksgast genau so nach besonderen Wünschen gefragt werden muss wie der zu Mittag speisende, ist klar. «Was möchten Sie zu Ihrem Frühstück, vielleicht ein Ei oder ein Scheibchen Schinken?» ist eine Frage, die uns nichts kostet, gestellt aber wird sie selten. Der Hotelier, der sich hier tröstet, «er habe eben nicht die Kundschaft», gibt sich einem Trugschluss hin. Menschen haben immer Wünsche, sie zu wecken, heisst mehr verkaufen.

Damit ein Serviceangekäufer besser verkaufen kann – ja überhaupt verkaufen kann – ist es unerlässlich, dass er seine Ware kennt. Hier allerdings hapert es bedenklich, was insofern kein Wunder ist, da wir zum grossen Teil Ausländer beschäftigen und zum andern Teil das berühmte «feu sacré» nur noch glimmt und nicht mehr hellodend brennt. Die Hochkonjunktur spornet nicht an; sie stumpft die Waffen ab. Es wäre sehr wünschenswert, dass auch der letzte Serviceangestellte die Zubereitungsarten der Speisen kennt, die klassischen Garnituren zu erklären weiss und vor allem die Getränkekarte sozusagen auswendig kennt. Das monotone «Ich weiss es nicht!» das man immer wieder zu hören bekommt, wenn man nach einem bestimmten Wein fragt, lässt tief blicken. Es ist mir selbst schon passiert, dass eine führende Serviceangestellte mir nicht sagen konnte, ob ein «Rosé» im Hause sei. Dass solche Leute nicht verkaufen können, liegt auf der Hand. Wenn wir hier noch in Betracht ziehen, wieviel kostbare Zeit (die wir zahlen müssen) dadurch verloren geht, dass unser Personal absolut unnütze Auskünfte geben muss, so dämmert uns vielleicht, dass wir noch weit davon entfernt sind, «Verkaufskanonen» zu sein. Eine Serviertochter arbeitet dann produktiv, wenn sie serviert. Nicht produktiv arbeitet sie, wenn sie sich mit dem Gast unterhält, wenn sie herumsteht usw. Muss sie nun aber im grössten Betrieb einem deutschen Gast (beispielsweise) das französisch geschriebene Menü des langen und breiten erklären, so ist das ein Verlustgeschäft, denn während dieser Zeit verkauft sie effektiv nichts. Wäre das Menü übersetzt worden – wie es sich heute gehört – so hätte das Mädchen während den kostbaren 5 Minuten etwas verkaufen können.

Glauben Sie nicht, dass das lächerlich ist. Es kommt bei uns wirklich auf diese 5 Minuten an,

denn in den weitaus meisten Fällen arbeiten unsere Gaststätten während höchsten 2 mal 2 Stunden intensiver. Oft aber ist die Zeit noch kürzer, also demnach auch kostbarer. Jedem, wenn ein Kellner oder eine Serviertochter Rückfrage am Buffet oder im Office halten müssen, verlieren Sie, Herr Kollege, Geld. Es schadet nichts, wenn Sie sich gerade diesen Punkt einmal in aller Ruhe durch den Kopf gehen lassen.

#### Der Hotelier als Instruktor

Wenn wir dieses Manko nun damit abtun wollen, dass das Personal nichts taugt, so geben wir uns selbst eine Blöße. Ist es nicht doch auch so, dass wir uns selbst zu wenig um das Wissen und die Fachkenntnisse unserer Angestellten kümmern? Wer geht schon einmal hin und fragt seine Angestellten ab? Fehlt es uns da nur an der Zeit? Wer hält schon seinen Oberkellner an, dem Servierpersonal Stunden in «Fachkunde» zu geben? Man nimmt an, er tue es. Vielleicht hat er es einmal während 10 Minuten versucht und es dann wieder und für alle Zeiten aufgegeben. Auch in dieser Beziehung können wir von den Amerikanern lernen. Die grossen Häuser haben heute fast alle Schulungsräume, denen eine kleine Fachbibliothek angegliedert ist. Hier finden regelmässig (während der bezahlten Arbeitszeit) Vorträge und praktische Demonstrationen statt. Junge, wissenschaftliche Leute – von denen es immer noch eine Menge gibt – können sich in der Bibliothek weiterbilden. Was wird in dieser Beziehung von uns getan? Ich befürchte: nichts. Wir sind gewohnt, es unseren Fachverbänden zu überlassen, sich für die Schulung einzusetzen, diese tun das auch, aber nur gegen klingende Münze und dann nicht immer so, wie es wünschenswert wäre.

Wenn einmal jeder Hotelier begreift, dass er hier selbst die Zügel in die Hand nehmen muss, dürfte sich der Verkauf ohne grosse Umtriebe steigern lassen.

#### Küche und Service

Ein weiterer Punkt, der uns höheren Umsatz bringen oder uns wenigstens vor Verlusten schützen kann, ist das reibungslose Zusammenarbeiten zwischen Küche und Service. Dort, wo «à la carte» verkauft wird, sollte auch der hinterste Angestellte wissen, was er dem Gast offerieren muss. Der Küchenchef sollte jeden Morgen eine Liste jener Gerichte ins Restaurant geben, die weg müssen. Um das zu erreichen, gibt es verschiedene Möglichkeiten. So kann man im Kellneroffice eine Tafel stehen haben, auf welcher gross und deutlich geschrieben steht, was und wieviele Portionen davon noch zu haben sind, resp. weg müssen. Geht eine Bestellung ein, so ist die Zahl sofort zu ändern, damit nichts empfohlen wird, was nicht mehr da ist. (Denn das wäre gleichbedeutend mit Zeitverschwendung, da der Kellner beim Gast wieder von vorne beginnen müsste.) Man kann aber auch an der Registrierkasse (in einem Restaurant) eine Liste jener Gerichte anbringen, die vor allen andern zu empfehlen sind.

Wir sind auch aufgefallen, wie wenig die Concierges eingespannt werden, um die Umsätze zu erhöhen. Auch sie können sich hier nützlich machen. Haben Sie schon einmal davon gehört, dass ein Concierge, der nach einem guten (auswärtigen) Restaurant gefragt wird, spontan die Speisekarte des eigenen Betriebes hervorholt und dem Gast klar macht, dass er nirgends besser als «im Hotel» essen kann? Ich nicht. Nur wenn das ganze Team am gleichen Strick zieht, können wir ein Maximum an Umsatz erreichen, und da die «mündliche Reklame», auch wenn sie von unseren eigenen Leuten kommt, immer noch die beste ist, ersuche ich Sie, den genannten Punkten einmal Ihre besondere Aufmerksamkeit zu schenken.

Mancher Franken könnte auch noch umgesetzt werden, wenn unsere Nachtconcierges über ein Minimum an Vorräten verfügen würden. Ich habe da in London etwas gesehen, das mir imponiert hat. Da dort die Gaststätten reichlich früh schliessen, kommt man meistens hungrig und durstig im Hotel an. Vor der Conciergelege hatte man in dem betreffenden Haus ein Tischlein aufgebaut, auf dem Mineralwasser und Bier stand und etwa 1 Dutzend sauber eingepackter Sandwiches lagen. Wenn man etwas stark verspätet heimkam, war meistens ausverkauft. Selbst wenn unsere Restaurants länger offen haben, so steht doch dem aus dem Kino kommenden Gast nicht immer noch der Sinn danach, ein solches zu besuchen. Wenn er ohne viel Umstände eine Kleinigkeit mit ins Zimmer nehmen könnte, würde er dies oft tun. Selbst die Bedienung durch einen Zimmerkellner kann unerwünscht sein. Was man sieht, reizt zum Kaufen. Warum es dem Gast nicht leicht machen?

Mit dem Gesagten ist das Kapitel über die mündliche Empfehlung noch längst nicht erschöpfend behandelt worden. Man könnte noch darauf hinweisen, dass schon allein die Art und Weise, wie der Kellner die Weinkarte hinlegt, wie er sich dem Gast gegenüber aufstellt usw., wichtige Glieder in unserer Kette sind. Der Mann, der über keinerlei Umgangsformen verfügt, der gesellschaftlich ungenügend zu sprechen den Mund nicht öffnet, dieser Mann wird es selten zu einem guten Verkäufer bringen. Zur Zeit, als ein Oberkellner noch ein Mann «von Welt» sein musste, kannte man die letztgenannten Probleme nicht.

Hier möchte ich noch auf eine Unterlassungsünde aufmerksam machen, die konstant verübt wird. Wenn der Gast in einem Restaurant zur Essenszeit Platz nimmt, legt man ihm die Speisekarte vor. Hat er sich das Passende ausgesucht und die Bestellung weitergegeben, so wird er meistens um die Getränkekarte bitten müssen. Warum eigentlich? Ein typischer Organisationsfehler! Achten Sie doch darauf, dass in Ihrem Betriebe reichlich Getränkearten vorhanden sind und dass das Bedienungspersonal diese gleichzeitig mit der Speisekarte abgibt. Es spart schon einen unnützen Lauf zum Buffet, wenn der Gast die gesamte Bestellung gleichzeitig aufgeben kann. Ausserdem aber: je rascher er das Getränk auf dem Tisch hat, um so

rascher ist es weg, und die Chance einer Nachbestellung taucht auf. (Eine überaus praktische Weinkarte, die diesem Gedankengang entgegenkommt, hat unser verehrter Kollege Guhl im Hotel Excelsior, Montreux, verwirklicht. Seine Karte hat die Grösse einer Postkarte und ist broschiert. Sie liegt überall auf, und bei ihm war ich in der Lage, meinen Wein noch vor dem Essen zu bestellen, was ich geradezu als Seltenheit bezeichnen muss. Die Erfahrungen, die er mit dieser kleinformigen Karte – die natürlich alle Wissenswerte enthält – gemacht hat, sind sehr ermutigend.)

#### Nutzenwendung

Welche Folgerungen sollten wir nun ziehen, respektive, was können wir vornehmen, um in bezug auf Punkt a eine Wendung zum Besseren zu erzielen? Ich selbst sehe folgende Möglichkeiten:

1. Einführung von fachlichen Aussprachestunden, verbunden mit einer kurzen Instruktion. Diese Stunden müssten im voraus fixiert werden, während der Arbeitszeit stattfinden und so gestaltet sein, dass sie das Interesse des Personals erregen. Im weiteren wären die Themen lange im voraus bekanntzugeben, was vielleicht dazu anregen würde, sich mit der Materie vor der Aussprachestunde zu befassen. Als Instruktoren kämen in erster Linie die eigenen Leute in Frage, in zweiter Linie solche aus befreundeten Betrieben. Hier dürfte sich vielleicht ein Austausch der Referenten als nützlich erweisen.

2. Abgabe von kurzgefassten Merkblätter an alle hier in Frage kommenden Angestellten. Als Beispiel eines Themas nenne ich da: «Du und Deine Gäste.» Auf diesen Merkblättern müsste vom Umgang mit dem Gast, Begrüssung, Verabschiedung, seine Schwächen, seine Sonderwünsche usw. die Rede sein. Ein anderes Merkblatt sollte den Angestellten mit dem eigenen Betrieb vertraut machen. Welcher Angestellte kennt schon die Geschichte des Hauses, in dem er arbeitet? Bestimmt würden ihn Kenntnisse solcher Art fester ans Haus binden, jedenfalls aber doch sein Interesse wecken. Es können als weitere Themen «Du und der Wein», «Du und unsere Küche» usw. in Frage kommen.

3. Erstellung von wöchentlichen Verkaufsstatistiken, die im Office angebracht werden. Aus einer solchen Statistik müsste ersichtlich sein, wieviele Flaschen Wein, Wasser usw., wieviele Menüs oder à-la-carte-Portionen verkauft wurden, bzw. wie der Verkauf in einer vorhergehenden Periode war. In einem Restaurant können solche Statistiken die Umsätze sämtlicher Serviceangestellten zeigen: das reizt zu sportlichen Wettkämpfen. Bestimmt wird es die Angestellten interessieren zu lesen, dass pro Tag nur 10 Frühstückseier verkauft werden, was gegenüber früher einen Ausfall bedeutet. Stellen Sie ihnen die Frage: «Wieviele Frühstückseier hast Du diese Woche verkauft?» Selbst eine so simple Frage regt zum Nachdenken an, und damit wären wir schon einen kleinen Schritt weiter gekommen.

Das Aussetzen einer Ermunterungsprämie erachte ich nicht als unbedingt zwingend, bestimmt aber würde eine solche keinen Schaden anrichten. Noch immer gibt es ehrgeizige und sportlich eingestellte Angestellte, die beweisen wollen, dass sie etwas können.

#### b) Die schriftliche Empfehlung

Hier steht uns ein ganzes Arsenal von Möglichkeiten offen. Von der Gestaltung der Menüs, der Speisekarte usw. bis zur Randbemerkung auf der Menükarte oder dem Anschlag im Lift.

Keine Verkaufsempfehlung in unserem Sinne sind orthographisch schlecht abgefasste Menüs und Speisekarten, verflechte Aussen- und Innenseiten oder auch liederlich zusammengestellte Karten, die selbst dem Laien fachliche Schwächen aufdecken.

#### Eine schöne Karte verkauft mehr

Es ist eine Binsenwahrheit, dass eine wirklich schön aufgemachte Speise- oder Weinkarte umsatzfördernd wirkt. Auch ein bescheidenen Betrieb kann etwas Vorbildliches schaffen, denn es kommt nicht so sehr auf den Umfang als auf die gefällige Aufmachung an.

Die schriftliche Empfehlung beginnt für ein Hotel im Zimmer des Gastes. Dort sollten Hinweise aufliegen, die den Gast über alle Möglichkeiten orientieren. Auch hier wieder geben uns die amerikanischen Hoteliers ein gutes Beispiel. In allen grossen Hotels findet man z. B. eine Liste von Whiskies und Spirituosen, die in ganzen Flaschen gekauft werden können, und zwar zu einem Preis, der den Gast davon abhalten soll, sich seine Marke «um die Ecke» zu erstehen.

Auch wir könnten in der Schweiz noch manche volle Flasche direkt ins Zimmer liefern, wenn wir a) den Gast auf die Möglichkeit aufmerksam machen würden und b) nicht die bei uns leider üblichen übertriebenen Preise verlangen würden. Es ist nicht dasselbe, ob der Gast eine Flasche am Tisch, also zum Essen trinkt, oder ob er zusätzlich eine ins Zimmer bestellt. Hier dürften wir uns mit einem bescheidenen Zuschlag begnügen, der auch ohne weiteres akzeptiert wird. (Dass der Hotelier immer noch seine Spirituosen höher bezahlen muss als ein Detailgeschäft, ist ein Schönheitsfehler, doch man gelegentlich einmal zu Leibe rücken sollte.)

Im Zimmer des Gastes soll auch eine Frühstückskarte liegen, wenn möglich sogar eine Kopie der Speisekarte (sofern man ein Restaurant betreibt). Auf der täglichen Menükarte würde ein Hinweis auf den dazu passenden Wein bestimmt auch nichts schaden. Ausgehend von der bekannten Tatsache, dass es immer noch Menschen gibt, die wohl das Geld haben, um gute Weine zu trinken, sich aber genieren, eine Flasche an den Tisch kommen zu lassen wäre etwa folgender Hinweis von Nutzen: «Auf Wunsch servieren wir Ihnen jeden Wein und auch Champagner diskret in einer hübschen Karaffe.»

Dass die Menüs im Lift und auch beim Concierge angeschlagen sein sollten, ist bekannt. Ob alle Hotel-Restaurants die Möglichkeit ausschöpfen, auch Lieferungen ausserhalb des Hauses zu machen, mag von den Umständen abhängen. Jedes Restaurant kann natürlich ohne viel Umtriebe volle Flaschen «über die Gasse» verkaufen. Eine kleine Liste mit den Verkaufspreisen müsste natürlich vorhanden sein.

Eine in dieser Beziehung vorbildliche Weinkarte sah ich in Deutschland. Hinter den üblichen (für die Konsumation am Ort bestimmten) Preisen stand jeweils der «Versandpreis». Bei den kuranter Sorten war dieser rund 20% tiefer angesetzt, bei der teuren Weinen oft nur etwas über 10%. Auf jeder Seite dieser Karte war in Rotdruck zu lesen: «Auch einzelne Flaschen können zum Versandpreis (einschliesslich Glas) sofort mitgenommen werden.» Dieser Gaststättler war eine Weinhandlung angegliedert, was aber die Idee für uns nicht entwertet. Geben wir doch hinter den allgemeinen Preisen auch jene an, die wir beim Verkauf «über die Gasse» verlangen. In einer Stadt wird sich das bestimmt bezahlt machen.

Auf der Menükarte können aber auch Hinweise auf die Bar usw. angebracht werden. Grundsätzlich sollte jeden Tag auf jedem Menü eine kleine Empfehlung stehen. Es ist auch möglich, den Pensionsgästen das Einschreiben eines Extraganges zu empfehlen, wobei man den zu entrichtenden Aufpreis gleich mit angibt.

#### Nutzenwendung

Der Gast ist auf Schritt und Tritt auf unsere Leistungsfähigkeit aufmerksam zu machen. Er muss genau im Bilde darüber sein, was wir ihm in eigenen Betriebe bieten können. Über dieses Thema sollte ihm schon bei Bezug des Zimmers der Empfangsangestellte aufmerksam machen; richtiger wäre es, wenn Pensionsgäste, die also längere Zeit bleiben, den Besuch des Oberkellners erhalten würden, der sich einfach vorstellt und sich für besondere Wünsche usw. in empfehlende Erinnerung ruft. Das kann natürlich auch ein aufgeweckter Kellner tun. Kontakt schaffen, heisst hier die Lösung, denn Kontakt ist gleichbedeutend mit mehr verkaufen.

#### c) Die visuelle Empfehlung

Sie alle kennen den Begriff «Window-shopping» und sie werden als glückliche Ehemänner auch schon erfahren haben, wieviele Wünsche während einer solchen platonischen Promenade geboren werden. Möglicherweise erfahren Sie später dann auch, wieviele nachträglich realisiert wurden. Der «Bilderbuchmensch» von heute will die Dinge sehen. Ihm sagt ein Bild mehr als tausend Worte, also lasst uns ihm entgegenkommen. Lasst uns ihm wenigstens einen Teil dessen zeigen, was wir zu verkaufen haben. Hier ergeben sich folgende Möglichkeiten:

a) Erstellen eines Tisches, auf dem hübsch angeordnet eine Menge Flaschenweine mit den entsprechenden Gläsern stehen. Eine Karte der Weinbaugebiete dürfte nicht fehlen, eventuell sogar etwas Weinliteratur aufliegen. Die Flaschen dürften auch eine Preisauszeichnung tragen, d. h. der Gast müsste sofort feststellen können, was jede kostet.

b) Aufstellen einiger «Schaufaschen» mit Cognac usw. Mit diesen überdimensionierten Flaschen weckt man erstaunlich oft Wünsche.

c) Ausstellen einiger hübsch angerichteter Platten oder doch wenigstens von Rohstoffen, zu denen ich hier auch Früchte usw. zähle. Wo dies möglich ist, sollte ein kleines «Buffet froid» erstellt werden.

d) Prüfung, ob nicht die Installation von Schaukästen in Frage kommt.

e) Aufstellen von Automaten. Dieser Punkt wird manchem geradezu Gänsehaut bereiten, aber auch hier hat die Erfahrung gelehrt, dass sich Mehrumsätze erzielen lassen und dass eine sonst brachliegende Ecke unseres Betriebes doch wenigstens ihren Zinsanteil verdienen kann. Ein Zigarettenautomat am Ausgang des Speisesaales oder Restaurants, läuft immer. Aber es liessen sich auch noch andere Dinge verkaufen. Ich könnte mir vorstellen, dass ein auf einer Hotelgalerie installierter Automat, der Mineralwasser und Sandwiches, eventuell auch Früchte usw., verkauft, sich sehr rasch amortisieren würde.

## L'horaire d'hiver de Swissair

L'horaire d'hiver 1961/62, entré en vigueur le 1er novembre, reste valable jusqu'au 31 mars 1962. C'est la première saison au cours de laquelle Swissair utilisera à plein rendement ses trois types d'avion à réaction Douglas DC-8, Convair et Caravelle pour ses lignes à longue, moyenne et courte distance.

La récente mise en service des avions à réaction Convair 880-M sur le secteur d'Extrême-Orient permet à Swissair de participer activement au trafic «Jet» vers l'Asie. Elle a d'autre part rendu possible une plus grande utilisation des appareils DC-8 sur les lignes européennes offrant ainsi la première classe sur la plupart d'entre elles.

L'horaire d'hiver ne subit pas de modifications essentielles par rapport à celui d'été. Les principales innovations sont les suivantes :

- Avions à réaction vers l'Extrême et le Moyen-Orient;
  - Reprise du service quotidien Genève-Bruxelles le matin;
  - Nouvelle liaison Genève-Zürich à 8.10 h.;
  - Meilleure correspondance pour Francfort.
- Le trafic Swissair sur l'Atlantique Nord continue exclusivement par des avions à réaction Douglas DC-8. Jusqu'au 9 février, Swissair assure 9 vols par semaine vers New York dont 5 au départ de Genève. A partir de cette date, cette fréquence augmentera et Genève sera alors reliée quotidiennement à New York.

#### Nutzenwendung

Überlegen Sie einmal, wo und in welchem Umfang Sie in Ihrem Betrieb etwas «für das Auge des Gastes» tun könnten, das Ihnen Mehrumsatz verschafft.

#### Sich der Zeit anpassen

Und nun können wir noch zu einem Punkt, der es vielleicht verdienen würde, an den Anfang unserer Betrachtungen gestellt zu werden. Wir müssen uns allen Erstes fragen, ob wir immer so aufgeschlossen sind, wie wir das von andern gerne erwarten. Erkennen wir ohne weiteres immer die Möglichkeiten, die uns eine ganz bestimmte Periode einräumt, oder sind wir schon derartige Routinierer, dass wir nichts Neues an uns herankommen lassen? Tragen wir immer prompt eingetretenen Geschmackrichtungen oder Änderungen in der Lebenshaltung Rechnung? Ich denke da z. B. an die neue Welle, die zurzeit die Welt erfasst hat: «Schlank sein um jeden Preis.» Sie werden alle wissen, was «Minivitin» ist. Ausser diesem gibt es noch verschiedene ähnliche oder gleiche Präparate, die heute von Millionen von Menschen zu sich genommen werden. Haben Sie selbst schon einmal daran gedacht, diese Präparate in Ihrem Speisezimmer aufzunehmen? Möglicherweise betrachten Sie das als einen puren Fimmel, ich aber möchte Sie warnen, denn dieser Fimmel könnte uns sehr viel Geld kosten, wenn wir uns nicht rechtzeitig anpassen.

Ich schlage Ihnen allen Erstes vor, dieses «Minivitin» oder ein anderes Präparat in Ihren Speisezimmer aufzunehmen. Stellen Sie es Ihren Pensionsgästen anheim, anstelle des Menüs eine Portion «Minivitin» zu trinken. Servieren Sie aber auch eine à-la-carte-Mahlzeit, bestehend aus einem Glas «Minivitin» und einer Portion Früchte.

Besteht die Kunst des Verkaufens einerseits darin, Wünsche zu wecken, so doch andererseits auch wiederum darin, die schon irgendwo anders geweckten Wünsche zu erfüllen.

#### Neue Flagge bringt Geld ein

Es ist kein Geheimnis, dass es eine ganze Menge Menschen gibt, die eine Abneigung gegen die «Hotelküche» haben. Was sie darunter verstehen, ist uns Fachleuten nicht immer ganz klar. Oft hört man die Behauptung, die «Hotelkost» sei monoton usw. Unnützlich zu sagen, dass dies haltlose Behauptungen sind, aber irgendwie arbeiten diese veralteten Ansichten doch gegen uns. Gewiegte Hoteliers tragen dann auch dieser ablehnenden Einstellung Rechnung, indem sie das amerikanische System kopieren und ihre Hotel-Restaurant einen eigenen Namen geben. Bei uns heissen beinahe alle Hotel-Restaurants genau wie das Hotel selbst, und das halten wir für falsch. Da gibt es eine grosse Anzahl von Menschen, die um keinen Preis ins «Grand Hotel» zum Essen gingen, aber in das im gleichen Gebäude liegende Restaurant «La Gourmandise» gehen sie ohne weiteres. Warum wohl? Nun, da sind psychologische Gründe im Spiel. Eines aber ist sicher: diese «geistige Abtrennung» macht sich in jedem Falle bezahlt. Natürlich spielt sie dort, wo das Hotel quasi im Hintergrund bleibt, keine Rolle. Wenn also z. B. die ganze Stadt vom «Restaurant Zentrum» spricht und kaum weiss, dass es auch als Hotel eingeschrieben ist, hätte eine Namensänderung keinerlei Bedeutung.

Wir möchten mit diesem Hinweis andeuten, dass es sich bei Umgestaltungen, Erweiterungen usw. doch lohnen mag, einmal eine Umbenennung des oder der Restaurants ins Auge zu fassen.

Prinzipiell sollte jedes öffentlich zugängliche Hotel-Restaurant einen eigenen Namen führen, wäre er auch noch so allgemein gehalten wie etwa: «Locanda», «Pavillon» usw.

Über die Verkaufskunst sind ganze Bibliotheken geschrieben worden, und man wird nicht erwarten, dass wir das komplexe Probleme in einem Vortrag umfassend behandeln können. Um was es uns geht, ist eher eine prophylaktische Durchleuchtung. Jeder Betriebsleiter kann für sein Geschäft daraus die richtigen oder auch falschen Schlüsse ziehen. Allein schon einmal über das wichtige Problem nachzudenken, seiner Verkaufsorganisation einige kritische Gedanken zu widmen, dürfen wir als Fortschritt bezeichnen. In einem Land, in welchem man beinahe so viele Betriebssysteme wie Hotels hat, ist der berühmte «Stein der Weisen» schwer zu finden.

Wenn unsere Mitglieder selbst kurz schriftlich zu diesem oder jenem Punkt Stellung nehmen würden, könnte sich daraus eine überaus fruchtbare Diskussion ergeben, der wir gerne in unserer Zeitung Raum gewähren würden.

L'Amérique du Sud est desservie plusieurs fois par semaine avec des appareils DC-7C qui font escale à Lisbonne, Rio de Janeiro, São Paulo, Montevideo, Buenos Aires et Santiago. A partir de décembre, SAS mettra en service sur ces lignes

Für Haushaltswäsche  
gibt es nichts Besseres als  
Leinen- und  
Halbleinen-Gewebe  
mit diesen Zeichen



des avions à réaction que Swissair introduira dès le mois de février.

Vers l'Extrême-Orient, les Convair 880-M «Jet», qui ont déjà acquis la faveur du public, relient la Suisse à Tokio par la route du Sud 3 fois par semaine. De plus, SAS assure par semaine 2 vols vers Tokio en DC-8 par la même route. Tous les centres importants du Proche et du Moyen-Orient sont desservis par les avions à réaction Caravelle et Convair «Jet» de Swissair et de SAS (22 vols par semaine).

Entre Genève et Londres, Swissair et BEA offrent en «pool» 2 à 3 vols quotidiens auxquels s'ajoutent à partir de décembre 4 vols de nuit par semaine à tarif réduit.

Swissair et Air France assurent 5 services quotidiens vers Paris, alors que Nice est desservie une fois par jour l'après-midi, avec un vol supplémentaire le mardi matin. Vers Copenhague et Stockholm Swissair et SAS exploitent en commun plusieurs vols quotidiens avec Caravelle.

Après quelques années d'interruption, notre compagnie nationale introduit à nouveau un service matinal Genève-Bruxelles auquel s'ajoute l'après-midi un vol exploité par Sabena. Ainsi la capitale belge, dont l'importance comme centre européen ne cesse de grandir, est reliée deux fois par jour à Coentrin. Nos lignes quotidiennes vers Rotterdam et Amsterdam sont maintenues.

Dans le trafic avec l'Allemagne, notons une amélioration des correspondances entre Genève et

Francfort. Deux vols quotidiens au départ de Coentrin, l'un à 8.10 et l'autre à 14.10 répondent ainsi aux désirs des commerçants et industriels. En ce qui concerne les autres liaisons avec les principales villes allemandes, aucune modification notable de fréquence n'est intervenue.

Rome est reliée à Genève par un vol quotidien exploité en «pool» par Swissair et Alitalia.

Vers Barcelone et Madrid, les vols quotidiens sont assurés par Swissair en liaison avec DC-6B, DC-7C et Super-Constellation offrant ainsi la première classe et la classe touristique. Palma de Majorque apparaît de plus en plus un lieu exceptionnel de villégiature. C'est pourquoi Swissair maintient, même pendant l'hiver, 2 services par semaine vers la capitale des Baléares. Dès le mois de mars, cette fréquence s'élèvera à 3 vols par semaine.

Lisbonne est desservie de Genève 7 fois par semaine, dont 4 via Madrid. La capitale portugaise est également reliée par nos avions à réaction DC-8 long-courriers. Aucun changement important n'est à signaler pour les vols vers Vienne, Belgrade, Zagreb, Prague et Varsovie.

Dans le trafic interne suisse, notre compagnie nationale satisfait aux demandes des hommes d'affaires en introduisant un vol quotidien quittant Coentrin à 8.10 et arrivant à Kloten à 9.00. Le retour de Zurich a lieu à 19.45 et l'arrivée à Genève à 20.35. Les liaisons régulières entre ces deux villes s'élèvent à cinq par jour auxquelles s'ajoutent quelque 16 vols long-courriers par semaine.

## L'Italie unifiée a cent ans

En 1861, le premier parlement italien, réuni à Turin, dans le Piémont, proclamait l'unité du pays et décidait que Rome devenait capitale de la monarchie unifiée, dont le trône revenait à la Maison de Savoie. Mais, ce n'est toutefois que neuf ans plus tard que cette unité devint un fait définitivement accompli, lorsque le souverain pontife se retira dans son palais du Vatican et que le roi Victor-Emmanuel II fit son entrée dans la ville des bords du Tibre, pour désormais y régner. Le traité de Latran, conclu en 1929, mit un point final aux questions de souveraineté entre la Cité du Vatican, où réside le pape, et l'Etat italien.

Depuis qu'elle existe comme telle, l'Italie a connu une histoire assez mouvementée, surtout au cours de ces quarante dernières années. En 1922, un homme entreprenant, Benito Mussolini, originaire de Predappio, en Romagne, instaura un régime autoritaire, qui eut le mérite de ramener l'ordre dans le pays, mais commit en revanche de lourdes erreurs, notamment en pratiquant une politique d'expansion et en s'alliant militairement à l'Allemagne hitlérienne, ce qui entraîna l'Italie dans la guerre.

Au printemps 1943, les Alliés débarquèrent dans la péninsule et firent leur entrée à Rome, pour continuer leur avance vers le nord du pays. Le régime fasciste de Benito Mussolini fut renversé et le maréchal Pietro Badoglio prit le pouvoir, avec l'assentiment du roi Victor-Emmanuel III, que la dictature avait conservé chef d'Etat. Le Duc, qui s'était retiré dans la région des lacs lombards, où il avait tenté de se maintenir, en créant un mouvement néo-fasciste, fut mis à mort le 28 avril 1945, quelques jours seulement avant que la guerre ne prit fin sur notre continent.

Le roi Victor-Emmanuel III tenta de rétablir le prestige de la monarchie en déléguant ses pouvoirs au prince héritier Humbert, qui prit le titre de lieutenant-général du royaume. Deux ans plus tard, le vieux roi alla plus loin encore et abdiqua, ce qui permit alors au prince Humbert de s'installer sur le trône, en compagnie de sa femme, la prin-

cesse Marie-José, sœur de l'ex-roi Léopold de Belgique. Mais, les nouveaux souverains ne renèrent pas longtemps.

En effet, le plébiscite qui avait été organisé dans tout le pays, le 2 juin 1946, au sujet de la forme de l'Etat, donna 12 717 923 voix pour l'instauration de la République et 10 719 284 voix pour le maintien de la monarchie. Le sort de la Maison de Savoie était désormais scellé et le roi Humbert et sa famille quittèrent Rome, pour prendre le chemin de l'exil. L'ancien souverain s'est installé à Cascais, près de Lisbonne, au Portugal, tandis que l'ex-reine Marie-José, qui a pris le nom de comtesse de Sarre, a élu domicile dans une propriété à Merlinge, dans le canton de Genève.

Un de leurs quatre enfants s'est marié. Il s'agit de la princesse Maria-Pia, qui a épousé le prince Alexandre de Yougoslavie, et vit à Versailles, près de Paris. Le prince héritier Victor-Emmanuel accompli actuellement un stage dans une société financière américaine, à Genève, tandis que ses sœurs Marie-Gabrielle et Marie-Béatrice poursuivent des études artistiques respectivement à Paris et à Lisbonne, tout en venant faire de fréquents séjours à Merlinge, ce qui est aussi le cas pour l'ex-roi Humbert.

La constitution républicaine entra en vigueur le 1er janvier 1948. Mais le premier président de la république avait été désigné, à titre provisoire, dès après le départ du roi Humbert, en la personne d'un monarchiste, M. Enrico de Nicola, de Naples, ce qui permit d'établir une sorte de trait d'union entre le Sud du pays, où l'on était resté fidèle à la Couronne, et le Nord, où se recrutait la grande majorité des partisans de la forme républicaine de l'Etat. En 1948, lorsque le mandat de M. Enrico de Nicola arriva à échéance, un nouveau président fut désigné en la personne du professeur Luigi Einaudi, spécialiste des questions économiques et financières, de tendance libérale, qui avait enseigné à l'université de Turin et avait été, depuis la fin de la guerre, gouverneur de la banque d'Italie, puis vice-président du gouvernement et ministre du Budget. A l'expiration de son septennat, M. Luigi

Einaudi, déclina une réélection et se retira, encouragé de l'estime de tous.

Son successeur fut Giovanni Gronchi, ancien président de la chambre des députés, en charge depuis le 11 mai 1955, et dont le mandat échoit l'an prochain. L'actuel occupant du palais du Quirinal, résidence officielle du chef d'Etat, a su donner à cette haute magistrature un lustre et un éclat qui n'ont pas manqué de surprendre et de susciter parfois des critiques, car le président Giovanni Gronchi, qui est issu de la démocratie chrétienne, laquelle doit son essor à feu Alcide de Gasperi, ne craint pas de prononcer des discours qui revêtent un caractère politique, alors que certains voudraient le voir laisser ce soin au chef du gouvernement, actuellement M. Amintore Fanfani, ancien professeur d'histoire économique à l'université de Rome et ancien secrétaire général de la démocratie chrétienne.

Depuis l'instauration de la république, ce parti est au pouvoir, mais comme il ne possède pas la majorité absolue au parlement — il s'en faut du reste de fort peu — il est obligé, s'il veut disposer d'une majorité, d'associer au gouvernement les représentants des petits partis du centre et du centre-droit. Sinon, ce serait la fameuse ouverture à gauche, vers le socialisme nemien, qui s'est manifestée récemment lors de la constitution de certaines municipalités, mais que de larges milieux ne sauraient tolérer sur le plan national.

Peuplée de quelque quarante-cinq millions d'habitants, qui occupent un territoire représentant sept fois et demie la surface de notre pays, l'Italie possède une économie industrielle et agricole. C'est dans le Nord surtout que se trouvent concentrées les grandes entreprises industrielles. Milan, qui compte un million et demi d'habitants — c'est la plus grande ville de la péninsule, après Rome, qui en a deux millions — et Turin qui possède un million d'habitants, doivent aux fabriques et aux usines leur essor et leur prospérité. Avec un million et demi d'habitants également, Naples est la ville la plus importante du sud, mais la misère y est assez criarde.

Pourtant, de grands efforts ont été déployés pour élever le niveau de vie des populations méridionales et siciliennes. L'émigration, définitive ou temporaire, est l'une des solutions auxquelles nombre de gens ont cependant recours pour améliorer les conditions d'existence de leurs familles, très nombreuses le plus souvent. Si certains Italiens s'en vont s'établir au-delà des mers, ils sont plus nombreux encore ceux qui partent travailler en France, en Belgique, en République fédérale allemande, en Suisse, ailleurs encore, où on les compte par centaines de milliers dans chacun de ces pays.

Mais, l'Italie, dont l'histoire se confond avec celle de la Rome des Césars, est un immense musée, riche en monuments et en trésors de toutes sortes et de toutes les époques, en même temps qu'un kaléidoscope dont les images sont d'une étonnante variété, ce qui lui vaut d'être du reste l'un des pays les plus visités de notre vieille Europe. V.

## Büchertisch

### «die Frau» im Dezember

Soeben ist die grosse Weihnachtsnummer erschienen, die dieses Jahr eine Fülle von Geschenkideen und Anregungen für Weihnachtsdekorationen bringt: Da sind zwei originelle Adventskalender zum Selbermachen, Vorschläge, wie man Geschenkpäcklein attraktiv verpackt, was man einem Tierfreund schenken kann und womit man Kindern am meisten Freude macht. Besonders zahlreich sind die Anleitungen für selbstgebastelte, gestrickte oder genähte Geschenke, von der einfachen Bastelarbeit bis zum kleinen Kunstwerk. Im grossen Geschenkratgeber sind für jeden Preis und für jeden Geschmack so viele Anregungen zu finden, dass das Schenken wirklich einfach wird — man

braucht nur noch auszuwählen! Wie man den Tisch hübsch schmücken kann, wird an sechs Beispielen beschrieben, während «Das goldene Weihnachts-haus» originelle neue Adventsdekorationen zeigt, die viel vorweihnachtliche Feststimmung in die Wohnungen zaubern, dazu Menüvorschläge für die Festtage.

Neben diesen — und noch vielen andern Weihnachtsvorstellungen sind vor allem noch die drei ausgezeichneten Kurzgeschichten zu erwähnen.

### WERK Nr. 11 / 1961

Das Novemberheft der Architektur- und Kunstzeitschrift WERK behandelt Eigenheim und Wohnhäuser sowie einige vorbildliche Verkaufsräume, so diejenigen der Genossenschaft «Wohnhilfe» in Zürich der Architekten Hans Escher und Robert Weissenmann BSA/SIA, Zürich, und die Verkaufsräume eines Einrichtungsgeschäftes in London. Über vorbildliche Einfamilienhäuser orientieren einige Architekten-Eigenheim in Schönenwerd (Architekt Hans von Weissenfluh BSA/SIA), in Liestal (Architekt R. G. Otto) und in Zumikon (Architekt Alfred Bred BSA/SIA). Zu ihnen gesellen sich eine Anzahl hervorragender schöner Lösungen, die für eine harmonische Zusammenarbeit zwischen Architekt und Bauherrn sprechen, so ein Wohnhaus in Baden (Architekt Dieter Boller SIA), bei Tuttlingen (Architekt Fred Hochstrasser SWB), in Rütli (Architekt Adrian Willi SWB), in Wathung USA (Architekt Otto Kolb) und in Mörschwil (Architekten Hermann Guggenbühl BSA/SIA und Danzeisen & Voser BSA/SIA). Dieses weichtichtige Material über Einfamilienhäuser wird manchem Bauherrn wertvolle Anregungen geben können. Der Kunstteil ist vorwiegend der Laienmalerei gewidmet, wozu Antonio Hernandez in einem grundlegenden Artikel Stellung bezieht. Rudolf Hahnart geht der Volkskunst in der Gegenwart nach, und Hans Friedrich Geist trennt in seinem Beitrag «Naive Kunst als Mode» dem Dilettantismus klar von der Laienmalerei ab, indem der Laie ausserhalb jeder Tradition und Schulung steht und sein Formenschafter nicht durch Wissen gehemmt wird, während der Dilettant über seine Arbeit reflektiert und sie ständig mit Leistungen der berufsmässigen Kunstgebung vergleicht. Beide, Laien und Dilettanten, sollten von jeder Art Betrieb verschont werden und den Kunstfreunden und Sammlern sollte es bewusst sein, dass für beide nicht das Produkt ihrer Tätigkeit, sondern das Produzieren, die kindliche Freude des malerischen Aktes das Entscheidende ist. Die Chronik enthält einen Bericht über die Bahnhofstrasse in Zürich, über Einfamilienhausiedlungen und Einfamilienhäuser im Tessin, über Ferienbauten an der Küste des Schwarzen Meeres, laufende und entschiedene Wettbewerbe, Ausstellungs- und Buchbesprechungen.

### Inserate und Abonnemente

Die einseitige Millimeterzeile oder deren Raum 37,5 Rp., Reklamen Fr. 1.30 pro Zeile. Bei Wiederholungen entsprechender Rabatt. Abonnemente: Schweiz: jährlich Fr. 24.-, halbjährlich Fr. 15.-, vierteljährlich Fr. 8.-, 2 Monate Fr. 5.50. Ausland: bei direktem Bezug jährlich Fr. 30.-, halbjährlich Fr. 18.-, vierteljährlich Fr. 10.-, 2 Monate Fr. 7.50. Postabonnemente: Preise sind bei den ausländischen Postämtern zu erfragen. — Druck von Birkhäuser AG, Basel 10. — Verantwortlich für die Redaktion und Herausgabe: Dr. R. C. Streiff. Redaktion und Expedition: Basel, Gartenstrasse 112, Postcheck- und Girokonto V 85, Telephone (061) 34 86 90.

Redaktion: Ad. Pfister  
P. Nantremont  
Inseratenteil: E. Kühn



**EMMANUEL WALKER AG.**  
**BIEL**  
Gegründet 1888  
Bekannt für  
**QUALITÄTS-WEINE**  
offen und in Flaschen

Tel. (032) 24122



— bringt Ihnen  
das Weichstärken  
Restaurant- und  
Hotel-Wäsche  
Vorteile?

**Die beste Antwort auf diese Frage erhalten Sie mit einer praktischen Vorführung.**  
**Wir offerieren Ihnen deshalb eine kostenlose Demonstration in Ihrer eigenen Lingerie!**

Sie brauchen lediglich den nachstehenden Coupon auszufüllen.

Wir ersuchen um eine kostenlose und unverbindliche Stärke-Demonstration

Gewünschter Wochentag: \_\_\_\_\_  
(bitte nur Wochentag angeben, das definitive Datum wird noch telefonisch vereinbart.)

Gewünschte Tagesstunde: \_\_\_\_\_

sich melden bei: \_\_\_\_\_

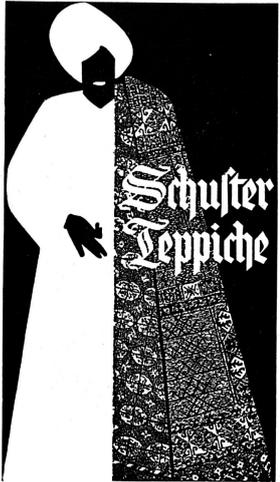
Adresse: \_\_\_\_\_

Telephon Nr.: \_\_\_\_\_

Senden Sie den ausgefüllten Coupon an die Firma:  
**BLATTMANN & CO.,  
STÄRKEFABRIKEN  
WÄDENSWIL**

## Weichstärke Noredux/K

— die kaltwasserlösliche Weichstärke für die Gross-Wäsche!



**Schuster  
Teppiche**

das Spezialhaus für Hotel-Bedarf

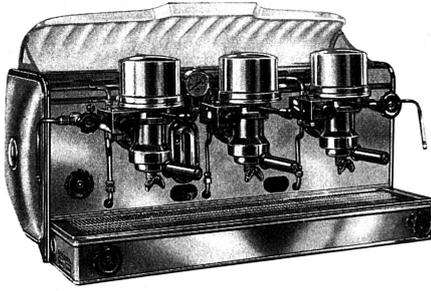
Bitte wenden Sie sich für unverbindl. Beratung u. Offerten an unsere Hotel-Abteilung

Schuster & Co., St. Gallen, Multergasse 14  
Telephon (071) 22 15 01

Schuster & Co., Zürich 1, Bahnhofstrasse 18  
Telephon (051) 23 76 03

Hier der neue Kolben G-13

# GAGGIA



**GAGGIA-KAFFEEMASCHINEN AG.**

1-6 Gruppen — mit oder ohne Behälter handbedient oder automatisch elektrobeheizt oder gasbeheizt

Brauerstrasse 102, Tel. (051) 25 67 17 ZÜRICH  
6, av. Mont-Blanc, Tel. (021) 25 11 12 LAUSANNE



**EIN GANG ZU  
Geelhaar  
Gegr. 1883**

**LOHNT SICH!**

Bitte Offerte oder den unverbindlichen Besuch eines Mitarbeiters verlangen!

W. GEELHAAR AG., BERN, THUNSTR. 7  
Telephon (091) 22 11 44

A l'entrée de Genève

## terrain pour hôtel

env. 200 lits

splendide situation à 30 m du lac, vue imprenable sur Lac, Alpes et Mont-Blanc

Ecrire sous chiffre Q 250887 X, Publicitas Genève

Zu einer Tasse

## GIGER - KAFFEE

kommt man immer wieder

Verlangen Sie bitte unsere Offerte mit Gratismustern



Der Spezialist für alle Kaffee Probleme im Gastgewerbe

**HANS GIGER & CO., BERN**

Kaffee-Grossrösterei  
Gutenbergstrasse 3, Telephon (031) 2 27 35

Zu verkaufen  
modernes

## Bar-Buffer

mit 20 festen Barstühlen, eingebauter Kühlanlage, Express-Kaffeemaschine. Offerten erbeten unter Chiffre P 121348 Y an Publicitas Zürich.

Zu verkaufen  
wegen Nichtgebrauch

## Turmix-Infra-Grill

Typ BB, mittelgross, neuestes Modell. Statt Fr. 1400.— Neupreis nur Fr. 1000.—  
Walter Aeschbach, Kalkbrennerstrasse 1, Zürich 4.  
Telephon (051) 25 44 48.

Reformhaus Müller, Zürich 1  
(Telephon 25 69 36/37)

verkauft:

## Frigorrex Kühlvitrine

70 x 120 cm, 56 cm tief. Wenig gebraucht. Nur Fr. 1500.— inkl. Vorführung und Beratung durch Fachmann!



**MILFLOR  
TEEBEUTEL**

von Ihren  
Gästen  
bevorzugt

Hans Giger & Co. Bern

Champagne  
**TAITTINGER**



La plus belle création française 1960

La Cuvée des Comtes de Champagne est présentée dans la reproduction très fidèle de la plus ancienne forme connue de bouteille champenoise utilisée au XVIII siècle

Agence Bâle

**ALPHONSE FISCHER**  
Première Distillerie par Actions Bâle  
Téléphone (061) 34 30 43 et 34 30 44, privé 34 14 95

Agence Lausanne  
**Aux PLANTEURS RÉUNIS S.A.**  
Téléphone (021) 23 99 22, 4 lignes

## Percal-Leintücher

trocknen sofort, sparen Waschmittel, Strom und Arbeit und sind bei den Gästen überaus beliebt. Unsere Spitzenqualität hat sich seit 1952 in vielhundertmaligem Waschen bewährt. Bitte verlangen Sie Angebot mit Mustern für Einer- und Doppelbetten, weiss und farbig.

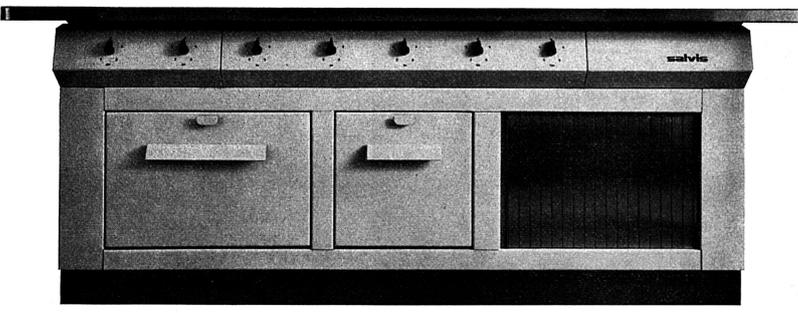


**& CIE.  
PFEIFFER  
MOLLIS**

Wäschefabrik  
Telephon (058) 4 41 64  
Ladengeschäft  
Zürich, Pelikanstrasse 36  
Telephon (051) 25 00 93

**ANTIK**  
Grosse Auswahl in gediegenen  
**Geschenkartikeln**  
aus Kupfer, Messing, Bronze, Holz usw.  
Frau G. Hauser, Röstli, Schwabenzburg. Tel. (031) 69 21 74.

# Rationell kochen in Salvis Küchen



## salvis

Leisten Sie sich eine sinnvoll gestaltete Küche, die dem Personal die Arbeit erleichtert und die Serviceleistung erhöht. Salvis schenkt der Weiterentwicklung aller elektrischen Großküchen apparate größte Aufmerksamkeit. In jeden Betrieb den passenden Herd.

Leisten Sie sich eine sinnvoll gestaltete Küche, die dem Personal die Arbeit erleichtert und die Serviceleistung erhöht. Salvis schenkt der Weiterentwicklung aller elektrischen Großküchen apparate größte Aufmerksamkeit. In jeden Betrieb den passenden Herd.

elektr. Apparate und Anlagen

Emmenbrücke - Luzern Telefon (041) 5 21 51 Fabrik