

**Zeitschrift:** Hotel-Revue  
**Herausgeber:** Schweizer Hotelier-Verein  
**Band:** 78 (1969)  
**Heft:** 1

## 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:** 21.06.2025

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



Nr. 1 Bern, 2. Januar 1969

# hotel revue

Schweizer Hotel-Revue  
Organ für Hotellerie und Fremdenverkehr  
Eigentum des Schweizer Hotelier-Vereins  
78. Jahrgang – Erscheint jeden Donnerstag  
3011 Bern, Monbijoustrasse 31, Tel. (031) 25 72 22

Revue suisse des Hôtels  
Organ pour l'hôtellerie et le tourisme  
Propriété de la Société suisse des hôteliers  
78e année – Paraît tous les jeudis  
Einzelnnummer 80 Cts. le numéro

## Perspectives 69

En Suisse, les milieux économiques et financiers estiment que la conjoncture sera favorable au cours des prochains mois; les divers mouvements touristiques, liés en principe à la progression générale, dépendent plus particulièrement de quelques facteurs d'influence bien précis, tels que le pouvoir d'achat de la monnaie, le volume des crédits disponibles, les facilitations douanières, de transports, et d'autres encore axés sur la qualité de l'offre touristique, l'originalité de la propagande, l'éventail des services. Sans pécher par optimisme, on peut raisonnablement entrevoir d'heureuses perspectives en 1969, car le rythme de la progression conservera la même cadence, soit 1 à 2 % dans l'hôtellerie, éventuellement jusqu'à 5 % dans les autres formes d'hébergement. A ce propos, hâtons-nous de préciser et de répéter que ce taux d'augmentation, traduit en chiffres absolus, est infiniment plus important que celui qu'enregistrent par exemple les nouveaux pays touristiques.

L'OCDE estime à quelque 60 % la part du tourisme international dans notre pays; c'est dès lors là qu'il faut analyser les chances de progression ou les risques de régression, en précisant toutefois que les pronostics, en Suisse, se basent avant tout sur la statistique hôtelière, bien que la capacité et les fréquences dans l'hébergement dit complémentaire soient plus importantes.

L'incertitude monétaire, le maintien des restrictions aux allocations touristiques et les crises sociales jouent naturellement un rôle prépondérant dans le tourisme européen. Et nos principaux clients sont personnellement concernés par les répercussions qu'entraînent les mécanismes de ces divers phénomènes modernes. En Grande-Bretagne, le régime d'austérité imposé par le gouvernement de M. Wilson a prescrit des mesures restrictives qui seront vraisemblablement maintenues l'année prochaine; mais on peut quand même s'attendre à une augmentation des hôtes britanniques pour l'hiver qui commence, si l'on songe à l'hiver 1967/1968 qui connut une augmentation, malgré les restrictions. D'autre part, la clientèle individuelle et les agences de voyages commencent à s'adapter efficacement à ce régime et parviennent à organiser normalement leurs voyages en Suisse. On est donc en droit de s'attendre à une augmentation de notre clientèle d'Outre-Manche.

Aux Etats-Unis, la campagne d'information lancée par le président Johnson pour inciter les Américains à visiter leur pays n'a jamais produit les effets escomptés. La tendance à l'augmentation qu'enregistrent les nuitées américaines en Suisse doit ainsi se poursuivre, confirmant d'ailleurs le fait que des vacances helvétiques sont sensiblement plus avantageuses pour le citoyen US que sa fidélité au slogan «Stay at home». Le change du dollar n'y est évidemment pas étranger. Ce même change, allié à de sévères mesures restrictives, oblige, par contre, le Français à de notables sacrifices. La crise que risquent de connaître bientôt les agences de voyages inciterait le général de Gaulle à prescrire certains allègements, au nom de l'expansion générale qu'il essaie d'insuffler au pays. Le monde est ici dans l'expectative. Les touristes appartenant aux couches économiquement faibles de la population sont certainement les plus touchés par ces mesures, car ils n'ont pas la chance de posséder, à l'instar des milieux plus aisés, des capitaux dans les banques suisses. Le patriotisme fera-t-il pencher la balance?

Les hôtes en provenance d'Allemagne accusent, à coup sûr, une progression, tant en hiver qu'en été; la situation économique de ce pays suffit à nous donner, à ce titre, de sérieuses garanties. Quant aux autres marchés, plus dispersés, ils doivent suivre la tendance croissante que nous montre la statistique depuis quelques années. On a donc tout lieu de penser, vu sous l'angle économique, que l'expansion du tourisme en 1969 suivra son cours, sous réserve de graves événements internationaux hélas toujours possibles. Peut-être la météorologie, elle aussi, nous sera plus favorable.

En 1969 également, s'opèrent certaines modifications déjà en cours depuis quelques années et qui ont trait à l'extension du tourisme, aux concentrations d'agences de voyages, à certains changements d'habitudes dans les mœurs touristiques, à la rationalisation et au développement croissant des prestations. Nous ne pouvons que formuler le vœu que les responsables de notre hôtellerie et de notre tourisme, tout en faisant face à d'éventuels changements de clientèle, sensibilisée par la situation actuelle, sachent s'adapter efficacement aux nouvelles tendances du tourisme moderne.



Was vielen Menschen Freude bereitet, bedeutet für andere schwere Arbeit. Ein Streckenwärter der SBB bei seiner verantwortungsvollen Aufgabe. (Photo SVZ)

## Gewissensbildung für Patrons und Angestellte

Welches sind die Werte oder Züge, die wir an einem Prinzipal oder Angestellten schätzen, wenn wir selbst als Gast ein Hotel oder Restaurant betreten?

Ich nenne vier:

1. freundliche Menschlichkeit,
2. fachliches Können,
3. Niveau – Bildung,
4. Ueberzeugung.

### Freundliche Menschlichkeit

Um zu verdeutlichen, was damit gemeint ist, nenne ich den Gegensatz: «gekünstelte Freundlichkeit». In den allerwenigsten Fällen nämlich kommen nur der Magen in die Gaststube oder die müden Glieder allein ins Hotel. Vielmehr ist der Gast ein Mensch, der nebst Hunger und Schlaf noch menschlich-seelische Bedürfnisse hat. Er erwartet einen Gastgeber, einen Kellner, mit Sinn für das Menschliche, für menschliche Situationen. Deshalb sind Dienstleistungsberufe, besonders Gaststättenberufe, Aufgaben, die hohe Anforderungen an den Charakter stellen. Dass auch vom Gast eine charakterliche Führung erwartet wird, steht ausser Zweifel, bleibt aber hier durch die Eingrenzung des Themas auf Prinzipale und Angestellte ausser acht. Was der Pädagoge Friedrich Wilhelm Förster Selbsterziehung nannte, gerade um das müssen sich Prinzipal und Angestellter dauernd mühen: nämlich um Selbsterkenntnis, Selbstbeherrschung, Zucht, Disziplin – vielleicht gehört in der Jugend sogar ein bisschen vernünftiger Drill hierher, obgleich das heute verpönt ist –, ja wir können auch sagen Askese, das ist das Gute und Bessere dauernd üben. Mit zum Einsatz seiner selbst für die andern Menschen, die er offen annimmt, muss ihn ebensosehr auszeichnen wie den Mut, seine eigenen Probleme und Schwierigkeiten zu meistern und sie nicht in Ersatzhandlungen bei Alkohol, Spiel und anderem zu verdrängen.

Er muss Demut, Dienstmüt, Dienstfreude sich aneignen. Solche Haltung zeugt Dienstwilligkeit, die die Gefahr der Verdienstsucht bannet. Ganz abgesehen davon, dass sein Haus gastlich wird, denn es entsteht eine von den Gästen geschätzte Familienatmosphäre, wo sich Zufriedenheit findet.

### Fachliches Können

Das Gegenteil liesse sich im ideenlosen Dilettanten finden. Saubere Facharbeit erzieht zur Exaktheit, zur Sachlichkeit, zu innerer Sicherheit. Es ist unnötig zu erwähnen, dass gekonnte fachliche Arbeit im Menschen, der sie leistet, viel Freude bewirkt, allerdings genügt es nicht mehr, einmal etwas gelernt zu haben. Man muss sich ständig weiterbilden, weil in unserem Zeitalter alles sich rasch entwickelt. Deshalb dauernde Fortbildung. Weil die Arbeit im

Beruf die Zeit des menschlichen Lebens in reichem Ausmass füllen, sind sie auch Faktoren der Gewissensbildung.

### Niveau – Bildung

Das klärende Gegenteil brauche ich wohl nicht herauszuheben, es heisst: Einbildung. Wir schätzen an Patrons und Angestellten, dass sie Niveau haben, also keine platten Schwäizer sind. Bildung ist eine Veredelung des ganzen Menschen. Was für jeden Menschen allgemein gilt, gewinnt in unsern Berufen besonderes Gewicht, nämlich: Offenheit für Belehrung und Bildung. Dieser Satz nimmt unter den Merksätzen für Gewissensbildung eine besondere Stellung ein. Er weist auf die notwendige Verinnerlichung hin. Der Mensch muss dauernd lernen, sich mit seinen Fragen, den Problemen der Mitmenschen und dem hintergründigen Weltgeschehen zu befassen. Er kann nur dann an Tiefe gewinnen, wenn er die Geschehnisse nicht wie einen Film an sich vorbeiziehen lässt, sondern sie überdenkt und dadurch für sein Leben eine Wertkala gewinnt, die all sein Sein und Tun annähernd richtig einordnet und ihm Rangfolge gibt. Solche Menschen erfassen denn auch den Sinngehalt menschlichen Tuns. Sie kennen nicht vor allem Vorschriften auswendig, sie haben den innern Sinn aller Ordnung erfasst.

### Ueberzeugungen

Sagen wir von jemandem, dass er sein Mäntelchen nach dem Wind hänge, so stellen wir ihm ein schlechtes Zeugnis aus. Aber es braucht tatsächlich Mut, eine Ueberzeugung zu gewinnen und sie zu vertreten, weil man seine Person zum Einsatz bringen muss. Aber gerade dieser Mut kann eine bestimmte Haltung, die zur Bildung des Gewissens bedeutsam ist, schaffen. Ueberzeugungen können letztlich dauerhaft nur dann reifen, wenn der Mensch sich bewusst wird, dass Brot allein zum Leben nicht genügt, dass er als Mensch Geschöpf Gottes ist und auf ihn hin offenbleiben muss. Es ist wichtig, dass er das geheimnisvolle Wirken des Vaters Gottes inne wird, das ihn im täglichen Leben führt. Er muss hierin horchen lernen. Das Gottesbild nämlich beeinflusst die Gewissensentscheidung am tiefsten. Daraus erwächst echte Gehorsamsbereitschaft, Gott und jeder Autorität gegenüber, die stellvertretend für ihn steht. Echte Gewissensbildung kann sich nur ereignen, wenn sie sich an Normen orientiert. Für die echte Autorität müssen Eltern, Erzieher, Vorgesetzte und andere durch ihr Beispiel entstehen. So vollzieht sich gleichzeitig Inkarnation Christi in die jeweilige Person des Menschen.

Gewissensbildung ist Ringen mit sich selbst, mit den Menschen, mit göttlichen und widergöttlichen Kräften. P. Roland Stuber, Gastgewerbe-Seelsorger

## Lire aujourd'hui:

|                                              | page |
|----------------------------------------------|------|
| Festtagsgratulations-Ablösung                | 2    |
| La diversité, atout majeur de notre tourisme | 3    |
| Führung der Autobahn-Restaurants             | 4    |
| 50 Jahre SVZ                                 | 5    |

## SBB wird leistungsfähiger

Die Schweizerischen Bundesbahnen haben den ersten Entwurf für das amtliche Kursbuch für die Sommerfahrpläne 1969/70 und die Winterfahrpläne 1969/1970, 1970/71 vorgelegt. Im internationalen Verkehr wird durch die Einführung von zwei neuen TEE-Zügen Barcelona-Genève (Catalan) und Bremen-Frankfurt-Basel-Gothard-Malland (Roland) die Zahl der die Schweiz bedienenden TEE-Züge auf elf erhöht. Dazu werden neue internationale Städte-schnellzüge (Intercity) mit kurzen Reisezeiten und modernen Liegungswagen erster und zweiter Klasse sowie Speisewagen eingeführt: Genève-Lausanne-Paris, Frankfurt-Basel-Zürich, Zürich-Schaffhausen-Stuttgart, Zürich-Gothard-Malland-Genève, Wien-Salzburg-Innsbruck-Zürich-Basel und Wien-Salzburg-Innsbruck-Feldkirch-Bregenz-St. Gallen. Die Reisezeiten der Schnellzüge im Verkehr mit einer grossen Zahl westeuropäischer Städte werden wesentlich verkürzt. Durch Einsatz neuer moderner Reisezugwagen erster und zweiter Klasse sowie Liegungswagen und Schlafwagen soll der Komfort verbessert werden. Im internen schweizerischen Verkehr wird der Schnellzugfahrplan auf den meisten Linien durch Erhöhung der Schnellzugsleistungen um 4500 Zugkilometer pro Tag oder 7 Prozent verändert.

## Franzosen kommen trotzdem

Am 20. Dezember setzte die Ankunft der Gäste in den Winterkurorten der Westschweiz in grosser Zahl ein. Schnee ist reichlich vorhanden, und viele der Gäste wollten nicht nur Weihnachten und Neujahr hier verbringen, sondern werden darüber hinaus bis zum 5. Januar bleiben. Die Zahl der Ausländer ist oft grösser als vor einem Jahr. Trotz der Devisenbeschränkungen scheint die Abnahme der Gäste aus Frankreich nur sehr klein zu sein. Die ungefähre Zahl der Gäste in der Zeitspanne zwischen Weihnachten und Neujahr lautet für die einzelnen Orte: Crans: 20 000, Montana-Vermaia: 800, Verbier: 13 000, Zermatt: 10 000, Villars-Chesières: 500, Leysin: 5000.

## Gelockerte Devisenrestriktion?

Wie man in Frankreich erwartet, soll Finanzminister Ortolin in den nächsten Tagen ankündigen, dass die französischen Touristen für 1969 1000 Francs statt 500 aus dem Land nehmen dürfen.

## 7,6 Millionen Reingewinn für Genf-Cointrin

Bei Ausgaben von 15,5 Millionen Franken schloss die Betriebsrechnung 1967 für den Genfer Flughafen Cointrin mit einem Reingewinn von 7,6 Millionen Franken ab. Die Landegebühren machten fast die Hälfte der Einnahmen aus. Auf der Ausgabe-Seite fielen die Saläre mit einem Anteil von 19 Prozent am stärksten ins Gewicht.

## Neues Teilstück für N 9

Der Bundesrat hat ein weiteres Teilstück der Nationalstrasse über den Simplan (N 9) im generellen Projekt genehmigt und das Eidgenössische Amt für Strassen- und Flussbau ermächtigt, dem Kanton Wallis einen Rahmenkredit von 37 Millionen Franken zu gewähren. Das Teilstück Ried/Brig-Schalberg hat eine Länge von 7,2 Kilometern, was einem Kilometerpreis von 5,1 Millionen Franken gleichkommt.

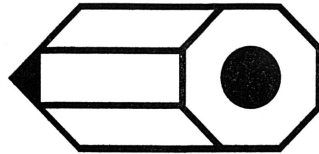
## «Europafoto 68» exklusiv in Bern

v.v.b. Als einzige Schweizer Stadt wird Bern «Europafoto 68», eine internationale Amateur-Photo-Ausstellung zu Gast haben; die Ausstellung wird vom 22. Februar bis 2. März 1969 in der Berner Schulwarte zu sehen sein.

«Europafoto 68» vereinigt je die sechs besten Amateurphotographenvereine aus 17 Ländern, wobei jeder Verein mit je zehn Arbeiten vertreten ist. Die Schau stellt damit einen repräsentativen Querschnitt durch das Schaffen der europäischen Amateurphotographenvereine dar.



# Die Notiz



## Festtagsgratulations-Ablösung Souscription de Nouvelle Année

Die Festtagsgratulations-Ablösung ist in vollem Gange. Ihr Verlauf beweist einmal mehr das Solidaritätsbewusstsein unserer Mitglieder, die damit den Bestrebungen des SHV zur Förderung der beruflichen Aus- und Weiterbildung ihre Sympathie bezeugen. Die jetzt vorliegende Liste werden wir nach Eingang noch folgender Beiträge in den nächsten Nummern der Hotel-Revue ergänzen. Weitere Beiträge werden auf Postcheckkonto 30-1674 gerne entgegengenommen. Im voraus herzlichen Dank! Jetziger Stand Fr. 6998.-

### Namenliste:

Hotel Bellavista, Davos-Platz  
«Kronstock», H. E. Burkhardt, Hutwil  
La Bicoque, A. Hauri, Les Avants  
Maurice Béard, Lausanne  
Hotel de la Couronne, Mr. Racheter, Lucens  
Hotel Krebs, Interlaken  
Hotel Poyal & Savoy, Lausanne  
Hotel St. Katharina, Einsiedeln, R. Willi  
Hotel Interlaken, Gottl. Werder, Interlaken  
Hotel Rest. Gardenia, H. G. Schnidnerin, Caslano  
Strandhotel du Lac, Fam. Ziltener, Weesen  
Hotel Nobel, John Marshall, Oslo  
Hotel Vitznauerhof, G. Keller, Vitznau  
Hotel Bristol, Pierre Gohl, Montreux-Territet  
Badhotel Blume, Tony Benz-Wenk, Baden  
Hotel Esplanade, A. Fanciola, Locarno  
Stadt-Casino Basel, Fam. W. Obrist, Basel  
Hotel Restaurant «Pfister», A. Gallikens Erben, Luzern  
C.-J.-F. Steiner, Gutenbergstrasse 24, Bern  
Hotel Enge, Murten-Morat  
Hotel Sonnenberg, Rud. Wismer, Zermatt  
Hotel Derby, Samuel Stirmemann, Zermatt  
Café Restaurant City, Payerne  
Albergo Altana garni, J. Rohrer, Ascona  
Hotel de la Croix Blanche, B. Buchilly, Posieux  
Parkhotel, Fam. M. Hagen, Locarno  
Hotel Hecht, Willi Studer, St. Gallen  
Hotel Schweizerhof, R. Mühlig, Zürich  
Hotel Le Gambrinus, R. Baumann, Fribourg  
Hotels Bernina & Helios, Karl Bill, Davos-Platz  
Hotel Schweizerhof, Grindelwald, O. Häuser  
Hotel Restaurant Ochsen, Davos-Platz  
Hotel du Midi, Davos  
Hotel Adula, Walchaus-Films  
Hotel Engel, C. Rud. Hartmann-Rätz, Liestal  
Parkhotel, Arosa  
Hotel Veranahof & Ochsen, Baden  
Hotel Righof, Rigipal, Zürich  
Hotel de la Paix, Genève  
G. Pfau, Seilstrasse 67, Zürich  
Flüela-Sporthotel, Davos-Dorf

Hotel des Alpes Vaudoises, G. Hofmann-Aeberli, Giron sur Montreux  
Hotel Palmiera, Locarno  
Hotel Viktoria, Diablerets  
«Pot-au-feu», Zürich  
Hotel Lido, K. Steffen, Genève  
Hotel Bahnhof Terminus, F. Lang, Brugg  
Albergo Paladina, E. Glauser, Pura-Lugano  
Hotel Waldstätterhof, Fred F. Greub, Brunnen  
City Hotel, R. Gürke, Basel  
Hotel Soldanella, Walter Federle, Melide  
Hotel Metropol, P. Musa-Emilson, St. Gallen  
Tschuggen-Hotel, Arosa  
Carlton Elite Hotel, Peter und Ueli Prager, Zürich  
Seller Hotels, Zermatt  
Neues Hotel Sandi, Bad-Ragaz  
Hotel Conca D'Oro, Roland R. Hartmann, Lugano-Paradiso  
Hotel Continental, Nikl. Weibel, Luzern  
Hotel Continental-Beauregard, Lugano  
Lausanne-Palace, Lausanne  
Parkhotel Kurhaus, M. P. Bollat, Bad-Schinzach  
Parkhotel Schöneck, Grindelwald  
Parkhotel Giessbach, Alfred Berthod, Giessbach am Brenzensee  
Grand Hotel Alpina, M. Burri-Ammon, St. Gallen  
Hotel Acker-Montana, Harry E. Schraemli, Wildhaus  
Albergo Cristallo, Lugano  
Hotel de Ville, Broc  
Hotel de la Paix, R. Rochat, Leysin  
Rest. Sefranzunft, Fam. Jean Moser, Basel  
Hotel Löwen, H. Spach, C. Meyer  
Gasthof Wilden Mann, W. Gehrig, Fränkendorf  
Hotel de la Paix, J. Muspach, Lugano  
Hotel de l'Ancre, R. J. Bertocchi, Genève  
Rest. Schuh, Fritz Beutler, Interlaken  
Grand Hotel Regina, Grindelwald  
Pension «Florian», Neuchâtel  
Adolf Gertsch, Aarmühlestrasse 26, Interlaken  
E. Pfleger-Diersch, Châlet zu den Bergen, Sigriswil  
J. Spring, Quai Portonnet 14, Vevey  
Bad-Hotel Bären, Fam. Gugolz, Baden  
Hotel Beau-Nyon, J. Schoch, Nyon  
Hotel-u. Bäderegesellschaft, H. J. Steiger, Leukerbad  
Geo. Bisenz-Ronzi, Celerina  
Stadthof-Posthotel, Zürich  
Hotel Eden au Lac, Zürich  
Hotel Beatus, Paul O. Joss, Merigen  
Hotel Engadinerhof, Chr. Heinrich, Pontresina  
Kochores Hotel Washington, Lugano  
Hotel Boldt, E. Gugolz-Jenni, Castagnola  
Hotelgesellschaft Zimmermann AG, W. Zimmermann, Zermatt  
Hotel-u. Bäderegesellschaft, Leukerbad  
AHV Revisor HOTELA, Rapperswil SG  
Primus Bon, Brunaustrasse 19, Zürich

berufliche Aus- und Weiterbildung auch in seiner äusseren Form verwirklicht. Wir zählen weiterhin auf die freudige Unterstützung durch alle Mitglieder des SHV auf dem Gebiet der Nachwuchsförderung und der beruflichen Aus- und Weiterbildung.

Franz Dietrich

## Die BTK in Bern

Die paritätische Betriebstechnische Kommission SHV/Unt versammelte sich am 16. Dezember in Bern zu ihrer 10. Tagung. Hauptthema bildete die «Planung und Einrichtung von Hotelempfangsbüros». Es ist das Bestreben der BTK, die Grundlagen zur Lösung spezifischer Probleme aus der Praxis zu erarbeiten, über deren vielseitige Aspekte sich der Aussenstehende kaum ein Bild machen kann. So werden mit der Zeit die «Grundsteine» zusammengetragen, die ein gesundes Fundament neuzeitlicher Betriebsplanung und -einrichtung bilden werden. Es darf heute daran erinnert werden, dass die BTK zu Beginn ihrer Tätigkeit an der Entwicklung der Gastro-Norm wesentlichen Anteil hatte. Bleibt zu hoffen, dass die Fach- und Arbeitnehmerverbände ebenfalls intensiv daran gehen werden, die Ausbildung ihrer Nachwuchskräfte den modernen Einrichtungen anzupassen.

AT

## Comité directeur SSH

Le comité directeur de la SSH a tenu sa dernière séance du 19 et 20 décembre 1968 à Bern. Il s'est occupé, parmi de nombreux autres objets, des restrictions de devises instituées récemment en France. Il fut décidé, à côté des mesures déjà prises, d'envisager d'autres démarches possibles.

Le comité directeur prit également position à l'égard des deux sujets concernant l'hôtellerie qui ont été abordés pendant la session de décembre des chambres fédérales. L'un prit en particulier connaissance de la réponse du Conseil fédéral à une petite question urgente de M. Zeller, conseiller national conservateur-chrétien-social, dans laquelle notre haute autorité contestait que l'engagement du personnel subalterne pour le tourisme soit soumis à des restrictions trop sévères. La teneur de la réponse du Conseil fédéral est la suivante: «Depuis le premier mars 1968, les employés saisonniers étrangers ne sont plus soumis à la limitation par entreprise. En outre, un contingent suffisant d'employés saisonniers a été consenti à l'industrie hôtelière, contingent qui n'a pas été entièrement utilisé. En dépit de ces autres branches de notre économie qui sont également durement touchées par la pénurie de main-d'œuvre, une plus large préférence n'est pas justifiée». Le comité directeur a fait remarquer à ce sujet que la qualité de l'hôtellerie varie proportionnellement au nombre et à la qualité des employés nécessaires et qu'il sera toujours plus difficile pour l'hôtellerie suisse de conserver l'avance qu'elle avait sur ses concurrents étrangers, ce qui succède de sérieuses craintes pour l'évolution future.

La campagne SSH, en liaison avec les abonnements à demi-tarif à prix réduits accordés par les chemins de fer aux personnes âgées a été approuvée avec quelques petites modifications. En ce qui concerne le nouveau régime des billets de chemin de fer, l'on a dû malheureusement constater que celui-ci dévalorisait l'hôtellerie, puisque les personnes qui partent le samedi matin pour les centres de sports d'hiver et ne rentrent que le lundi matin ne peuvent plus bénéficier de cette faveur.

Après avoir été renseigné sur une éventuelle réglementation fédérale des allocations familiales, le comité directeur a décidé de réserver sa position et la procédure à suivre. L'on apprît avec satisfaction que la commission paritaire suisse pour les hôtels et restaurants avait élaboré de nouveaux statuts, que cette réglementation entrerait en vigueur au cours des premières semaines de 1969, permettant à la commission paritaire de prendre en main la formation et la perfectionnement du personnel. Enfin le comité directeur a été renseigné sur le résultat de diverses séances de commission et se déclara d'accord avec les propositions envisagées pour les négociations avec la Fédération suisse d'agences de voyages. Il constata avec satisfaction que l'effectif des membres de la SSH avait de nouveau notablement augmenté de 30 unités depuis fin octobre. En outre, il traita diverses affaires administratives, ainsi que des questions soulevées lors de la dernière assemblée extraordinaire des délégués à Lucerne.

## A la Société des hôteliers de Leysin

La Société des hôteliers de Leysin a tenu récemment son assemblée générale à l'hôtel des Orchidées sous la présidence de M. A. Ryhen, président. Elle a pris d'importantes décisions, en particulier celle de doter la station d'une patinoire artificielle. En effet, après avoir entendu des exposés de MM. A. Ryhen et H. Châtelain, les hôteliers de Leysin ont voté un crédit de 40 000 francs, à titre de participation à la première étape d'un centre sportif au Suchet, la priorité devant être donnée à la réalisation d'une patinoire artificielle, puis d'une piscine chauffée et couverte, tout en envisageant la possibilité de créer des tennis, un minigolf, etc. au fur et à mesure des disponibilités. Divers problèmes y relatifs ont été évoqués et discutés. Dans son rapport présidentiel, M. A. Ryhen insista sur la volonté de la S.H.L. d'œuvrer pour le bien de la station et retraça la grande activité du comité. Il déplore que les relations entre la S.H.L. et le tourisme de Leysin ne soient pas encore normalisées. Les hôteliers leysenois ne sont pas suffisamment représentés au sein du comité de l'O.T.L. et cela crée un malaise. Une représentation fixe de la S.H.L. a été refusée, mais l'assemblée générale invita le comité à poursuivre ses efforts en vue d'obtenir une représentation nor-

male au sein de l'O.T.L. pour faire valoir les droits de l'hôtellerie locale. Après une période presque florissante (1961: 24 hôtels, 1241 lits), l'hôtellerie traditionnelle a nettement régressé à Leysin pour n'avoir plus en 1968 que 15 maisons offrant modestement 647 lits. La tendance dans la station a été au développement d'un tourisme de groupes, qui a entraîné le comitè dédoublement parallèle des installations. C'est pourquoi la S.H.L. met aujourd'hui tout en œuvre pour défendre les intérêts des petits hôtels et promouvoir le développement de l'infrastructure de la station. C'est là le seul moyen de redonner à Leysin un juste équilibre indispensable à la bonne marche de son économie.

M. A. Ryhen signale avec plaisir que M. G. Blitz a reconnu et regretté cette rupture lors d'une séance d'information convoquée par l'Office du tourisme vaudois à Montreux en mars de cette année. Le comité a eu à participer à plusieurs réunions traitant des problèmes du tourisme de masse où la S.H.L. a été invitée à faire part de ses expériences. Il en est résulté un gros travail pour le comité: rédaction d'un mémoire, articles de presse et réception d'enquêteurs. Autant d'occasions de mieux cerner un problème dont les dirigeants de notre tourisme et de notre hôtellerie nationale ont pris conscience, presque brutalement lors de la vente du Villars-Palace. Tout en rétablissant la vérité historique, la S.H.L. a été heureuse de pouvoir faire part de ses expériences à ceux auxquels des problèmes, qui nous sont devenus familiers, se posent aujourd'hui.

L'introduction du «service compris» dans les buffets de gare suisses et dans les districts d'Aigle et du Pays d'En-Haut est saluée comme un heureux progrès. Depuis longtemps, la Société suisse des hôteliers œuvre dans ce sens, et l'assemblée invite les hôteliers leysenois à s'y conformer.

La S.H.L. a, dans la mesure de ses moyens et de ses membres et avec la collaboration de l'O.T.L., organisé plusieurs campagnes publicitaires. Les participants à l'assemblée furent renseignés par M. Aubert sur la réorganisation de cette commission et ses projets.

L'assemblée a exprimé sa confiance au comité en réalisant en bloc, à l'exception de M. C. Hess, qui a donné irrévocablement sa démission et qui ne sera pas remplacé. La S.H.L. est dans une situation financière favorable, ce qui lui permet d'engager ses liquidités dans la réalisation de la patinoire artificielle.

L'assemblée a donc été le reflet d'une activité importante en faveur du développement de Leysin.

## L'Ecole hôtelière danse

La traditionnelle fête de fin d'année de notre Ecole, organisée en l'honneur et pour le plaisir de ses étudiants, fut une réussite parfaite. Afin d'éviter que les uns soient au travail pendant que les autres s'amuse, M. E. Gerber, directeur, avait prévu un grand et somptueux buffet froid qui fut transporté en grande pompe de l'Ecole à la salle paroissiale de St-Jean. Elle eut peine à contenir les quelque 400 participants, tous très actifs. Il faut dire que l'orchestre «Les Tricheurs» de Berne et les productions des étudiants y furent pour quelque chose.

Cette fête fut honorée par la présence de M. Marcel Burri, président de la commission scolaire, accompagné de Madame, ainsi que de celle de M. René Capt, président de l'Association des anciens élèves.

## Auskunftsdiens

### Wieder einmal Rabattbettelei

Die Publicité Nouvelle S.A., 25, rue des Eaux-Vives, Genf hat mit den Direktoren und dem Personal vom Handels- und Industrieunternehmenseigenen sowie internationalen, eidgenössischen, kantonalen und privaten Organisationen einen Club gegründet. Er soll 500 000 Mitglieder umfassen, welche spezielle Vorteile bei Banken, Versicherungsgesellschaften, Kaufhäusern usw. geniessen sollen. Auch bei der Hôtellerie wird um eine Beteiligung bei diesem Club geworben. Die eingangs erwähnte Firma befasst sich mit der Werbung bei ihren «Mitgliedern» zugunsten der beteiligten Betriebe. Die Werbung ist gratis, doch soll bei Vorweisung der Mitgliedkarte ein Rabatt – man spricht von ungefähr 10 % – gewährt werden.

Diese Art Propaganda ist nicht neu. Schon unzählige solcher Angebote veranlassen uns, darauf aufmerksam zu machen, dass es gemäss Preisordnung allen Mitgliedern des SHV strikte untersagt ist, Rabatte zugunsten von Angehörigen irgendwelcher Organisationen zu gewähren. Die Bevorzugung von Club-Mitgliedern müsste die voll zahlenden Hotelgäste zur Annahme verleiten, sie während übersetzte Preise zahlen und das Privileg der Clubmitglieder gehe zu ihren Lasten. Das Verbot der Rabattgewährung gilt auch in bezug auf die Publicité Nouvelle S.A.

## Neuerscheinung

### Die Schweizer Weine

Die Editions Générales SA in Genf haben ein Werk über die Schweizer Weine herausgegeben, das vorerst in französischer Sprache erschienen ist. Ab März 1969 wird dieser von eidgenössischen und kantonalen Ämtern, sowie von zahlreichen Persönlichkeiten und Spezialisten der Wein-Gastronomie gestaltete Band auch in deutscher Fassung erscheinen. Das Werk enthält neben hervorragenden Illustrationen kostbare Informationen über die Auswahl der Weine, die Degustationen, das «Savoir-Moire», die Weintradition, die Verbindung vom Wein mit den Speisen, usw. Das Buch kann bei der Druckschaben- und Materialverwaltung des Schweizer Hoteliervereins, Monbijoustrasse 31, 3011 Bern, bis März 1969 zum Subskriptionspreis von Franken 46.50 bezogen werden. Bei grösseren Bestellungen können Spezialpreise für Sonderausgaben vereinbart werden.

### Bestellzettel:

Name und Vorname \_\_\_\_\_  
Genauere Adresse \_\_\_\_\_  
Datum und Unterschrift \_\_\_\_\_  
(Besten Dank für deutliche Schrift)

## Neue Aufgaben für bewährte Mitarbeiter

Die personelle Organisation der Abteilung für berufliche Ausbildung erfährt ab den Beginn des neuen Jahres einige Änderungen, mit denen wir Sie bekannt machen wollen.

### Alfred Rohrer, Leiter Grundschulung und Schulhotels SHV

Seit über einem Jahr hat sich Alfred Rohrer mit den Problemen der Lehrausbildung und der Schulhotels vertraut gemacht. Ab 1. Januar 1969 übernimmt er nun die Verantwortung über diesen umfangreichen Arbeitsbereich. In seinen Pflichtenkreis gehören besonders: Werbearbeiten im Rah-

men der Nachwuchsförderung, Beratung von Berufsanwärtern und deren Eltern, Kontakte zu Berufsberatung und Vertrauensstellen, administrative Betreuung der Schulhotels, Lehrvertragswesen, Lehrstellenvermittlung, Lehrmeisterkurse, Überwachung der Lehrverhältnisse, Mitarbeit in Kommissionen. Alfred Rohrer ist 25 Jahre alt, verheiratet. Der Zentralvorstand hat ihn auf Neujahr zum Unterabteilungschef befördert, wozu wir ihm herzlich gratulieren.

### Manfred Ruch, Leiter Kadenschulung SHV

Seit einigen Jahren betreute Manfred Ruch die Grundschulung und Schulhotels SHV mit Hingabe und grossem Können. Er hat nun Alfred Rohrer in dieses Arbeitsgebiet eingeführt und widmet sich als Neujahr voll der Kadenschulung. Als Kursleiter wird er vor allem Kurse für höhere Kader (Abteilungsleiter und Stabsstellen) der Hôtellerie durchführen, daneben aber auch in der Unternehmensschulung, bei Lehrmeister- und Methodikkursen mitwirken. Manfred Ruch, 29 Jahre alt, verheiratet, 2 Kinder, ist zurzeit Teilnehmer am Personallehrekurs der Schweizerischen Studiengesellschaft für Personalfragen. Diese Schulung wird ihm in den Kaderkursen bei der Behandlung der Fragen der Menschenführung besonders zugute kommen. Unsere besten Wünsche begleiten Manfred Ruch, der gleichzeitig Stellvertreter von Franz Dietrich, Leiter der Abteilung für berufliche Ausbildung, wird, auf seiner neuen Laufbahn.

### Kurt Michel, Leiter Unternehmensschulung SHV

Nach der Wahl von Erich Gerber zum Direktor der Hôtellschule gilt es, einen Nachfolger für die Unternehmensschulung SHV zu finden. Der Zentralvorstand hat Kurt Michel auf diesen Posten berufen, unter gleichzeitiger Ernennung zum Unterabteilungschef.

Auch Kurt Michel ist unsern Mitgliedern kein Unbekannter. Nach seiner Assistententätigkeit beim Forschungsinstitut für Fremdenverkehr an der Universität Bern trat Kurt Michel 1965 in die Dienste des SHV als Mitarbeiter im Betriebswirtschaftlichen Beratungsdienst. In den Kursen III und IV des Unternehmensseminars hat er tatkräftig mitgewirkt und ist deshalb mit seiner neuen Aufgabe bereits recht gut vertraut.

Kurt Michel, 31-jährig, ledig, hat die Aufgabe, das «Seminar SHV für Unternehmensführung in Hôtellerie und Restauration» erfolgreich weiterzuführen. Daneben wird er sich mit der Grundlagenforschung auf betriebswirtschaftlichem Gebiet weiter befassen. Auch Kurt Michel wünschen wir Erfolg und Befriedigung in seiner Tätigkeit. Es versteht sich von selbst, dass die verantwortlichen Leiter der Grund-, Kader- und Unternehmensschulung als Team eng zusammenarbeiten und auch mit dem Direktor der Hôtellschule Lausanne stets Kontakt pflegen werden. Mit dieser personellen Organisation ist nun das Konzept des SHV für die

## Arbeitstagung in St. Gallen

Am 5. und 6. Februar 1969 findet in der Hochschule St. Gallen eine zweitägige Arbeitstagung statt zum Thema:

### Die Bestimmungsfaktoren für den Erfolg von morgen.

Veranstalter sind das Schweizerische Institut für gewerbliche Wirtschaft an der Hochschule St. Gallen sowie die Vereinigung Schweizerischer Betriebsberater für Handel und Gewerbe.

Diese zentrale im Rahmen der höheren Kurse für Unternehmensführung organisierte Informations-tagung soll Inhabern und leitenden Persönlichkeiten aus Klein- und Mittelunternehmungen helfen, ihre Zukunft aufgrund der Gegebenheiten von heute und der voraussehbaren Entwicklungsrichtungen bewusst zu gestalten, ihre Chancen zu erkennen und zu wahren. Die Referate und Podiumsgespräche gelten zunächst den sich abzeichnenden Veränderungen in der Umwelt. Anschliessend sollen die davon abhängigen Erfolgsaussichten der kleinen und mittleren Unternehmen behandelt und die Standortveraussetzungen überprüft werden. Ausgewiesene Fachleute aus Wissenschaft, Behörden, Verbänden und Unternehmungen haben ihre Mitwirkung zugesagt.

## Internationale Fachmesse «Horecava» in Amsterdam

Zum 13. Mal wird vom 6. bis 9. Januar 1969 in Amsterdam die internationale Fachmesse «Horecava» stattfinden. Diesmal wird die Messe besonders im Zeichen der «convenience foods» stehen, 350 Aussteller aus 29 Ländern zeigen für die Gastwirtschaft wichtige Produkte. Amerika und Westdeutschland zeichnen dabei mit grossen Kollektiveneinsendungen. Weite Beachtung dürfte die Kongressstagung am 7. Januar finden, die der Bedeutung und den Möglichkeiten der «convenience foods» gewidmet sein wird. JCH.

# Schweiz



## La diversité, atout majeur de notre tourisme

Extraits d'un exposé de M. Gabriel Despland, ancien Conseiller aux Etats, président de l'Office national suisse du tourisme.

Nul n'ignore que la nature a fait cadeau à notre pays d'une gamme étonnante de sites et de paysages. En Suisse, la terre semble avoir des liens spéciaux avec le ciel. Tantôt celui-ci est enerré dans un écorin de cimes blanches, tantôt il apparaît, au contraire, majestueusement dégagé quand le regard plonge depuis quelque point de vue élevé. L'eau vient y ajouter sa note particulière, se mirant dans les lacs après avoir creusé les gorges du Jura et des Alpes. L'alternance de la forêt et du rocher, des champs et des vallées, de la route et du rail complète ce tableau aussi divers qu'il nous est familier. Mais familier, en l'occurrence, ne signifie pas banal et ne devra jamais en devenir le synonyme. La variété de l'environnement naturel, à laquelle vient s'ajouter la diversité de prestations résultant d'une infrastructure extrêmement complexe, a garanti jusqu'à ce jour à notre tourisme un essor réjouissant. Il nous appartient de veiller et de faire en sorte que cette heureuse évolution se poursuive.

### Brève rétrospective

Après l'époque héroïque des diligences, après l'âge d'or des grands palaces, nous avons assisté à une expansion considérable soutenue par le relèvement constant du niveau de vie sur notre continent et en Amérique du Nord. Nous sommes entrés – disent certains – dans l'ère des loisirs. D'autres préfèrent la formule «civilisation des besoins», mais ceci ne change guère les données du problème en ce qui nous concerne, tant il est vrai que les besoins touristiques figurent désormais en bonne place dans le catalogue des aspirations de l'homme moderne. Il ne faudrait cependant pas croire que l'essor touristique international auquel nous avons assisté ces 20 dernières années se soit traduit, pour la Suisse, par un bouleversement radical de la structure de la clientèle. Le besoin d'évasion et de retour – même temporaire – à une vie plus proche de la nature est ressenti avant tout par les habitants des nations industrielles, plus particulièrement par ceux des grandes agglomérations. Or, c'est précisément cette clientèle qui dispose de revenus plus substantiels qu'autrefois. Un troisième élément qui nous est favorable résulte du fait que la Suisse – on le répète assez fréquemment, jusqu'à en oublier les conséquences – est située au cœur de l'Europe. D'où réduction des dépenses de transport, qui n'est pas négligeable pour ceux dont le budget est limité, et de vacances n'est pas indéfiniment extensible.

Ces quelques indications expliquent sans peine que l'Europe reste pour nous le grand, le très grand fournisseur de touristes. Elle se taille la part du lion avec plus de 83 % des nuitées étrangères en 1967.

Si maintenant nous jetons le regard vers l'infrastructure de notre tourisme, nous retrouvons – fort heureusement – une variété qui nous sert. Pour les transports tout d'abord puisque nous bénéficions d'une situation centrale qui garantit d'excellentes liaisons routières, ferroviaires et aériennes.

Nombreux sont en effet les hôtes des pays limitrophes – et même de plus loin – qui préfèrent le voyage d'une certaine durée à la rapidité de l'avion qui comporte des aléas certains dus aux conditions atmosphériques de la saison froide. Le soleil qui luit sur les pistes de ski n'est évidemment pas toujours présent sur les pistes des aéroports!

Pour agencer le séjour de nos hôtes, les efforts ont été portés, depuis la fin de la seconde guerre mondiale, sur la rénovation et la diversification. La rénovation a été avant tout le fait de l'hôtellerie qui sortait meurtrie de longues années de crise et de guerre. On peut estimer à un milliard de francs la valeur des travaux d'amélioration et d'agrandissement réalisés dans l'hôtellerie suisse entre 1945 et 1967. Les milieux spécialisés auraient désiré qu'on aille encore plus vite en besogne, mais les instituts de crédit – rendus prudents par une rentabilité qui est loin d'être exceptionnelle – ont agi dans le sens de la modération.

La diversification est surtout notable pour l'équipement des stations. Il suffira de citer les centaines de remontées mécaniques dont nous disposons, ou encore les 60 patinoires artificielles dénombrées dans notre pays, pour se convaincre que nous ne nous sommes pas contentés d'assister en spectateurs à la rencontre de la neige, venue d'en-haut, et des touristes venus d'en-bas.

Un effort parallèle a été accompli dans le domaine culturel. Festivals, concerts, expositions, représentations théâtrales et spectacles en plein air se succèdent au gré des saisons, contribuant grandement au plaisir du séjour en Suisse. La liste des manifestations éditée par l'Office national suisse du tourisme ne comporte pas moins de 2000 rubriques. Les programmes dans l'industrie hôtelière comme bien d'autres domaines de l'activité humaine. Pour le secteur qui nous intéresse ici, j'aborderai brièvement les facteurs qui sont susceptibles de conditionner les flux touristiques de demain.

Pour ce qui est des transports, la mise en service des jumbojets – avions dont la capacité sera de 364 places – n'entraînera probablement pas l'effondrement des tarifs que certains avaient prophétisés sur la base de données prématurées. Les changements qu'il faut envisager proviendront bien plutôt de la circonstance que la capacité sera doublée. Les profonds transports dont nous sommes les témoins influenceront le tourisme comme bien d'autres domaines de l'activité humaine. Pour le secteur qui nous intéresse ici, j'aborderai brièvement les facteurs qui sont susceptibles de conditionner les flux touristiques de demain.

Les compagnies d'aviation – qui consentent des investissements considérables pour rester à la pointe du progrès technique – feront tout pour que leurs placements ne se révèlent pas improductifs. C'est le

risque qu'elles courent si la capacité de l'hébergement ne s'accroît pas au même rythme que la capacité de transport. Le mouvement est déjà amorcé et il ira en prenant de l'ampleur.

Cette concentration n'est pas sans influencer la branche des agences de voyages. Avec le tourisme de masse, les voyages collectifs et les avions affrétés, il leur faut déjà une certaine importance pour résoudre efficacement – grâce à une bonne organisation et un personnel stylé – les multiples problèmes qui se posent. Il n'est pas certain que les structures actuelles permettent de faire face, partout, aux besoins de l'avenir. C'est ainsi que des phénomènes d'une grande ampleur ont été observés en Allemagne fédérale ces dernières années.

### La Suisse touristique et le monde des grands ensembles

En Suisse, les activités touristiques sont basées sur la diversité – à l'image d'un pays cloisonné par la configuration naturelle et l'héritage politique – et pourtant il nous faut affronter un tourisme caractérisé par le flot des vacanciers et voyageurs, comme par la grandeur des organisations qui les prennent en charge. Nos hôteliers sont fiers de prestations qu'ils s'efforcent de rendre aussi personnelles que possible, et d'aucuns voudraient leur faire accroire que la route de l'avenir est pavée d'uniformité? A l'heure de faire le point, il importe avant tout d'éviter une fausse alternative: d'un côté, hurler avec les loups, c'est-à-dire adopter les yeux fermés des formules qui nous sont étrangères, et, de l'autre, s'accrocher à la tradition comme étant la seule, l'unique ancre de miséricorde. Pour ma part, et même si le terme est souvent décrié, je me prononce pour le compromis qui doit permettre d'harmoniser nos valeurs sûres avec les besoins d'aujourd'hui et de demain.

Il me paraît fort imprudent pour la Suisse de se lancer à corps perdu dans la rude bataille du tourisme de masse. Toute l'activité touristique de notre pays a été faite, jusqu'à ce jour, de travail «sur mesure» et de souci des détails. La plupart des hôtels sont des affaires de familles. On met son point d'honneur à offrir de l'inédit et à se distinguer d'un établissement presque analogue. Les stations et les villes en font de même, les uns mettant l'accent sur les possibilités sportives, les autres diversifiant leurs activités culturelles, d'autres encore étant orientées vers les soins médicaux. Ce résultat est l'œuvre de plusieurs générations qui n'ont ménagé ni leurs efforts, ni leur argent. Chaque canton y a contribué, chaque région y a laissé sa marque distinctive.

On peut admettre sans peine que le tourisme de masse est une formule adaptée aux possibilités offertes par certains pays, qui affectionnent le superlatif pour définir leurs objectifs: beaucoup d'avions, beaucoup de clients, beaucoup d'hôtels, beaucoup de sable et beaucoup de soleil. En Suisse au contraire, il faut procéder par petites touches, s'adapter sans faire la révolution et en conservant cet atout majeur qu'est la diversité. Quel que soit le désir manifesté par certains de brûler les étapes, il ne faut guère s'attendre chez

nous à un évolution accélérée, et ceci pour des raisons purement matérielles. Le tourisme en général, l'hôtellerie en particulier exigent des capitaux importants pour le lancement de chaque affaire. Après avoir investi à l'échelle industrielle, on doit passer à une exploitation qui est très généralement de caractère artisanal au sens le plus élevé du terme. Il faut disposer d'un gros équipement, mais cet équipement ne permet pas de travailler à la chaîne, ou encore d'accumuler des réserves pour les jours et les saisons d'affluence. Tout ceci explique – avec un taux moyen d'occupation des lits d'hôtels qui est actuellement de 44 % seulement – que la rentabilité soit faible et les ressources de l'autofinancement bien limitées. C'est-à-dire que la grande, la mirifique révolution du tourisme de masse, celle dont on nous parle avec le regard rivé sur l'horizon de 1980, risque fort de se détourner de notre pays avant d'y avoir pris pied solidement.

On ne voit d'ailleurs pas très bien où elle pourrait nous mener. Instaurer la cohue dans nos stations, ce serait attirer une certaine clientèle pour en chasser une autre. Surmonter chaque taupinière, chaque rocher d'un funiculaire ou d'un téléphérique: Est-ce vraiment là notre objectif? Curieuse méthode, au demeurant, pour préserver l'authentique et présente originalité de nos cimes!

Dans le tourisme comme en bien d'autres domaines, nous sommes – selon une expression heureuse – condamnés à la perfection, une perfection qui nous interdit de confondre hotel et caserne ou d'assimiler le touriste à un numéro matriculé. Qu'on m'en tienne bien! Ceci n'est pas une profession de foi conservatrice. Il serait tout aussi périlleux de se retirer dans sa coquille que de faire la course dans la mauvaise direction.

Je suis heureux, à ce propos, de pouvoir souligner que la variété dont notre petit pays est fier constitue l'un des fondements de la propagande effectuée, au-dedans et au-dehors, par l'Office national suisse du tourisme. Ainsi que vous le savez, le travail d'information réalisé par notre office tend, toujours davantage, à faire connaître le pays dans sa totalité, et à mettre en relief les aspects politiques, économiques et culturels. Dans le domaine plus strictement touristique, la même propagande s'achève à présenter toute la gamme des possibilités offertes en été et en hiver, en plaine et à la montagne, dans les villes et dans les zones excentriques. Ceci explique à quel point nous apprécions les efforts de tous les milieux liés à la vie touristique pour maintenir les traits propres à telle région ou diversifier encore les prestations dont bénéficient les vacanciers, les voyageurs, les congressistes.

Pour sortir des ornières de la monotonie, il ne faut pas rechercher les formules fracassantes. Il faut bien au contraire rester, soi-même, donner à la propagande, le caractère d'une information véritable et en ce qui concerne plus spécialement la Suisse – faire connaître le pays dans sa diversité. Faire connaître une station, une ville, un canton, c'est réaliser une propagande utile à l'ensemble du pays. Quand on pousse un peu l'analyse, on s'aperçoit que l'homme moderne qui part en vacances – en quête de changement, de détente et d'enrichissement personnel – cherche un dérivatif une certaine forme de bonheur, à laquelle la civilisation mécanisée et uniformisée fait écran. Ce serait donc folie que de pratiquer la «monoculture touristique» alors qu'on nous demande la diversité, cette diversité qui fait précisément notre force.

## Davos fordert Koordination für eine Olympiakandidatur

Der «Davoser Zeitung» vom 24. Dezember ist folgende Stellungnahme des Grossen Landrats zu einer möglichen Olympiakandidatur von Davos zu entnehmen:

Die ordentliche Generalversammlung des Kurvereins Davos vom 2. Dezember 1968 hat den Grossen Landrat ersucht, im Benehmen mit dem Kleinen Rat des Kantons Graubünden und dem Verkehrsverein für Graubünden die Möglichkeiten einer koordinierten Bewerbung unseres Kantons für die Olympischen Winterspiele 1976 oder 1980 zu prüfen. Der Grosse Landrat hat beschlossen, dieser Empfehlung zu entsprechen, und er wird die gewünschten Kontakte aufnehmen. Entgegen anderslautender Meldungen hat unsere Gemeinde beim Schweizerischen Olympischen Komitee bisher keine Bewerbung für die Übernahme der Winterspiele des Jahres 1976 abgegeben. Sie hat daselbst lediglich ihr allfälliges Interesse angemeldet und um die erforderlichen Unterlagen und Terminangaben gebeten. Auch die Landschaftsbehörde ist der Auffassung, dass die Übernahme Olympischer Spiele angesichts der heutigen

Anforderungen auch einem grossen Fremdenort allein kaum oder nur unter der Voraussetzung sehr hoher staatlicher Hilfe möglich sein wird. Auch wäre es bedauerlich, wenn ein Einzelbewerber in unserem Kanton sich gegenseitig konkurrenzieren würden. Andererseits wäre es erfreulich, wenn eine Winterolympiade in Graubünden stattfinden könnte. Der Grosse Landrat erachtet es deshalb als richtig, die grundsätzliche Interessensfrage Graubündens an sich selbst zu fragen: einer allfälligen koordinierten bündnerischen Kandidatur mit dem Kleinen Rat und dem Verkehrsverein für Graubünden zu erteilern. Der Grosse Landrat ist sich der mit Übernahme Olympischer Spiele verbundenen hohen Verantwortung nicht allein gegenüber der eigenen Gemeinde, sondern auch gegenüber dem Kanton und der ganzen Nation bewusst. Eine abschliessende Bewerbung kann deshalb nach seiner einhelligen Auffassung erst dann abgegeben und verantwortet werden, wenn auch die volle Gewähr für eine in organisatorischer und finanzieller Hinsicht einwandfreie Durchführung dieser sportlichen Grossveranstaltung übernommen werden kann.

## Weg zurück zu echten olympischen Spielen

Sollen die Olympischen Winterspiele ein «gemütliches Familienfestival» werden? Sicherlich nicht. Der Weg zurück vom Luxusleben zum Ganzen, vom Kompromiss zum Einfachem, vom Ueberladen zum Tragbaren ist überall und immer schwer. Es braucht dazu Liebe, Mut, Ueberwindung und Stärke. So ist es im Geschäftsleben, in der Politik und auch im Sport. Nach Innsbruck und Grenoble herrscht ein grosses Bedürfnis, die Winterspiele wieder «einfach» zu gestalten und sie an einem wirklichen Wintersportplatz durchzuführen und nicht in einer schneearmen Grossstadt mit riesigen Distanzen zwischen den einzelnen Austragungsorten der verschiedenen Disziplinen. Auch eine Rückkehr zur olympischen Atmosphäre, zum olympischen Geist, zum wahren olympischen Dorf wird gesucht. Der Begriff «Olympisches Dorf» wurde verwässert, er bedeutet vielen heute nur noch die Zentrale der Unterkunft;

ursprünglich und richtig soll er aber die ganzen Spiele, inklusive der Wettkampfstätten, umfassen.

Der Sport darf nicht als materiell interessante Show degenerieren, deshalb dominiert der Gedanke, das Bedürfnis zur Vereinfachung, das heisst, der Sport als solcher muss wieder zum Hauptanlass

werden. Der «Weg zurück» bedeutet nicht, dass die Spiele zahlenmässig abgebaut werden. Es werden nicht weniger Wettkämpfer sein, und auch Zeremonien werden nicht «en famille» durchgeführt werden. Der Weg zurück bedeutet Olympische Spiele an einem Ort, nicht verschiedene, voneinander mehr oder weniger unabhängige Weltmeisterschaften. Die Spiele müssen auf einen Ort konzentriert werden, zum Vorteil des Aktiven und der Zuschauer.

Sport und nicht Prestige hat im Vordergrund zu stehen. Eine Vereinfachung der Wettkampfbedingungen, der sportlichen Anlagen und der Information steht ohnehin nicht im Diskussion. Gerade an diesem Gebiet muss aufgebaut werden. Sportlich ideale Anlagen, perfekte Uebermittlung für einen weltweiten Zuschauerkreis werden gerade dadurch gewährleistet und finanziell tragbar, dass sie auf einen Ort konzentriert werden. Werden die Spiele regional ausgetragen, was für ein ausserordentlich beständiges, was für ein ausserordentlich beständiges, zum Beispiel die Alpen Disziplinen in den USA, die Nordischen in Skandinavien und Bob in Asien?

Die Schweiz hat auf internationaler Basis Chancen,

## Aux quatre jeudis...

### Rendez-vous parisiens

Paris, en ces dernières semaines, était devenu le rendez-vous des gens du tourisme et de l'hôtellerie de tous les pays alpins... Les conséquences possibles ou probables des restrictions monétaires françaises, l'approche des vacances de fin d'année, le désir de se renseigner à la source justifiaient ces visites de dernière heure.

Le «dernier salon où l'on causait» le plus était le hall du Meurice. Sans aucun doute parce que son directeur général, notre ami Robert Vernay, est l'expert le plus compétent, le plus écouté, le mieux informé aussi.

Dirigeant l'un des derniers bastions de l'hôtellerie parisienne de luxe, ce Valaisan d'origine et de cœur est très souvent considéré comme le porte-parole de ses collègues français. C'est ainsi qu'il a présidé, dans le courant de l'été dernier, un groupe d'hôteliers délégués aux Etats-Unis pour y reconquérir un marché défaillant.

### Solution inédite pour un difficile problème

Mais en ces jours où la France donne un tour de vis sérieux au tourisme d'exportation en contingentant sévèrement les devises des Français pour les vacances à l'étranger, c'est l'hôtelier suisse qui se réveille en Robert Vernay, et qui tente d'imaginer les formules susceptibles de conjurer le mauvais sort.

Depuis notre rencontre, la situation s'est partiellement éclaircie d'elle-même; dans tous les cas pour les vacances de fin d'année, puisqu'il a été précisé que les touristes français ayant pris leurs dispositions avant la date fatidique des restrictions et des contrôles, pourraient disposer jusqu'au lendemain des fêtes des moyens financiers nécessaires à la réussite de vacances heureuses.

Robert Vernay, qui ignorait encore ces mesures de tolérance et qui pensait aux dommages incontestables que les annulations de dernière heure lui seraient à notre hôtellerie, tentait d'imaginer une formule de compensation donnant satisfaction aux deux parties. «Pourquoi, disait-il, ses interlocuteurs helvétiques, ne pas convertir les devises apportées en Suisse par les touristes français en achats de produits «made in France»?

Puisque c'est finalement la balance des paiements qui est en cause, des recettes d'exportations garanties équilibreraient les dépenses touristiques. A l'ant plus loin dans sa démonstration, Robert Vernay voyait un groupe d'importateurs suisses régler aux hôteliers de leur pays les dépenses des touristes français, ceux-ci déposant à Paris les sommes correspondantes destinées à régler les factures des articles exportés.

C'est là une forme de troc qui nous nous surprend plus... Mais répondons-le; l'idée de M. Vernay n'aura pas besoin d'être exploitée plus avant pour les fêtes qui viennent de débuter.

Gardons-la en réserve puisque nous ne savons pas encore, pour l'an prochain, le régime qui sera appliqué à nos clients d'outre Jura.

### Expertise aux Indes

A cette époque, le directeur général des hôtels Meurice, Prince de Galles et Grand Hôtel se trouva aux Indes où, en qualité d'expert des Nations Unies, et pendant cinq à six semaines, il analysera les problèmes touristiques et hôteliers de ce pays. Fervent adepte du «Yoga» depuis plus de 20 ans, Robert Vernay se trouvera à l'aise au pays des maharadjahs pour faire valoir ses multiples talents. Talents que les Américains eux-mêmes ont reconnu en juillet dernier, en déroulant le «red carpet» pour cet hôtelier européen qui les connaît si bien!

### La place des USA

Et pour cause... le Meurice, annuellement recrute le 65 pour cent de sa clientèle aux Etats-Unis, les Français, pour leur part, ne représentant que le 3 pour cent du total! Au Prince de Galles, pour 15 pour cent de Français, on compte 55 pour cent d'Américains, tandis que la proportion est plus équilibrée encore au Grand Hôtel avec 45 pour cent d'Américains et 35 pour cent de Français. C'est dire qu'au cours de son périple asiatique, M. Vernay suivra avec beaucoup d'attention l'évolution du débat diplomatique entre les USA et la France. Dont dépend finalement le succès ou l'échec de l'année touristique 1969.

### «Season's greetings»

Une année que nous souhaitons heureuse et prospère – à tous nos amis et correspondants, en les remerciant ici de leur précieuse collaboration et de tout l'intérêt qu'ils veulent bien témoigner, chaque quinzaine, aux propos décousus de ces «Quatre jeudis».

die Spiele 1976 zugesprochen zu bekommen, aber nur, wenn sie mit einem wirklich geeigneten Ort kandidiert, der sich von den übrigen grossregionalen Kandidaturen unterscheidet.

Welches der einzige, geeignete Ort ist, dürfte wohl nicht schwer zu erraten sein. Mit einer regionalen Kandidatur aufzutreten, ist für die Schweiz sinnlos, denn dies können andere Länder auch, und zwar Länder, die die Spiele noch nie hatten wie Schweden mit Oestersund, das sicher, wenn dezentralisierte Spiele in Frage kommen, an vorderster Stelle stehen dürfte.

Zusammenfassend: Es soll nicht ein Familien-Festival sein, sondern ein olympisches Festival; es soll nicht vereinfacht werden, sondern konzentriert. Die Wettkämpfe müssen die Möglichkeit haben, die Disziplinen mitzuverleihen, nicht nur ihre eigene. Die einzelnen Mannschaften sollen Gelegenheit haben, beisammen zu bleiben. Mit dieser Stärke kann nur die Schweiz auftreten, und nur mit St. Moritz.

Leider hat man von Gstaader Seite aus, als ein Schweizer Kandidat ins Gespräch kam, öffentlich erklärt, man werde auch kandidieren, aber nur als Kleinstadt-Gast. Dieser Ausspruch schädete nicht nur dem Berner Oberland, sondern wirft ein schlechtes Licht auf schweizerische Kandidaturen im allgemeinen. Es wird den Schweizern ohnehin vorgeworfen, sie seien Materialisten. St. Moritz kandidiert aber nicht aus Reklamegründen und nicht, um den Ort auf billige Weise zu sanieren, sondern aus der Überzeugung heraus, dass es der sportlichen Jugend einen ausgezeichneten Dienst erweist und Olympische Spiele wieder auf jenen Nenner zurückbringt, auf den sie hingehören. St. Moritz verdient dafür Dank der Sportwelt und beweist gleichzeitig aber auch, dass die massgebenden Leute die Olympischen Spiele und die olympische Bewegung nicht nur vom Bildschirm her kennen.

Cesco de Salvo, Zürich



# Schweiz



## Führung der Autobahnrestaurants

Wir veröffentlichen die Abhandlung eines Hotel-fachschülers über ein aktuelles Thema, in der Hoffnung, dass dieses Beispiel unter seinen Kollegen Nachahmung finden wird (Red.)

Meine Betrachtungen beziehen sich nicht auf die sogenannten Raststätten (Autobahn Bern-Lenzburg; Silberkugel, Windrose), sondern auf die geplanten Vollrestaurants, deren Orte bereits festgelegt sind. Bezüglich der Führung dieser Gaststätten gibt es zwei Möglichkeiten, die Gegenstand meiner Untersuchung sind:

**Zentrale Führung:** Die 9 Betriebe stehen unter einheitlicher Leitung (wie z. B. die Mövenpick-Rest-Kette)

**Einzel-Führung:** Leitung erfolgt durch unabhängigen Betriebsinhaber.

Der Gast erwartet bei einem Restaurant einen höheren Leistungsstandard, als bei einer Raststätte, denn er nimmt in einem Restaurant eine Vollmahlzeit ein, an einer Raststätte verweilt er dagegen nur für kurze Zeit.

Nicht zu unterschätzen ist die Bedeutung dieser Betriebe als Aushängeschild für das schweizerische Gastgewerbe, denn der zufriedene ausländische Passant wird sich vielleicht bei seiner nächsten Wahl nach dem Urlaubsland gerne an die Schweiz erinnern.

In Italien wurden Raststätten und Restaurants zusammen an einem Punkt erbaut. Die attraktive Rückenkonstruktion zieht den Touristen an, und er wählt an Ort und Stelle, ob er nur kurz anhalten oder sich Zeit nehmen will, Zugleich findet er Tourist-Markets vor, die über ein grosses Warenangebot verfügen.

**Vorteile und Nachteile einer Zentral- oder Einzel-führung**

Es liegt auf der Hand, dass die Vorteile der zentralen Führungsart Nachteile der andern Führungsart darstellen können bzw. umgekehrt. Für die Zentralführung sind:

**Vorteile**

Gleiches Leistungs- und Preisniveau in allen neun Betrieben. Unter Leistungsniveau versteht ich gleichbleibendes Angebot und Qualität. Bessere Marktübersicht. Durch die grössere Finanzmöglichkeit ist die Durchführung einer Marktforschung möglich. Festhalten der Wünsche der Gäste, Kritik, Änderungen. <sup>Werbung nach Bedürfnis</sup> <sup>an Ort und Stelle</sup> Senkung der Installationskosten durch Normierung durch Grossauftrag. Die Normierung erscheint mir

besonders wichtig in Hinblick auf eine eventuelle Erweiterung. Günstiger und rationaler Einkauf. Eventuell Schaffung von eigenen Einkaufs- und Leistungszentren. Personalrotation. Möglichkeit, innerhalb der 9 Vollrestaurants sich mit Personal auszuhelfen. Für Restaurants, die ausgesprochenen Saisoncharakter haben (Durchgangsverkehr Sommer und Winter). Personalschulung. Nachwuchs könnte gut überprüft und nachgezogen werden mit einem internen Schulungskurs, besonders in «toten Zeiten».

**Nachteile:**

Die Konkurrenz unter den einzelnen Restaurants wird ausgelassen, dadurch geht zum Teil die Leistungskontrolle verloren. Die Notwendigkeit einer Leistungskontrolle. Ein geringeres Interesse des einzelnen Betriebsinhaber am Betriebserfolg. Eine Uniformierung des Restaurants. Natürlich wird man versuchen, die Gaststätten baulich nicht gleich zu erstellen, doch die Innenausstattung wird durch Normierung und Grossverkauf bestimmt.

Für die Einzelführung sind:

**Vorteile:**

Grosses persönliches Interesse des Inhabers an seinem Betriebserfolg; persönliche Bedienung, Leistungskontrolle durch Inhaber und persönliche Ausstattung des Restaurants.

**Nachteile:**

Mangelhafte Marktübersicht. Die Durchführung einer Marktforschung für den Einzelunternehmer ist sehr kostspielig. Unterschiedliches Leistungs- und Preisniveau. Höhere Installationskosten, die dem Einzelnen wesentlich teurer zu stehen kommen. Teurer Einkauf, Ausschluss von eigenen Einkaufszentren. Personalproblem. Die Umstellungen von Saison zu Saison ergeben Unkosten, je nach Standort des Restaurants sind diese verschieden, die den Betriebserfolg wesentlich beeinträchtigen können. Der Nachwuchs kann nur in beschränktem Masse nachgezogen werden, weil der Inhaber ständig mit Wechsel rechnen muss.

Durch die geringeren Kosten bei der zentralen Führungsart können die Preise niedriger gehalten werden. Die oben aufgeführten Nachteile können durch eine entsprechende Organisation abgeschwächt werden. Da die Vorteile die Nachteile deutlich überwiegen, ist die zentrale Führungsart vorzuziehen.

Th. Frey

organisationen, Schaffung neuer Kurortseinrichtungen und Durchführung von Veranstaltungen.

**Ostschweizer Skimeisterschaften**

Die Meisterschaften des Ostschweizerischen Skiverbandes gelangen diesen Winter an folgenden Orten zur Austragung: die nordischen Disziplinen am 18./19. Januar in Linthal, die alpinen Disziplinen am 1./2. Februar 1969 am Grabserberg.

## Die Zentralschweiz berichtet...

Das diesjährige Zentralschweizerische Skirennen wird wiederum in zwei Teilen ausgetragen. Die alpinen Disziplinen werden am 18./19. Januar 1969 in Sörenberg im Entlebuch und die nordischen Rennen am 25./26. Januar 1969 im Eigental veranstaltet. Gleichzeitig wird der Staffellauf ausgetragen, an dem die vier besten Langläufer eines Klubs als Equipe teilgenommen.

Mit der Eröffnung des Winterbetriebes im Rigigebiet wurde ein telefonischer Wetter- und Schneebericht eingeführt. Man erhält so jederzeit Kenntnis über die Witterungsverhältnisse auf dem Rigi.

## Ein neues Hotel in Trun

Kürzlich wurde in Trun (Truns) ein Hotel eröffnet, das dem alten, historischen Ort mit seiner ehrwürdigen St.-Anna-Kapelle einen neuen Aspekt geben dürfte. Der Fremdenverkehr, der im Kanton Graubünden gross geschrieben wird, hat in der Surselva bis heute nicht, oder doch nur bescheiden Fuss gefasst, obschon die lange Reihe von Dörfern zwischen Chur und Disentis dem Feriengast, wenn auch nicht mondänen Komfort, so doch landschaftliche Reize und Ruhe bieten kann. Die gut ausgebaute Zentren von Filis, Laax, Disentis und Disentis/Sedrun seit langer Zeit bemüht, mit der Zeit zu gehen, und Trun hat mit seiner Gründung eines Verkehrsvereins bereits den ersten wichtigen Schritt in die neue Richtung getan. Nun steht auch ein Hotel auf dem Platze, das mit einer Kapazität von 45 Betten dem Dorf eine neue Bedeutung gibt. Die Bauherren – die Brüder Mazzella und L. Venzin – haben mit diesem Bau, den sie nach dem Grundstück Dulei gekauft haben, ein Risiko auf sich genommen, das sich aber vor allem für den entwicklungsfreudigen Ort lohnen dürfte. Die Gastlichkeit des neuen Hauses kommt nicht nur in den hellen, geräumigen Zimmern, alle mit Bad, WC oder Dusche versehen, zum Ausdruck, sondern auch im Restaurant mit seiner leistungsfähigen Küche, wo den kulinarischen Wünschen der Gäste (das Hotel ist bereits bis Ende Januar ausgebucht) Rechnung getragen wird. Zwei vollautomatische Kegelbahnen sowie eine mit altem Holzwerk gestaltete Bar bieten gelungene Möglichkeiten zur Unterhaltung des Gastes. Ein erster Schritt ist getan. Die zukunftsgläubigen Truner, die schon mit der Ansiedlung von Industriebetrieben eine glückliche Hand hatten, werden auch die für sie und die Talschaft so wichtigen Probleme des Fremdenverkehrs im Auge behalten.

en effet tenu par l'OTV et il en est de même dans la plupart des stations vaudoises, entre offices locaux et sections de la SSH.

Le renouveau touristique valdois ne se manifeste pas seulement au niveau des organisations touristiques. Il est le fait d'une prise de conscience collective de l'importance et de l'avenir du tourisme international.

Des Alpes au Jura, des plans d'aménagement sont à l'étude en vue de la création de nouvelles stations. Les villes et centres de séjours traditionnels ne demeurent pas en arrière, les plans d'équipement en hôtels, en terrains de sport, en locaux de congrès sont si nombreux qu'un ordre d'urgence devra être trouvé et des moyens financiers importants mis à la disposition de tant de promoteurs, publics ou privés.

Pendant ce temps, l'autoroute du Léman progresse et trace ses deux sillons sur les hauteurs de Vevey-Montreux, traverse la colline de Gilon et ceinture la forêt de Chillon.

Vient d'être mis à l'enquête publique le secteur Lausanne-Vevy qui laisse prévoir, pour des délais enfin fixés, la liaison par autoroute entre Genève et l'autre extrémité du lac.

Sur le plan aéronautique, on progresse aussi, nous l'avons rappelé dans une précédente chronique. C'est-à-dire que le canton de Vaud doit travailler à maintenir son rang parmi les grandes régions touristiques de notre pays. Lorsqu'il sera doté des moyens financiers qu'il réclame depuis longtemps pour le financement de sa propagande, il disposera de tous les atouts désirables.

**Candidature valdoise pour les championnats du monde de ski**

S'il n'est pas question de rivaliser avec d'autres régions pour revendiquer l'honneur d'organiser les Jeux olympiques d'hiver, on ne se préoccupe pas moins, dans les Alpes vaudoises, des grandes manifestations sportives.

C'est ainsi que le comité d'organisation de la Semaine internationale des Alpes vaudoises vient de poser sa candidature pour les championnats du monde de ski alpin en 1974.

Salon un projet susceptible d'être quelque peu modifié, c'est entre Leysin, les Diablerets et les Mosses que se répartirait l'organisation des différentes épreuves du programme alpin: descente, slalom spécial et slalom géant.

## Nouvelles genevoises

**Le référendum contre le Grand-Casino a abouti**

Le 19 novembre dernier, le Conseil municipal de la Ville de Genève avait décidé d'accorder un droit de superficie à la Sofedine SA, permettant à celle-ci de procéder à la reconstruction du Grand-Casino sur son emplacement actuel, selon le projet «El-dorado», qu'il avait approuvé, et dans lequel la société en question va investir une trentaine de millions.

On sait qu'un comité d'action civique apolitique avait décidé de lancer un référendum contre la décision du Conseil municipal de la Ville de Genève. Les organisateurs de ce référendum avaient jusqu'au 23 décembre pour réunir les quatre mille signatures requises par la loi. Ils en ont rassemblé 4434 qu'ils ont déposés, dans le délai réglementaire, auprès du Secrétariat général de la Ville de Genève. Ce référendum a donc abouti, sous réserve du contrôle des signatures déposées.

Une fois ce contrôle accompli, le référendum sera déclaré recevable par le Conseil administratif et les électeurs et les électrices de la Ville de Genève seront convoqués aux urnes, dans le courant de février ou de mars 1969, pour se prononcer, en toute souveraineté, sur la décision mise en cause.

**On vient de lancer à Genève un emballage révolutionnaire pour le lait**

La centrale laitière régionale vient de lancer sur le marché un emballage révolutionnaire pour le lait. Il s'agit d'une bouteille en matière plastique blanche, ne pesant que 25 grammes, absolument étanche et contenant 1 litre de lait pasteurisé. Introduit pour le moment à titre d'essai, il s'agit d'une première mondiale – ce nouvel emballage est réalisé à l'aide de polystyrène liquide, et par une machine qui produit 2250 bouteilles d'un litre de lait en l'espace d'une heure.

**Le Salon international de l'automobile au Grand-Saonnex**

Le Palais des expositions, agrandi à plusieurs reprises au cours de ces dernières années, ne peut plus s'étendre, comme il le devra, pourtant, afin de continuer à accueillir, année après année, le Salon international de l'automobile de Genève.

C'est pourquoi, le Conseil d'Etat vient d'acheter, sur le territoire de la commune du Grand-Saonnex, une vaste propriété de 187 000 m<sup>2</sup>, d'un seul tenant, où le Palais des expositions sera reconstruit de manière à pouvoir abriter, dès 1973, le Salon international de l'automobile.

**27 nouveaux cuisiniers et 6 nouveaux sommeliers**

27 nouveaux cuisiniers et 6 nouveaux sommeliers, parvenus au terme de leur apprentissage dans les hôtels et restaurants de Genève, viennent de recevoir, au cours d'une cérémonie qui s'est déroulée au Victoria-Hall et qui a réuni également les apprentis et apprenties de toutes les autres branches – leur certificat fédéral de capacité. Nous les félicitons de leur réussite et nous exprimons notre reconnaissance aux hôteliers et restaurateurs, ainsi qu'à tous leurs cadres, d'avoir pris la peine de former des jeunes dans ces professions hôtelières.

Nous citons ci-après les noms des apprentis qui ont obtenu leur examen de fin d'apprentissage, en note supérieure à 5,0. Il s'agit, pour les cuisiniers, dans l'ordre de leur mérite de: MM. Charles Godinat (Hôpital cantonal), Paul Petzold (Restaurant de l'ONU), Charles Chappuis (Restaurant de l'Aéroport), Dieter Schatzmann (Hôtel Richemond), Rodolphe Kieber (Hôtel Richemond), Fritz Schott (Hôtel du Rhône), Adolphe Uetzi (Hôtel des Bergues) pour les sommeliers, de M. Pierre-André Terréttaz (Hôtel Richemond).

**Le Golf Club de Genève envisage de démolir**

Le Golf Club de Genève, qui compte quelque 600 membres, et qui possède son terrain sur le territoire de la commune d'Onex, se voit menacé par l'extension de la ville et le développement du futur réseau routier. C'est pourquoi le club envisage de démolir en faisant l'acquisition, à Bessinge, dans un cadre admirable, d'une immense propriété de quelque 50 hectares.

Des tractations sont actuellement en cours et l'on souhaite qu'elles aboutissent, car un terrain de golf est absolument indispensable à l'équipement de Genève.

## Eidgenössisches Allerlei

### Frequenzeinbussen im Berner Oberland

Auf Jahresende ist der Frequenzbericht der Volkswirtschaftskammer des Berner Oberlandes über den Fremdenverkehr im Sommer 1968 erschienen, der in einer eingehenden Betrachtung und in zahlreichen Tabellen Aufschluss über das Ergebnis und die Entwicklung gibt. In den oberländischen Gaststätten und Kurbetrieben sind vom April bis September 2133 485 Uebernachtungen oder 24 224 = 1,1 Prozent weniger als im Sommer 1967 gezählt worden. Auf die ausländischen Besucher entfielen 69,4 Prozent (Vorjahr 69,2 Prozent) und auf die Schweizer 30,6 Prozent (Vorjahr 30,8 Prozent). Bei den Ankünften ist gegenüber dem Vorjahr eine geringfügige Abnahme um 727 = 0,15 Prozent auf 462 400 erfolgt. Frequenzeinbussen sind vor allem aus Grossbritannien, Frankreich und den USA eingetreten, während Logiernachtegewinne hauptsächlich aus Deutschland, der Schweiz, Belgien und Holland zu verzeichnen sind. Negative Einflüsse übten die Devisenbeschränkung und Pfundabwertung in England, die Streikwelle in Frankreich, die amerikanischen Zahlungsbilanzschwierigkeiten und das ungünstige Wetter auf den Saisonverlauf aus. Die durchschnittliche Bettenbesetzung in den sechs Saisonmonaten betrug 1,1 Prozent auf 50,8 Prozent und die Aufenthaltsdauer auf 4,6 Tage (Vorjahr 4,7) gesunken. Der Bericht der Volkswirtschaftskammer enthält weitere Angaben über die Zahl der Betriebe und Betten, die Ergebnisse in den einzelnen Monaten und Kurorten und die Anteile der verschiedenen Herkunftsländer. Auch über die vom Eidgenössischen Amt ermittelte Frequenz der privatwohnenden Gäste sind einige Hinweise enthalten.

### «Rutschirama» in Gstaad

(P.V.) Haben Sie auch schon einmal gewünscht, auf einer Eisbahn autofahren zu können? Möchten Sie das mit einem zur Verfügung gestellten Wagen tun und obendrein noch skifahren und Fondue essen? In Gstaad kann man das am 18. Januar 1969 anlässlich des vom ACS organisierten «Rutschirama-Weekend». Der Auto-Slalom findet auf der Dorfbahn am Samstag statt, während ein leichter Riesen-Slalom auf Skiern am Sonntag, dem 19. Januar, 11.00 Uhr, an der Wispile in Szene geht.

Wie gut das Einvernehmen zwischen Landwirtschaft bzw. Milchwirtschaft und dem Tourismus in Gstaad ist, beweisen die traditionellen Käse-Mittags-Bufferets, die regelmässig der internationalen Gästeschicht in Gstaader Hotels offeriert werden. Nicht weniger als 120 Käseorten, begleitet von erlesener Charcuterie, werden hier aufgeführt und bilden eine Attraktion für Augen und Gaumen.

Neben dem fröhlichen «Apréski»-Betrieb in Bars, Dancings und Night-Clubs und Sportveranstaltungen auf Ski- und Eispisten wird dem Gstaader Gast Pferdesport in der Reithalle sowie ein Kammerkonzert in der Kirche Saanen geboten. 25 Reller und Amazonen veranstalten am 27. Dezember ein

Schaureiten und zeigten so ihr Können in Springen, Dressur und Gehorsamsaufführung. Im Kammerkonzert ist am 13. Februar der Cembalist Jörg Ewald Dähler zu hören.

Innerhalb der bekannten und grossen Kurorte in der Schweiz war Gstaad bis anhin eher am Ende der Tabelle für Kurtaxenansätze. Ab 1. Dezember sind diese nun in Hotels und Chalets angepasst worden, was besonders im Hinblick auf die grossen Baurvorhaben, wie Hallenbad und Curlinghalle, nötig geworden ist.

### Sport und Prominenz in Unterwasser

Im Bund mit St. Moritz, Gstaad und Le Locle steht der sportfreundliche Obertoggenburger Kurort im Brennpunkt der internationalen Springenwochen. In Zusammenarbeit des Schweizerischen Skiverbandes mit dem Skiklub Unterwasser und unter dem Patronat der Schweizerischen Verkehrszentrale und der Nordostschweizerischen Verkehrsvereine wird die Eröffnungskonkurrenz in Unterwasser mit einer attraktiven Jubiläumsfeier – 10 Jahre Springerwoche – verbunden. Zum sportlichen Grossanlass am Sonntag, 26. Januar, werden bekannte Springer aus 12 Nationen erwartet.

### Bad Ragaz im Vormarsch

Der Bade- und Sportkurort im St.-Galler Rheintal verzeichnete in der vergangenen Saison vom April bis Oktober eine neue Rekordzahl an Uebernachtungen. Mit 270 759 liegt diese Ziffer um 6,63 Prozent höher als im Vorjahr. Die durchschnittliche Uebernachtungsdauer betrug 8,25 Tage. Wie im vergangenen Jahr ist das grosse Thermenwässchen während der Saisonende hinaus noch bis 1. Januar in Betrieb. Die Wiedereröffnung ist auf den 29. März und der Saisonbeginn auf den 12. April 1969 angesetzt.

### Neuer Kurverein Flumserberge

Das Winter- und Sommersportgebiet der Flumserberge hat in den letzten Jahren einen gewaltigen Aufschwung erlebt und besitzt dank seiner idealen Verkehrslage und den fast unerschöpflichen Landreserven zwischen Walensee und Spitzmellen vielversprechende Zukunftschancen. Erfreulicherweise haben sich die am Tourismus interessierten Kreise rund um Flums und Quarten zu einer Interessengemeinschaft «Kurverein Flumserberge» zusammengeschlossen. Der neugebildete Kurverein wird sich zunächst mit der Schaffung eines Verkehrsbüros mit Sekretariat in den Flumserbergen befassen. Zu den weiteren Aufgaben zählen: Werbung im In- und Ausland, Herausgabe von Werbemitteln, Zusammenarbeit mit den Behörden des Kurbereiches und mit den verschiedenen Fremdenverkehrs- und Reise-

### Zunehmende Bedeutung Berns als Kongressstadt

v.v.b. Im Jahr 1968 haben in Bern 18 internationale und über 75 nationale Kongresse und Tagungen stattgefunden, worunter vor allem der bedeutende Weltkongress der Jungen Baptisten. Die Bedeutung Berns als Kongressstadt hat damit eine weitere deutliche Steigerung erfahren. Auch im Jahr 1969 werden in Bern wieder eine Reihe von namhaften internationalen Kongressen erwartet. Neben dem 4. Weltkongress für «Public Park and Recreation Administration» wird vor allem auch der Vollzugsrat des Weltpostvereins vom 3. bis 22. März 1969 in Bern tagen. Dieser Rat besteht aus den Delegierten von 27 der insgesamt 118 Mitgliedstaaten des Weltpostvereins, die aus allen Erdteilen nach Bern kommen um hier die verschiedensten Weltpostprobleme zu beraten; als Tagungszentrum wird das neu renovierte Casino mitten im Stadtzentrum dienen.

### Guter Oktober im Thurgauer Fremdenverkehr

fb. Zwar ist die Zahl der Gäste im Kanton Thurgau mit 7540 um 70 geringer gegenüber dem Oktober 1967, dafür ist die Zahl der Logiernächte um 473 von 27 808 auf 28 291 gestiegen. Die Ausländer-Logiernächte erhöhten sich um 455 auf 5290 und diejenigen der Schweizer Gäste um 18 auf 22 991. Die meisten Auslands Gäste kamen aus Deutschland, nämlich 1547 mit 2912 Uebernachtungen, Österreich war mit 258 Gästen vertreten, Italien mit 196, Frankreich mit 194, die USA mit 134 und England mit 76. Die Bettenbesetzung betrug 34 Prozent gegen 33 Prozent im Vorjahr. Die Gesamteinahmen dürften zwischen 1,2 bis 1,4 Millionen Franken schwanken.

### Nouvelles vaudoises

**Renouveau touristique**

Le comité de direction de l'Office du tourisme du canton de Vaud a tenu au Casino de Montreux sa dernière séance de l'année; séance traditionnellement sans ordre du jour mais au cours de laquelle une libre discussion passe en revue les multiples problèmes qui se posent aux responsables du tourisme vaudois.

Il s'agit de nombreux problèmes énumérés ci-dessous, les uns plus urgents que les autres, qui ont leur influence sur la force de frappe de la propagande, aux problèmes d'équipement et d'organisation. Les problèmes hôteliers occupent une place privilégiée, une collaboration étroite existant depuis longtemps entre l'OTV et l'Association cantonale vaudoise des hôteliers; le secrétariat de l'ACVH est

# 50 Jahre



# Schweizerische Verkehrszentrale

## Zum 50jährigen Geburtstag der Schweizerischen Verkehrszentrale

Es ist mir eine grosse Freude, heute den Werdegang und das Tätigkeitsgebiet der Schweizerischen Verkehrszentrale (SVZ) vorzustellen. Das 50jährige Bestehen einer so wichtigen nationalen Institution ist bestimmt Anlass genug zu einem herzlichen Glückwunsch und zu einer ausführlichen Reportage. Die SVZ ist für die Schweizer Hotellerie ein Partner von allergrösster Bedeutung – repräsentiert sie doch durch ihre Ausstellungen und ihre weltweite Werbung das Reiseland Schweiz und somit unsere Hotellerie in den vordersten Linien. Während 50 Jahren hat es die Verkehrszentrale verstanden, der Schweiz den Ruf als **das** Reiseland zu erhalten. Daran haben bis heute nicht Kriege und Krisen und auch nicht die harte Konkurrenz der sogenannten jungen Touristenländer ernsthaft rütteln können.

Der Begriff der «totalen Landeswerbung» kennzeichnet am besten das Credo des Zürcher Teams, das seit 1960 unter der kompetenten Leitung von Dr. Werner Kämpfen für unseren Tourismus streitet: Werbung als nicht nur für die vielen touristischen Sehenswürdigkeiten, sondern Werbung für eine Nation, für eine Kultur mit allen ihren mannigfachen Erscheinungsformen. Das Image der Schweiz im Ausland wird heute weitgehend durch die Schweizerische Verkehrszentrale geprägt.

Im internationalen Werbekonzert hat es die Verkehrszentrale verstanden, durch Originalität, Treffsicherheit, Qualität und Humor einen der ersten Ränge einzunehmen, obwohl das schweizerische Budget weit hinter den Budgets der meisten anderen Länder zurückbleibt. Die Slogans der Verkehrszentrale sind so einprägsam, dass sie bereits zum touristischen Vokabular gehören: z. B. «Reise durch Europa, raste in der Schweiz», oder besonders aktuell: «Sur la lune un jour, en Suisse toujours».

Der Schweizer Hoteller-Verein hofft, mit seinen Partnern im Tourismus den guten Ruf unseres Landes und seines touristischen Angebots auch in Zukunft zu erhalten, zu festigen und auszubauen. Dabei spielt die Schweizerische Verkehrszentrale eine hervorragende Rolle.

Ernst Scherz, Zentralpräsident

## Rückblick auf 50 Jahre

(me) – Bei unserem Rückblick auf die verflochtenen 50 Jahre seit der Gründung der Schweizerischen Verkehrszentrale – oder der «Nationalen Vereinigung zur Förderung des Reiseverkehrs», wie die SVZ damals genannt wurde – ist natürlich der 1. Jahresbericht ganz besonders interessant, so dass wir ihn hier etwas näher betrachten wollen, um anschliessend die ändern in Form der Facts-Information, auf die einzelnen Jahre aufgeteilt, flash-artig Revue passieren zu lassen.

1. Jahresbericht der Nationalen Vereinigung zur Förderung des Reiseverkehrs, umfassend den Zeitraum vom 28. November 1917 bis 31. Dezember 1918:

Die konstituierende Generalversammlung der «Nationalen Vereinigung zur Förderung des Reiseverkehrs» fand am 28. November 1917 im Nationalratsaal in Bern statt. Anwesend waren 225 Mitglieder und Subvenienten. Den Vorsitz führte Bundesrat Calonder, das Protokoll A. Junod, Direktor der Gesellschaft «Pro Sempione».

Es wurde der Verkehrsrat, aus 63 Mitgliedern bestehend, bestimmt.

Zum **Direktor** wurde auf dem Weg der Berufung Albert Junod, Lausanne, gewählt. Die Wahl durch den Verkehrsrat erfolgte einstimmig. Herr Junod trat sein Amt sogleich an.

Die Besetzung der Posten der drei **Abteilungschefs** konnte erst erfolgen, nachdem die Dienstordnung vom Verkehrsrat genehmigt war. Die drei Stellen wurden in den verbreitetsten Tagesblättern der deutschen und romanischen Schweiz zur freien Bewerbung ausgeschrieben. Eine sorgfältige Prüfung der eingegangenen Bewerbungen, welche den Vorstand während mehreren Sitzungen beschäftigte, ergab, dass nur für die Abteilung «Volkswirtschaft» die Anmeldungen eine befriedigende Auswahl von Kandidaten boten. Die Besetzung der Posten für Propaganda und Verkehr erfolgte auf dem Wege der Berufung. Es wurden als Abteilungschefs gewählt:

- a) für die Propaganda: Heinrich Hartmann, Inter-laken.
- b) für den Verkehr: Battista Quattrini, Lugano.
- c) für Volkswirtschaft und Statistik: Dr. Otto Töndury, Tarasp

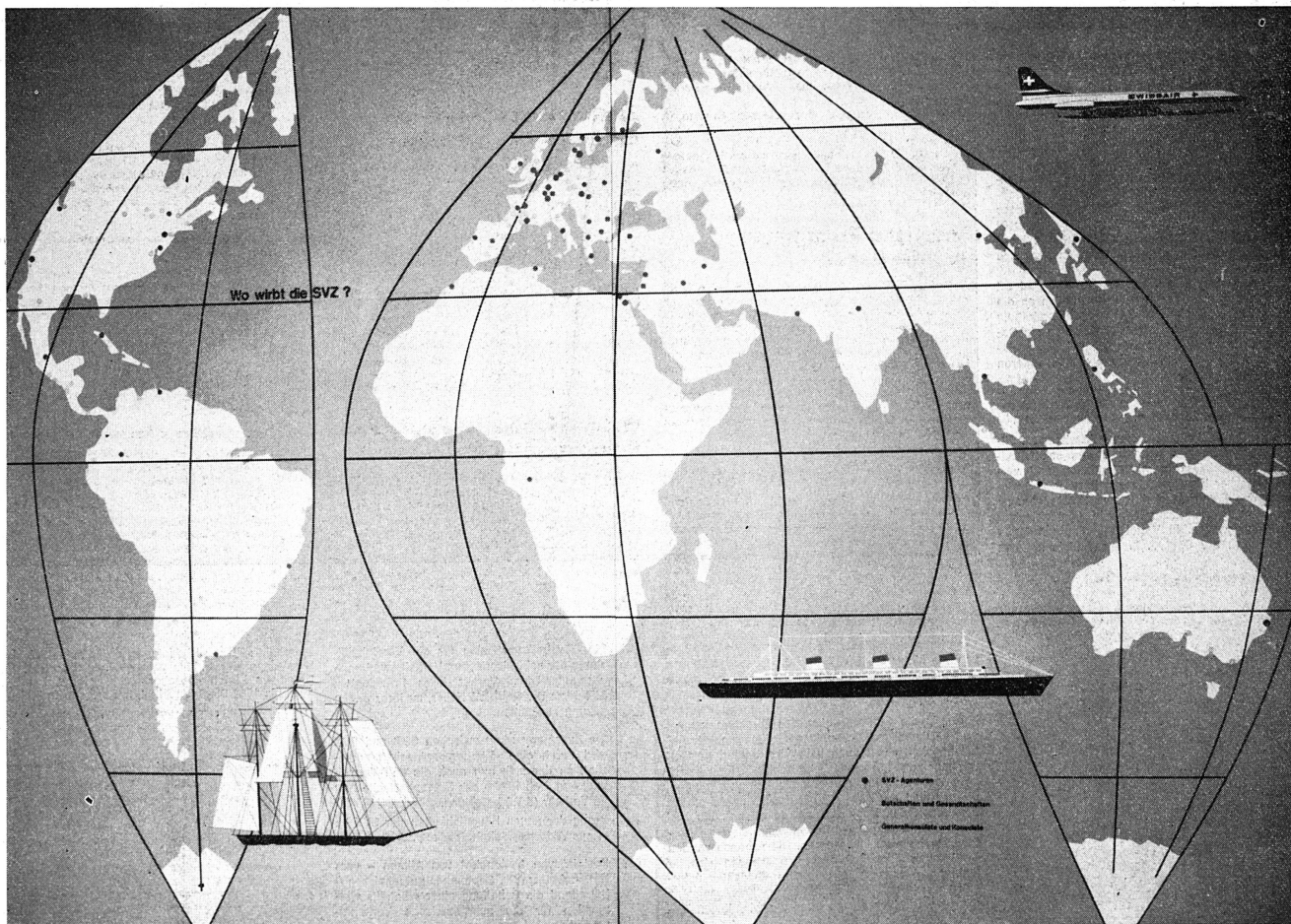
Als Sekretär-Buchhalter wurde Maurice Jaton, Bern, gewählt. Zum Personal gehörten ferner drei Stenotypistinnen.

**Lokalitäten:** Die Bureau der Verkehrszentrale wurden zunächst provisorisch im 1. Stock des Hauses Usterstrasse 19 eingerichtet. Es standen dort nur 6 Zimmer zur Verfügung, so dass es sich hier nur um eine vorübergehende Installation handeln konnte. Nach längerem Suchen gelang es der Direktion, Lokalitäten ausfindig zu machen, die wohl in absehbarer Zeit unseren Raumbedürfnissen genügen werden (wurde damals geschrieben) und die auch eine weitere räumliche Ausdehnung im gleichen Hause ermöglichen. Diese Lokalitäten, im 1. Stock des Gebäudes Löwenstrasse 55, wurden am 27. Dezember 1918 bezogen.

**Büro-Eröffnung:** das Bureau der Verkehrszentrale wurde am 17. Juni 1918 eröffnet.

**Die Tätigkeit der Verkehrszentrale:** Die Direktion knüpfte Verbindungen an mit dem schweizerischen Eisenbahn-Departement, den Bundesbahnen, sowie den übrigen Schweizerischen Bahnverwaltungen, ferner mit der Post-, Telegraphen- und Zollverwaltung, mit den Verkehrsvereinen und den Verlagsinstituten.

Und hier einige Stellen aus dem Bericht des **Abteilungschefs für Propaganda:** Die Verkehrszentrale und mit ihr die Abteilung Propaganda ist am Vorabend der Umgruppierung der Völker ins Leben getreten... Die Eroberung der Welt für unser winziges Fleckchen Erde, das uns gebar, das uns gab, was wir besitzen, für die Scholle, deren Erdgeruch uns eigen ist und mit der wir mit tausend unlöslichen Fäden verbunden sind, ist das Ziel namentlich des Berichterstatters. Hier ist die Zentralstelle mit jenem wunderbaren, komplizierten und darum sehr kostspieligen Funkenapparat. Setzt die Erregerspule seine Hebel, Räderchen, Auslös- und Anschlussmechanismen in Bewegung, so gehen die Stromwellen der intellektuellen Kraft und eines lebendigen, ziel-sicheren Willens hinaus. Diese Wellen sollen sich nicht im Unendlichen verlieren, nicht wirkungslos im All zerstäuben, sondern ihre Antennen finden, die ragend in der wahllosen, unempfindlichen Masse stehen, um den Funkenspruch aufzunehmen, umzu-





wandeln, und der elektrischen Disposition ihres Kreises anzupassen. Die Propagandastelle ist die Quelle des Fluidums, die Abgabestation der Impulse. Die zu gründenden Filialen sind die Antennen. Es existieren bereits solche Antennen, die von den Bundesbahnen und dem Hotelverein errichtet worden sind. Diese werden wir ohne Zweifel mitbenutzen dürfen. Neue müssen erst geschaffen werden. Das Bild der Funkenstation und Antenne ist nicht abschliessend vorangestellt worden. Es illustriert eine der wichtigsten, der fundamentalsten Aufgaben. Es führt uns aber auch sofort an die Grenze der gegenwärtigen Leistungsfähigkeit der schweizerischen Verkehrszentrale. Nimmt man an, es sollen auch nur vier solcher Antennen in der Welt herum aufgerichtet und so ausgebaut und eingerichtet werden, dass sie den Bedürfnissen ihrer Millionenkreise geistig, finanziell und repräsentativ gewachsen sind und ihren wirtschaftlichen Zweck erfüllen, so muss je nach Ausgestaltung mit einem Aufwand von je 50 000 Franken gerechnet werden. Viermal 50 000 Franken machen aber schon 200 000 Franken, müsst unsere gegenwärtige Einnahmequelle bis nahe an ihre Hälfte ausgeschöpft und trotzdem das Gesamtziel lange nicht erreicht ist. Diese Erkenntnis möchte mutlos machen. Man könnte an der territorialen Geringfügigkeit unseres Landes und der daraus hervorgehenden finanziellen Schwäche irre werden. Aber irre werden ist Talosigkeit. Wir haben uns somit auf dem Gegebenen zu bewegen, auf diesem Boden müssen wir das Menschenmögliche zu erreichen und aufzubauen suchen. Und sobald einmal Leistungen der Verkehrszentrale zu verzeichnen sein werden – Erfolge – wird auch das Vertrauen sich automatisch einstellen. Dieses Vertrauen werden wir namentlich auch auf Seite von Handel und Gewerbe zu gewinnen haben. Wir haben uns auch für sie zu betätigen. Dann werden uns von dieser Seite Mittel zufließen, die es uns ermöglichen werden, die stärksten geeigneten Kräfte unseres Landes für das gegenwärtig schwächste Glied der schweizerischen Volkswirtschaft einzusetzen, das noch lange Zeit die fürsorglichste aller Pflegen am meisten benötigen wird; für die Hotellerie der in der Hauptsache auf den Fremdenverkehr angewiesenen Gegenden.

... Wenn wir als volkswirtschaftliches Institut der Industrie im allgemeinen gute Dienste leisten können, so wird sie sicher mit Freuden unsere Spezialziele auch fördern helfen. Welche gewaltige Unterstützung könnte nicht die gerade unserer Propaganda zuteil werden lassen, wenn sie sich verpflichtete, in systematischer Zusammenarbeit mit uns alle ihre Etikettierung, ihre Packung, und den gesamten bildlichen Beischmuck, alle diese Nebendinge, welche jährlich millionenweise ins Ausland geworfen werden, nach einheitlichen, übergeordneten Gesichtspunkten auszugestalten und zu typifizieren! Nichts böte uns das Mittel einer umfassenderen wirkungsvolleren Massensuggestion für Schweizer Interessen und Schweizer Fabrikate als eine solche Zusammenfassung und Normalisierung heute noch unorganisierter, doch gewaltiger Aufwendungen. ... Andererseits müssen Mittel und Wege gesucht und gefunden werden, für die Industrie bei der bei uns zu Gast weilenden Fremdenwelt einen suggestiven Informationsdienst einzurichten. Durch denselben soll der Gast in anmutiger, angenehmer und nicht aufdringlicher Weise, auf Schritt und Tritt im Innern des Hotels, in dem er absteigt und sich aufhält, auf die reichen Erzeugnisse schweizerischen Gewerbes, auf Uhren, Juwelen, Spitzen, Stickereien, Schnitzwaren, Schokolade usw. aufmerksam gemacht werden. Diese Tätigkeit hat auch durch Vermittlung der im Verkehr stehenden Lokalorganisationen, wie der Verkehrsanstalten jener Gegenden, zu geschehen. In diesem Zusammenschluss der nach verschiedenen Richtungen wirkenden industriellen Kräfte liegt der Schlüssel zur erfolgreichen Durchsetzung des volkswirtschaftlichen Gesamtwillens. Die Kräfte können und dürfen künftig nicht mehr neben, ja selbst gegeneinander wirken. Nur geschlossen wird das weiteste Ziel erreicht.

... Der Stoss der im ersten Hunger und Enthusiasmus. Ausstehender bei der Zentrale eingereichten Propagandaprojekte ist ein derartiger, dass schon das Studium derselben Monate beansprucht und die Verwirklichung, wenn sie überhaupt jeder dieser Ideen zuteil würde, Jahrzehnte in Anspruch nehmen müsste...

... Die Angelegenheiten der Propaganda sind oft so delikater Natur, dass man sie unmöglich an die grosse Glocke hängen kann. Die Berichterstattung muss sich, da die Materie gewissermassen als Geschäftsgeheimnis zu behandeln ist, auf Allgemeinheiten und Dinge beschränken, die der besonderen Vorsicht nicht bedürfen. Sowelt der Abteilungschef für Propaganda.

#### Volkswirtschaft und Statistik:

Eine der Hauptaufgaben... dieser Abteilung... bildet das Studium der Wirkungen des schweizerischen Reiseverkehrs in wirtschaftlicher und verkehrspolitischer Hinsicht. Hiezu gehören die Beziehungen des Fremdenverkehrs zum Hotelwesen, zu Handel und Gewerbe, zur Industrie, Landwirtschaft und Bildungswesen. In Verfolgung dieser Aufgabe befasste sich der Chef... in erster Linie mit den

Fragen betreffend Balneologie und Klimatologie. Der volkswirtschaftliche Wert, welcher in unseren Bädern und Mineralquellen, in unserem heilkräftigen Klima und – last but not least – in den Naturschönheiten unseres Landes liegt, ist bisher eher unterschätzt und nicht gehörig ausgebaut worden. Wohl bestand seit Jahren die «Schweizerische Balneologische Gesellschaft», welche im Jahre 1917 in die «Schweizerische Gesellschaft für Balneologie und Klimatologie» umgetauft wurde. Dieselbe ist jedoch nur aus Aerzten zusammengesetzt und hat nicht den nötigen Kontakt mit den Kurorten- und Mineralwasser-Interessenten. Dies wurde auch in Aerztekreisen als grosser Uebelstand empfunden und im Jahre 1917 revidierten Statuten sehen bereits eine wirtschaftliche Sektion von Nichtärzten vor.

... Als erste Bestätigung... wurde vorgesehen, sämtliche Mineralwasser-Interessenten der Schweiz zu einer Kollektivausstellung an der diesjährigen Mustermesse in Basel heranzuziehen. ... Die Schweizerische Verkehrszentrale hätte die Kosten für den Druck der während der Mustermesse zur Verteilung gelangenden kleinen Broschüre und für die Anstellung einer passenden Person zwecks Auskunftsverteilung zu übernehmen. Eine weitere Aufgabe der Abteilung für Volkswirtschaft und Statistik der SVZ ist das Studium der Einflüsse des Fremdenverkehrs auf die sozialen Verhältnisse der einheimischen Bevölkerung. ... Die Aufgabe der Unterstützung der auf Verbesserung der sozialen Lage des Hotelpersonals hinielenden Bestrebungen kann nach zwei Richtungen hin an die Hand genommen werden: 1. durch Hebung der Berufsbildung und 2. durch Bessergestaltung der Anstellungsverhältnisse. Vorläufig hat sich die Abteilung nur mit dem letztgenannten Teil dieser Aufgabe befasst. ... Was im Kreise der Hotelprinzipale in Sachen bisher gegangen ist, ist dem Abteilungsleiter als bisherigem Präsidenten des Schweizerischen Hoteliervereins zur Genüge bekannt. Unser Bestreben wird sein, bei allen Verhandlungen zwischen Arbeitnehmer und Arbeitgeber eine vermittelnde Rolle zu spielen, damit eine auf gerechter Grundlage aufgebaute Verständigung zustandekommen könne.

**Beurlaubung des Direktors:** Am 3. August teilte Herr Bundespräsident Calonder Herrn Direktor Junod mit, der Bundesrat habe ihn für den Posten eines Ministerpräsidenten in Petrograd in Aussicht genommen und erwarte, dass der Vorstand der Verkehrszentrale Herrn Junod einen Urlaub für ein Jahr bewillige, damit er diese Mission, bei der wesentliche Interessen der Eidgenossenschaft auf dem Spiele ständen, übernehmen könne. ... Durch diesen Beschluss wurde der Vorstand in nicht geringe Verlegenheit gesetzt angesichts der Tatsache, dass Herr Junod sein Amt erst seit wenigen Wochen angetreten hatte und die ganze Organisation der Verkehrszentrale erst im Werden begriffen war. Die Befürchtung, dass das kaum begonnene Werk ins Stocken gerate, machte es den Mitgliedern des Vorstandes schwer, dem Verlangen des Bundesrates entgegenzukommen. Nachdem Herr Bundesrat Calonder gegenüber dem Vorstand die bestimmte Erwartung ausgesprochen hatte, dass Herr Junod während seiner Abwesenheit die Leitung der Verkehrszentrale übernehmen werde, wurde beschlossen, dass Herr Junod während seiner Abwesenheit die Leitung der Verkehrszentrale übernehmen werde, wurde beschlossen, dass Herr Junod während seiner Abwesenheit die Leitung der Verkehrszentrale übernehmen werde.

... Die Aufgabe der Unterstützung der auf Verbesserung der sozialen Lage des Hotelpersonals hinielenden Bestrebungen kann nach zwei Richtungen hin an die Hand genommen werden: 1. durch Hebung der Berufsbildung und 2. durch Bessergestaltung der Anstellungsverhältnisse. Vorläufig hat sich die Abteilung nur mit dem letztgenannten Teil dieser Aufgabe befasst.



chen hatte, dass dieser die Interessen der Verkehrszentrale hinter die wichtigen Interessen der ganzen Eidgenossenschaft zurücktreten lasse... beschloss der Vorstand – nicht ohne Widerspruch einzelner Mitglieder – Herrn Junod für ein Jahr zu beurlauben. Für die Stellvertretung des Direktors kamen, weil im damaligen Zeitpunkt noch kein einziger Abteilungschef, somit auch kein Vizedirektor, gewählt war, nur zwei Lösungen in Betracht: 1. Eine geeignete, vertrauenswürdige Persönlichkeit zu gewinnen, die während der Abwesenheit des Herrn Junod die Funktionen des Direktors ausübte oder 2. Ein Mitglied des Vorstandes mit der Führung der Direktionsgeschäfte zu beauftragen. Die Arbeiten wurden schliesslich dem Präsidenten übertragen. In der Meinung, dass er dabei vom Vizepräsidenten unterstützt werde und eine regelmässige Korrespondenz mit dem Direktor diesen über die wichtigsten Geschäfte auf dem Laufenden halte,

#### Historisches

- 1884 Ein attraktives Plakat der Gotthardbahn wirbt im Ausland für Reisen nach der Schweiz unter Hinweis auf die neue direkte Verbindung England – Frankreich – Schweiz (Gotthard) – Italien.
- 1893 Gründung des Verbandes Schweizerischer Verkehrsvereine. Eröffnung einer Auskunfts- und Werbestelle des «Syndicat des Intérêts de la Suisse romande et du Jura-Simplon» in London.
- 1901 Uebernahme dieser Londoner Agentur durch die Schweizerischen Bundesbahnen (SBB).
- 1903 Verstaatlichung der grossen schweizerischen Privatbahnen; die Schweizerischen Bundesbahnen (SBB) als Rechtsnachfolger setzen den Auf- und Ausbau der Werbung im Ausland fort. Eröffnung der SBB-Agentur Paris. Im weltberühmten Shepherd's Hotel in Kairo wird eine Vertretung der SBB eröffnet.
- 1904 Schaffung eines Publizitätsdienstes durch die SBB. Der «beratenden Kommission für den Publizitätsdienst» wird die Aufgabe gestellt: «Prüfung und Anregung von Werbemassnahmen zur Förderung des schweizerischen Reiseverkehrs».
- 1908 Die SBB eröffnen in Verbindung mit dem Schweizer Hotelierverein eine der ersten touristischen Agenturen in New York. Eröffnung der Agentur Berlin.
- 1911 Nationalrat Dr. A. Seiler erklärt in einer Motion, der Bundesrat sei zur «Errichtung einer Zentralstelle behufs Förderung des Fremdenverkehrs in der Schweiz» einzuladen.
- 1917 Gründung der «Nationalen Vereinigung zur Förderung des Reiseverkehrs» auf privatrechtlicher Grundlage. Errichtung des Geschäfts-sitzes in Zürich unter der Bezeichnung «Schweizerische Verkehrszentrale» (SVZ). Jährlicher Bundesbeitrag: 120 000 Fr.
- 1918 Beginn der SVZ-Tätigkeit am 17. Juni. Vorerst waren die Büros provisorisch im 1. Stock des Hauses Nr. 19 an der Usterstrasse in Zürich installiert. Auf Ende des Jahres, genau genommen am 27. Dezember, zog man dann an die Löwenstrasse 55, wo sich heute noch der Materialdienst der SVZ befindet.
- 1921 Uebereinkommen zwischen der SVZ und dem Publizitätsdienst der SBB zwecks Schaffung gemeinsamer Agenturen im Ausland, Kollektivwerbung, Beschaffung und Verteilung von Werbematerial.
- 1923 Eröffnung der ersten Auslandsagentur der SVZ in Nizza (die bisherigen Eröffnungen betrafen Vertretungen der SBB, teilweise in Verbindung mit dem Schweizer Hotelierverein, schweizerischen Privatbahnen, usw.).
- 1924 Erweiterung des Netzes der gemeinsamen Agenturen SBB/SVZ auf Wien, Rom, Amsterdam, Prag, Stockholm, Brüssel und Mailand.

- 1939/1940 Bundesbeschluss über die Errichtung einer «Schweizerischen Zentrale für Verkehrsförderung» als öffentlich-rechtliche Körperschaft des Bundes, in Kraft gesetzt am 1. Juli 1940.
- 1941 Die Schweizerische Zentrale für Verkehrsförderung (SZV) mit Hauptsitz in Zürich und «Sieghe auxiliaire» (Office Central Suisse du Tourisme – OCS) in Lausanne nimmt zu Jahresanfang ihre Tätigkeit auf.
- 1945 Die SZV und die ihr unterstellte «Reisezentrale für amerikanische Armee-Urlauber» beginnen mit der Organisation und Durchführung von Schweizer Ferienreisen für insgesamt 350 000 Mitglieder der amerikanischen Streitkräfte in Europa, womit der Nachkriegs-Reiseverkehr wirkungsvoll angekurbelt wird.
- 1946 Gründung von eigenen SZV-Agenturen in Lissabon (seit 1961 nur noch als Auskunftsbüro der Swissair angegliedert) und San Francisco.
- 1949 Eröffnung von Agenturen der SVZ in Frankfurt und Buenos Aires.
- 1955 Die SVZ nimmt wieder ihre ursprüngliche Bezeichnung «Schweizerische Verkehrszentrale (SVZ), französisch Office National Suisse du Tourisme (ONST) an; die Zweigstelle Lausanne wird im Zuge von Sparmassnahmen geschlossen.
- 1958 Die Agentur New York – seinerzeit eine gemeinsame Gründung der SBB und des Schweizer Hoteliervereins, seit 1941 von der SVZ übernommen und seit 1951 in neuen Räumlichkeiten an der Rockefeller Plaza – begeht ihr Goldenes Jubiläum unter dem Motto «50 Years of Service for American-Swiss Travel».

#### Die letzten acht Jahre

- 1960 Aus dem 20. Geschäftsbericht der SVZ: «Im Jahr 1937, vor knapp einem Vierteljahrhundert, bezeichnete man die 16,2 Millionen Logiernächte unseres Fremdenverkehrs als befriedigendes Resultat. Die verfügbaren Gastbetten waren zu 31,2 Prozent ausgenutzt. Damals erachteten Fachleute ein Gesamtvolumen von 25 bis 26 Millionen Logiernächten und eine Bettenbesetzung von 40 bis 45 Prozent als «ideal», d.h. voll kostendeckend, für unsere Hotellerie. Genau 20 Jahre später, 1957, wurden die 25 Millionen erreicht, und 1960 ist die Gesamtzahl sogar auf über 28 Millionen, bei einer Bettenbesetzung von 46 Prozent, hinaufgeklattert».
- 1961 Die Zahl der Uebernachtungen in den von der Statistik erfassten schweizerischen Beherbergungsbetrieben erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um weitere 7,9 Prozent und überschritt erstmals die Grenze von 30 Millionen. Grossen Anklang im In- und Ausland fand eine von der SVZ herausgegebene farbige Photoplakaterie, die dank der sorgfältigen Auswahl der Sujets auch weiterhin starke Verbreitung findet. Beginn des für ein ganzes Jahrzehnt aufgestellten Werbeprogrammes für «aktive Ferien».

- 1931 Die «Zentralkommission für die Vereinheitlichung der schweizerischen Verkehrswerbung» tritt unter dem Vorsitz ihres Präsidenten, Ständerat Dr. Gottfried Keller, zu ihrer ersten Sitzung zusammen.

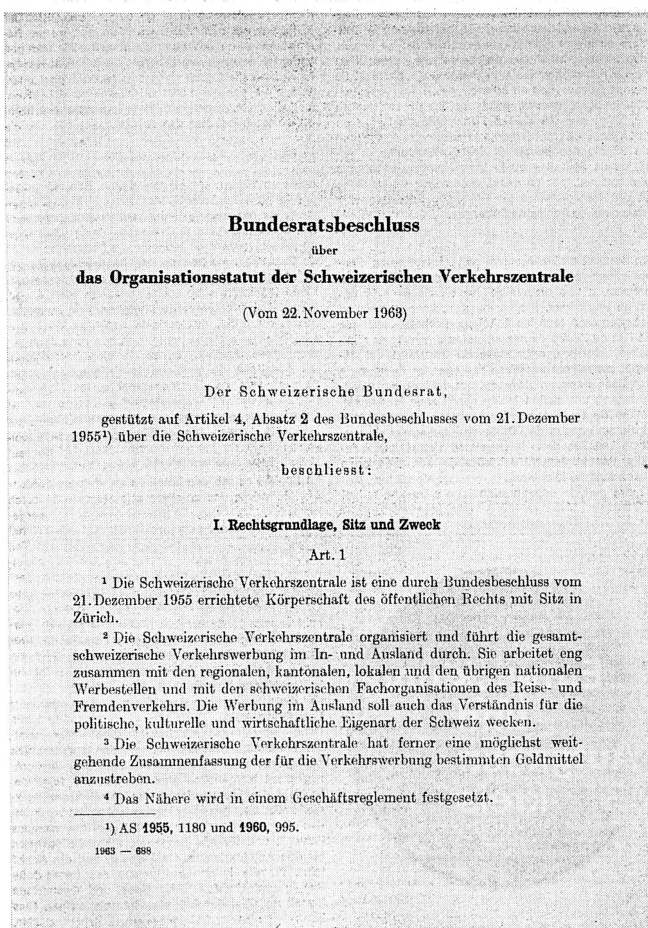
Die Zusammenarbeit zwischen SBB und SVZ wird durch eine «Werbegemeinschaft» gefestigt, an der sich nun auch die PTT-Verwaltung – und ab 1935 – das Eidgenössische Amt für Verkehr (EAV) beteiligen. Bezug der neuen Räumlichkeiten der SVZ im «Haus Viktoria», Bahnhofplatz 9, Zürich.

- 1936 Postulat von Nationalrat von Allmen – vom Nationalrat am 30. September gutgeheissen – betreffend die Schaffung einer «Einheitsorganisation für die schweizerische Verkehrswerbung».

Ein recht seltenes Bilddokument, das anlässlich der Vernissage der Jubiläumsausstellung der SVZ im Stadthaus Zürich «geschossen» wurde: v. l. n. r.: 1933 bis 1960 Siegfried Bittel, mit seinem Kodirektor René Thiessing, Dr. Werner Käpfen, ab 1960.

- («vacances actives»), die nicht mehr nur «Faulenzferien», aber auch keine «Hetzjagden» nach Sehenswürdigkeiten sein sollen. Aus diesem Gesamtkonzept, mit dem eine Aufwertung des Bergklimas als Erholungsfaktor angestrebt wurde, entwickelten sich, gleichsam als Untertitel oder Etiketten, die Werbeparolen der nachfolgenden Jahre.
- 1962 Die 250. Wiederkehr des Geburtstages des Genfer Dichters und Philosophen Jean-Jacques Rousseau gab der Fremdenverkehrswerbung für die Schweiz neue Impulse. Im Zusammenhang mit den Jubiläumseierlichkeiten – und im Einklang mit dem im Vorjahr angelaufenen Zehnjahresprogramm – standen die von Rousseau Ruf «Zurück zur Natur» inspirierten Werbeparolen, wie «Zurück zur Natur – zurück zur Reisekultur» und «Zurück zur Natur – 1962 wieder einmal Ferien in der Schweiz». Als Fremdenverkehrsjahr brachte es 1962 auf den Rekordstand von 31,5 Millionen Logiernächten.
- 1963 Der Gedanke der Rückkehr zu geruhsamen, naturverbundenen Ferien und zum gemächlichen Reisen nach dem Vorbild des Postkutschen-Zeitalters wurde in dem erfolgreich in aller Welt verbreiteten Slogan «Reise durch Europa – raste in der Schweiz» weiter gesponnen. Ein Jubiläum besonderer Art, das sich harmonisch in diesen Rahmen einfügte, war die Rekonstruktion der ersten organisierten Gesellschaftsreise in der zeitgenössischen Aufmachung von 1862, als der englische Reisefachmann Thomas Cook erstmals eine geschlossene Gruppe von Touristen nach einem sorgfältig vorbereiteten Programm durch die Schweiz leiten liess. Die Fremdenverkehrstatistik verzeichnete einen leichten Rückgang des Rekordergebnisses des Vorjahres um 1,9 Prozent auf knapp 31 Millionen Logiernächte.
- 1964 Das Jahr der Schweizerischen Landesausstellung in Lausanne, kurz Expo-Jahr genannt, überflügelte in touristischer Beziehung das rückläufige Vorjahr um 4 Prozent und das bisher beste Jahresergebnis (1962) um 2 Prozent: Die Gesamtzahl der Uebernachtungen erreichte 32,3 Millionen. Die Grundidee der Werbung, «Reise durch Europa – raste in der Schweiz», blieb unverändert und fand in einigen Nachbarländern, wo «Erholungsdörfer» propagiert wurden, bereits Nachahmung. Parallel zu diesen Werbebemühungen gingen tatkräftige gemeinsame Anstrengungen der SVZ und der an der Expo beteiligten Kreise für die weltweite Propagierung der Schweiz als Reise- und Exportland.
- 1965 Jubiläen, wie 100 Jahre Wintersport in St. Moritz und Davos und der 100. Jahrestag der Erstbesteigung des Matterhorns, boten den Anlass, 1965 zum «Jahr der Alpen» zu erklären, in dessen Rahmen auch eine noch engere Zusammenarbeit auf dem Gebiet der Werbung mit den übrigen Alpenländern angestrebt wurde. Die einzelnen Veranstaltungen während des Alpenjahres, ganz besonders die Matterhorn-Jubiläumswoche in Zermatt und im benachbarten italienischen Breuil-Cervinia, fanden ein aussergewöhnlich starkes Echo in der Weltpresse sowie im internationalen Fernsehen. Grundgedanke der Werbung, die bewusst auf eine Wirkung auf lange Sicht ausgerichtet wurde, war die Wiederentdeckung der Bergwelt als klimatischer Gesundbrunnen und Betätigungsfeld für «aktive» Feriengäste. Wandern und Bergsteigen kamen wieder zu

- ihrem Recht. Die Uebernachtungsziffer senkte sich gegenüber dem Vorjahr um 3 Prozent auf 31,5 Millionen Logiernächte, ein Ergebnis, mit dem nach den einmaligen touristischen Erfolgen des Expo-Jahres 1964 gerechnet werden musste.
- 1966 Es zeigte sich auch im Jahre 1966 die nachhaltige Wirkung der im «Jahr der Alpen» unternommenen Werbeaktionen. Neue Slogans unter Anspielung auf den der Erschliessung harrenden Weltraum und mit humoristischer Färbung kamen in den Werbekampagnen zu den bereits bewährten Formeln hinzu, wie beispielsweise: «Vor Ihrer Fahrt auf den Mond eine Fahrt in die Schweiz». Am 23. Juni erfolgte in New York die festliche Eröffnung des Swiss Center an der Fifth Avenue, in welches die dortige SVZ-Agentur übersiedelte. In London geht ein weiteres, bedeutend umfassenderes Swiss Center seiner Vollendung entgegen. Es beherbergt seit dem Sommer die Räumlichkeiten der SVZ-Agentur. Beide Zentren sind praktische Beispiele für die Jahr für Jahr deutlicher Gestalt annehmende «totale» Landeswerbung für die Schweiz im Sinne einer günstigen Beeinflussung des schweizerischen «Image» im Ausland. Die eidgenössischen Räte stimmten in ihrer Dezembersession mit grosser Mehrheit der Erhöhung des jährlichen Bundesbeitrages an die SVZ von 5,5 auf 8 Millionen Franken ab 1967 und auf 10 Millionen Franken ab 1970 zu und bewilligten ferner einen Sonderkredit von knapp 3 Millionen Franken für die dringend notwendige Erneuerung der Agentur Paris.
- 1967 Mit einer Gesamtzahl von 32,09 Millionen statistisch erfasster Uebernachtungen nimmt dieses Jahr nach dem Expo-Jahr 1964 die zweite Stelle in der Geschichte des schweizerischen Fremdenverkehrs ein. Der Hauptakzent wurde auf den Wintertourismus gelegt, der mit den Slogans «Winterferien – doppelte Ferien» und «Chumm mit – bibl gesund» propagiert wurde. Die vier Ziehungen des Ferien-Kalenderwettbewerbwerbes fanden in immer weiteren Kreisen grossen Anklang und wurden auch in Presse, Radio und Fernsehen lebhaft kommentiert. Dank einem Abkommen mit der Swissair konnten in sechs südamerikanischen Städten touristische Auskunftsstellen geschaffen werden, was zur Folge hat, dass die SVZ auch in diesem grossen Einzugsgebiet stärker vertreten ist.
- 1968 In diesem Jahr stand die Werbung unter dem Motto der Zeit, das in zahlreichen Abwandlungen dargestellt wurde. Die Slogans lauteten etwa «Schweizer Zeit ist mehr als Geld», «Gegen Angina temporis – Schweizer Ferien», «Höchste Zeit für Ferien in der Schweiz» oder «Mit Schweizer Ferien immer auf der Höhe der Zeit». Die Wahl dieses Themas ermöglichte eine breite Zusammenarbeit mit der «Fédération horlogère» und der Swissair, die unsere Aktionen lebhaft unterstützen. Die vier Ziehungen des Ferien-Kalenderwettbewerbwerbes boten im In- und Ausland besonders günstige Gelegenheit, die Bevölkerung mit dem Zeit-Thema bekannt zu machen. – Die Erinnerungstour «Auf den Spuren von Sherlock Holmes», die im Frühjahr eine grosse Zahl von Persönlichkeiten und Publizisten aus aller Welt an die Aktionsorte des britischen Meisterdetektivs führte, bildete wohl den Höhepunkt der Werbetätigkeit in der Schweiz und im Ausland. Zahlreiche Reporter beglei-



## Bundesratsbeschluss über das Organisationsstatut der Schweizerischen Verkehrszentrale

(Vom 22. November 1963)

Der Schweizerische Bundesrat,

gestützt auf Artikel 4, Absatz 2 des Bundesbeschlusses vom 21. Dezember 1955<sup>1)</sup> über die Schweizerische Verkehrszentrale,

beschliesst:

### I. Rechtsgrundlage, Sitz und Zweck

#### Art. 1

<sup>1</sup> Die Schweizerische Verkehrszentrale ist eine durch Bundesbeschluss vom 21. Dezember 1955 errichtete Körperschaft des öffentlichen Rechts mit Sitz in Zürich.

<sup>2</sup> Die Schweizerische Verkehrszentrale organisiert und führt die gesamtschweizerische Verkehrswerbung im In- und Ausland durch. Sie arbeitet eng zusammen mit den regionalen, kantonalen, lokalen und den übrigen nationalen Verbänden und mit den schweizerischen Fachorganisationen des Reise- und Fremdenverkehrs. Die Werbung im Ausland soll auch das Verständnis für die politische, kulturelle und wirtschaftliche Eigenart der Schweiz wecken.

<sup>3</sup> Die Schweizerische Verkehrszentrale hat ferner eine möglichst weitgehende Zusammenfassung der für die Verkehrswerbung bestimmten Geldmittel anzustreben.

<sup>4</sup> Das Nähere wird in einem Geschäftsreglement festgesetzt.

<sup>1)</sup> AS 1955, 1180 und 1960, 995.

1963 — 895

telen die illustre Gruppe, die in Kostümen der Jahrhundertwende reisten, und berichteten in Fernsehen, Radio und Zeitungen über die neuerliche Auferstehung des genialen Detektivs. – Mit der Eröffnung einer Aussenstelle in Chicago erfuhr das Agenturnetz der SVZ eine weitere Ausdehnung. Die bisherigen Frequenzmeldungen aus Hotels und Kurbetrieben liessen auf ein günstiges Gesamtergebnis schliessen, so dass das Jahr 1968 vermutlich als eines der besten in die Geschichte des schweizerischen Fremdenverkehrs eingehen wird.

## L'organisation du tourisme en Suisse

Le renom des ressources touristiques de la Suisse avait stimulé le zèle, en 1863, de Thomas Cook qui en était à ses débuts et qui fut le premier à organiser un voyage collectif, initiative dont la Suisse bénéficia. Cela tenait d'ailleurs de l'«expédition», au sens où on l'entendait à l'époque, que du parcours paisible, mais le créateur de la première agence de voyage avait vu clair et son exemple fut suivi.

En 1894, la compagnie du chemin de fer Jura-Simplon ouvrit une agence à Londres et ce fut le départ de la propagande touristique à l'étranger. Après le rachat, en 1903, des plus importantes entreprises de chemins de fer privés, les Chemins de fer fédéraux prirent l'initiative d'une organisation systématique de la publicité («propagande» est un mot qui risque de provoquer des réflexes défavorables) en ouvrant des bureaux à Paris, New York et Berlin, puis au Caire et à Vienne. En 1911, le conseiller national A. Sella demanda dans une motion «la création d'un office central pour le développement du mouvement des étrangers en Suisse» et, en 1917, une institution de droit privé prit le nom d'Association nationale en faveur du tourisme; elle fixa son siège à Zurich, sous la raison sociale «Office national suisse du tourisme». Sa première agence fut ouverte à Nice, en 1923 et, au cours des années suivantes, le réseau s'étendit à Rome, Amsterdam, Prague, Stockholm, Bruxelles et Milan.

La collaboration avec les CFF, les PTT, l'Office fédéral des transports, les hôteliers, les cafetiers-restaurateurs était étroite. En 1936, un député au Conseil national demanda que soit envisagée la création d'un organisme unique auquel serait confié l'ensemble des problèmes de publicité touristique. Un arrêté fédéral approuva en septembre 1939 l'unification attendue et l'Office central suisse du tourisme était sacré corporation de droit public; en 1955, on en revint au premier baptême, plus heureux à notre sens. Les statuts précisent que l'ONST a pour but «d'organiser et d'assurer la propagande en faveur du tourisme pour l'ensemble de la Suisse, tant à l'étranger que dans le pays. A cet effet, il veillera à une étroite collaboration avec les services de propagande régionaux, cantonaux ou locaux, ainsi qu'avec les organisations professionnelles suisses de voyage et de tourisme».

Une collaboration étroite est assurée dans le sens précisé par les statuts. Cette action de publicité s'étend au patrimoine culturel du pays, à l'enseignement et aux instituts d'éducation, aux sports et à la recherche d'une détente personnelle. Dix régions ont été créées, qui représentent les intérêts de quelque 180 offices de tourisme locaux: le canton de

Zurich, la Suisse du Nord-Est (St-Gall, Schaffhouse, Thurgovie, Glaris et les deux Rhodes d'Appenzel); la Suisse centrale (Lucerne, Zoug, Uri, Schwyz, Obwald et Nidwald); le Tessin; le pays bernois, à l'exception du Jura; la Suisse du Nord-Ouest (Bâle-Ville, Bâle-Campagne, Soleure et Argovie); les cantons de Fribourg et de Neuchâtel et le Jura bernois; la région du Léman (Genève et Vaud); le Valais et les Grisons.

Un contact suivi est de mise, non seulement avec les autorités fédérales, mais aussi avec les représentations diplomatiques et consulaires à l'étranger. Outre les CFF et les PTT (cars postaux), les entreprises de transports privés, par le canal de l'Union d'entreprises suisses de transport, Swissair, les milieux intéressés au trafic routier (TCS et ACS), les associations professionnelles touchant à l'hébergement et à l'accueil, et les agences de voyages sont en liaison avec Zurich; il en va de même pour les organes chargés de l'enseignement et de l'éducation dans les écoles officielles et privées.

### L'Association suisse des directeurs d'offices de tourisme,

fondée en 1928, groupe quelque 60 dirigeants représentant les principales stations du pays et qui doivent tout leur temps à leurs fonctions; elle est très active en de multiples domaines.

L'Association des stations thermales de Suisse, dont le secrétaire général est M. Heinz von Biddor, chef de section à l'ONST, met en valeur les effets curatifs d'une vingtaine de stations d'éminent caractère et qui accueillent à chaque saison une forte clientèle étrangère, outre celle du pays; elles sont équipées d'installations appropriées aux exigences de la médecine et du confort.

L'Association suisse des stations climatiques a son siège à Montreux où son secrétaire général, Monsieur R. Jaussi, s'emploie à faire valoir les caractéristiques générales du climat de la Suisse. Comme sa sœur des stations balnéaires, elle édite une brochure qui classe une quarantaine de stations climatiques des Préalpes, de la zone sub-alpine et des régions alpines. Ces stations s'échelonnent de 200 à 1810 mètres d'altitude, offrant une belle variété de contrastes.

Les arguments touristiques des six plus grandes villes du pays sont représentés dans le cadre de l'Association dite des «Six Villes», comprenant Zurich, Genève, Berne, Bâle, Lausanne et St-Gall. Neuf autres centres touristiques importants se sont groupés pour assurer une coopération étroite, dans le style général ou régional voulu par des actions

spéciales intéressant les régions de leur ressort: Arosa, Davos, Gstaad, Interlaken, Locarno, Lucerne, Lugano, Montreux et St-Moritz font partie de ce groupement. Il convient de mentionner également l'Union suisse des sociétés de développement qui a son siège à Lucerne et qui groupe environs 220 sociétés locales.

Réunies en association et affiliées pour la plupart à l'Union d'entreprises suisses de transport, citée plus haut, treize entreprises suisses de navigation collaborent elles aussi, à l'organisation touristique du pays; leurs flottes naviguent sur les eaux du Léman, des lacs de Neuchâtel et de Morat, de Thoune et de Brienz, des Quatre-Cantons, de Lugano, de Zurich, de Bienne, de Zoug, du lac Majeur et de celui de Hallwil, sans oublier la navigation sur le Lac Inférieur et le Rhin, ni l'entreprise rhénane qui a son siège à Bâle; les CFF exploitent, pour leur part, la navigation sur le lac de Constance.

N'oublions pas nos Kursaals qui, sans connaître la grande affluence des casinos d'autres pays, sont parés, en saison, pour offrir aux touristes des spectacles de choix et des démonstrations folkloriques, en marge des salles de jeu. Ils sont quatorze, ouverts à Arosa, Bad Ragaz, Baden, Berne, Brunnen, Crans-sur-Sierre, Engelberg, Interlaken, Locarno, Lucerne, Lugano, Montreux, St-Moritz et Thoune, et groupés en une association. Leur appui à la cause du tourisme est assuré.

Nous avons rapidement cité, plus haut, les organes chargés de l'enseignement. La proportion d'étudiants étrangers est forte dans la plupart des sept universités suisses et à l'Ecole des hautes études économiques et sociales de St-Gall; elle s'élève en moyenne au tiers des étudiants régulièrement immatriculés. L'Office central universitaire, qui a son siège à Zurich, travaille en collaboration avec l'ONST, qui édite un «Guide de l'enseignement universitaire en Suisse», se soucie de faire valoir les valeurs intellectuelles du pays jouant en parallèle pour les écoles privées et les instituts dont les programmes et les caractéristiques sont détaillés dans une brochure largement distribuée hors de nos frontières; en Suisse, tant à Zurich que dans les cités intéressées, des employés qualifiés se chargent de documenter la clientèle de ces établissements privés et cela est vrai aussi pour les agences de l'ONST – une tâche qui exige autant d'expérience que de doigté. La Fédération suisse des associations de l'enseignement privé a ses représentants au sein de nos organes de propagande nationaux, cantonaux et locaux, et le contact est assuré avec la «Communauté de travail des établissements pri-



vés d'instruction et d'éducation». Les homes d'enfants ont aussi leurs imprimés, qui passent la frontière au même rythme que ceux des hautes écoles, des techniciens et des établissements privés; il en va de même pour les organisations de cours et de camps de vacances en Suisse.

Mentionnons, encore, qu'un institut de recherches touristiques a été créé à l'Université de Berne en 1941, année durant laquelle la Semaine touristique de l'Ecole des hautes études économiques et sociales de St-Gall a vu le jour. Nombre d'étudiants s'intéressent, par ce canal, à la cause du tourisme et des transports, et les échanges sont fréquents avec d'autres écoles de l'étranger.

On pourrait croire, à suivre cette énumération d'associations et de groupements ayant fait leurs preuves, à une dispersion des efforts dans le domaine touristique. Il n'en est rien. La collaboration est assurée à tous les échelons. Prenons l'exemple de l'un ou l'autre de ces animateurs (syndicats d'initiative, hôteliers, entreprises de transport) qui désirent convaincre sur place des agences de voyages installées dans un pays qui les intéresse particulièrement; une action isolée serait sans lendemain, limitée de toute façon à un champ d'activité trop étroit, et l'agence de l'Office national suisse du tourisme installée dans le pays visé s'emploiera à faciliter l'aboutissement des efforts, - son expérience et son autorité le veulent.

D'autre part, la collaboration joue avec tout autant

d'efficacité lorsque le siège central de Zurich est invité par ses commettants à l'étranger, ou par des ambassades ou des autorités, à accueillir une personnalité politique, un reporter, un écrivain; les systèmes fédéraliste joue dans son sens le plus large. Et il n'y a pas que l'accueil qui soit en cause: l'information écrite, parlée et visuelle a aussi ses droits qui commandent bien des devoirs.

#### La Fédération suisse du tourisme,

créée en 1932, a son siège à Berne. Elle est dirigée par le prof. Paul Risch, docteur en droit. L'importance de cet organisme lui vaut l'appui des autorités, des entreprises et des associations intéressées au développement du tourisme. La Fédération suisse du tourisme ne s'occupe pas de propagande, elle se charge de défendre avec beaucoup de compétence les intérêts du tourisme sur le plan économique. Les problèmes de l'hôtellerie, de la restauration, du trafic, du tourisme social et de l'infrastructure des stations figurent en bon rang dans son programme d'activité et, sur le plan international, les questions de politique touristique, l'aide aux pays en voie de développement et les tâches de l'OCDE reviennent constamment à l'ordre du jour de séances, conférences et voyages d'étude que l'actualité impose. Sa collaboration est précieuse pour l'étude du marché comme pour l'analyse de la statistique touchant les arrivées et les nuitées.

La Société suisse des hôteliers qui date de 1892, la Société suisse des cafetiers et restaurateurs, créée

en 1891, l'Union Helvétique (1898) n'ont jamais refusé leur concours aux organes œuvrant sur le plan cantonal, régional et local. Il en est de même de l'Association des buffetiers de gare et l'appui des entreprises de transport (rail, air, eau, route) est infiniment efficace.

Dans un autre domaine, il convient de souligner l'activité de la Caisse suisse de voyage, institution d'utilité publique créée en juillet 1939 et dont le système d'épargne pour les vacances au moyen de timbres de voyage s'est promptement affirmé dans les milieux d'employés et d'employeurs. Elle est présidée par M. Walter Hunziker, docteur en droit, dirigée par M. W. Abplanalp, et son bureau central est installé à Berne.

Revenons à l'Office national suisse du tourisme présidé par M. Gabriel Despland, ancien conseiller aux Etats, et dirigé par M. Werner Kämpfen, docteur en droit.

Pour mettre en évidence l'importance des apports du tourisme en divers secteurs économiques, Monsieur Kämpfen avait souligné lors de l'assemblée générale d'Engelberg, que le tourisme est rattaché par mille liens aux aspects multiples de l'existence humaine; il ne se limite pas aux secteurs de l'hébergement et des transports, mais il est également lié par des relations de cause à effet au commerce, à l'industrie, à l'agriculture, au secteur de la finance. Le conducteur d'un car postal aura à cœur de faciliter la découverte d'une vallée, d'un lac, d'un glacier, d'un village par des voyageurs du pays et d'ail-

leurs, tout autant que l'employé du petit chemin de fer à crémaillère ou le préposé à la vente des billets dans une gare petite ou grande. La dame qui tient boutique au sommet d'un col alpestre ou dans un jardin public s'attachera à faciliter le choix de clients à la recherche de souvenirs qui ne doivent rien à la fabrication en chaîne. Et l'automobiliste pressé renoncera à user de son klaxon pour exprimer son regret du soin qu'un collègue étranger ou confédéré met à parcourir nos routes - les vertus contemplatives l'emportant à juste titre sur les appétits de vitesse.

Très sollicitées pour des causes qui ne touchent pas à celle que nous nous efforçons de mettre en évidence, la presse, la radio et la télévision trouvent le temps de se pencher sur les problèmes d'actualité touristique; une plume alerte, un micro souriant, un louable souci d'objectivité contribuent à faire connaître ce qui vaut d'être vu et ce qui peut être amplifié ou corrigé; autant de concours que l'on apprécie. Toutes les bonnes volontés sont de mise, chez nous comme ailleurs.

Dr. Fritz Erne, Directeur de l'Union Valaisanne du Tourisme, Sion, Président de l'Association suisse des directeurs d'offices de tourisme

## Entwicklung und Aufgabenkreis

nalrat eingeladen, die Frage zu prüfen, ob nicht eine Einheitsorganisation für die gesamtschweizerische Verkehrswerbung zu schaffen sei. Durch Bundesbeschluss vom 21. September 1939 wurde die seit mehr als zwei Jahrzehnten angestrebte Vereinheitlichung verwirklicht: durch die Gründung der «Schweizerischen Zentrale für Verkehrsförderung» als öffentlich-rechtliche Körperschaft. Seit 1955 führt sie wieder die ursprüngliche Bezeichnung «Schweizerische Verkehrszentrale».

Damit ist die gesamtschweizerische Verkehrswerbung als eine Aufgabe des Bundes statuiert. Die Obliegenheiten der SVZ, die in einem Organisationsreglement festgehalten sind, können wie folgt umschrieben werden: Aufgabe der Verkehrszentrale ist die nationale, gesamtschweizerische Werbung für den Fremdenverkehr; sie wirbt für die gesamte Schweiz und für alle Regionen, für die Eisenbahn, für den Autotourismus, die Luftfahrt und die Schifffahrt, für die kulturelle Eigenart des Landes, für Schule und Erziehung, für Sport und Gesundheit. Zweck und Ziel der SVZ sind Information und Werbung bei einer möglichst grossen Zahl von Menschen, die in der Lage sind, die Schweiz zu besuchen.

Vor sechs Jahren stellte die SVZ ihr Werbeprogramm unter das Leitmotiv «Zurück zur Natur - zurück zur Reiselust»; Anlass bot die 250. Wiederkehr des Geburtsjahres von Jean-Jacques Rousseau, der zu seiner Zeit die Schweizer Landschaft entdeckte und den Ruf der Schweiz als naturverbundenes Ferienland begründete. Die Idee, Ferienwerbung und Landeswerbung unter einen allgemeingültigen, mit unserem Land verbundenen Gedanken zu stellen, hatte ein überaus erfreuliches, weltweites Echo. Der publizistische Erfolg des Rousseau-Jahres und der sich immer deutlicher abzeichnende internationale Trend zu erholsamen Ferien bewog die SVZ, für die weiteren Jahre den Gedanken weiterzuführen und mit dem Slogan «Reise durch Europa - raste in der Schweiz» zu werben. Als Beispiel der vielen Sonderaktionen, welche die SVZ jedes Jahr

durchführt, sei auf die 1963 inszenierte Wiederholung der ersten geführten Gesellschaftsreise durch die Schweiz vor 100 Jahren hingewiesen. Ueber die «Cook-Jubiläumsreise» wurde in Tausenden von Zeitschriften und Tageszeitungen und in einer Reihe von ausgezeichneten Dokumentarfilmen in der ganzen Welt als über die «originellste Ferienfahrt des Jahres» berichtet. 1965 war ganz dem «Jahr der Alpen» gewidmet.

Die Slogans «Vor Ihrer Fahrt auf den Mond - eine Fahrt in die Schweiz», «Winterferien in der Schweiz - doppelte Ferien», und für die schweizerische Kundschaft, «Chumm mit, bib gesund!» sowie «Nach jeder Fernreise - eine Schweizerreise» bildeten die Grundlage der Werbung für die Jahre 1966 und 1967. 1969 schliesslich wurde die Propaganda der Schweizerischen Verkehrszentrale mit dem Thema «Zeit verbunden, insbesondere durch die Formel «Schweizer Zeit - Ferienzeit». Einer Entdeckungseise in die Schweiz «Auf den Spuren von Sherlock Holmes» war ebenfalls grosser Erfolg beschieden.

Noch ein Wort über die Finanzen der SVZ, weil Verkehrswerbung - namentlich im Ausland - eine höchst kostspielige Sache ist. Mit etwas über 400 000 Franken startete die SVZ vor 50 Jahren; heute stehen ihr rund 14 Millionen Franken zur Verfügung. Der Bund entrichtet ihr gegenwärtig einen jährlichen Beitrag von 8 Millionen, 1,2 Millionen erhält sie von der SBB, 700 000 Franken von den PTT-Betrieben, 270 000 Franken vom Schweizer Hotelier-Verein und 200 000 Franken von der Strassenverkehrswirtschaft. Weitere Beiträge werden von den am Fremdenverkehr interessierten Kantonen und Gemeinden, den regionalen und lokalen Verkehrsvereinen, den privaten Transportanstalten sowie von Mitgliedern aus der Privatwirtschaft aufgebracht. Rund 2,7 Millionen Franken sind kommerzielle Einnahmen aus dem Billetverkauf bei den Auslandagenturen der Verkehrszentrale.

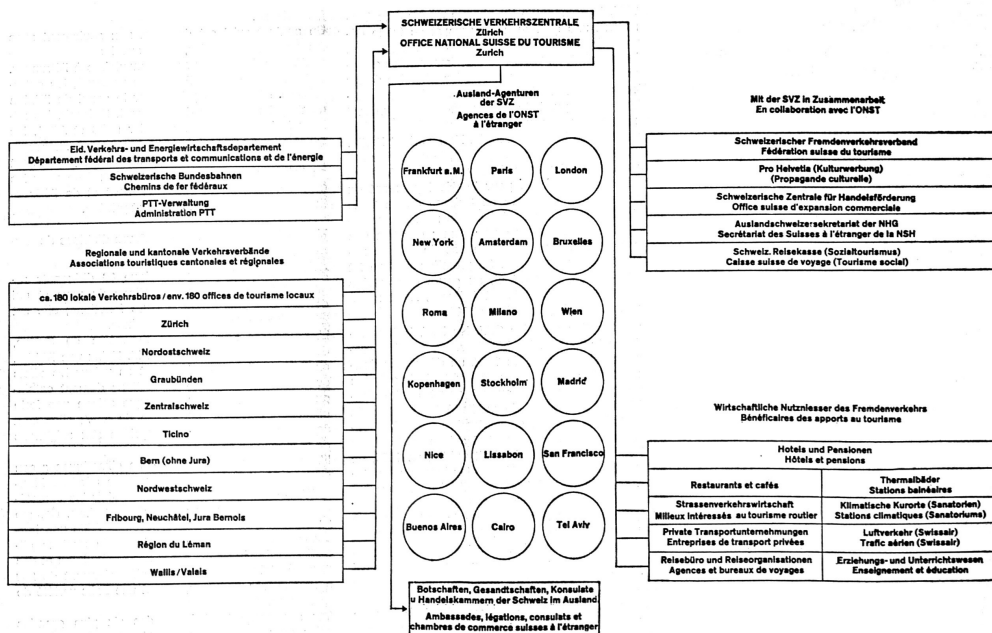
In Frankreich, Italien, Belgien und Spanien werden die Kosten der nationalen Verkehrswerbung im Ausland voll, in Oesterreich und Deutschland zu 95 Pro-

zent und in Grossbritannien zu 85 Prozent vom Staat übernommen, während in der Schweiz der staatliche Beitrag etwa 60 Prozent ausmacht und 20 Prozent von den wirtschaftlich interessierten Kreisen aufgebracht wird. Die Kommission für Konjunkturbeobachtung schätzt die Erträge der schweizerischen Volkswirtschaft aus dem Ausländer-Fremdenverkehr für 1967 auf 3,005 Milliarden Franken. Die Aufwendungen für die nationale Verkehrswerbung im Ausland sind also überaus produktiv angelegt.

Mit dem Tourismus entwickelte sich in der Schweiz die touristische Information und Werbung, und bald erwies es sich als tunlich, die Werbung der Kurorte an einer zentralen Stelle zusammenzufassen und damit ihre Resonanz im Ausland zu verstärken. Schon 1884 hatte die Gotthardbahn durch Herausgabe eines attraktiven Plakats im Ausland auf die direkte Verbindung London-Paris-Schweiz (Gotthard)-Italien hingewiesen, und sie hatte auch an verschiedenen Ausstellungen im Ausland teilgenommen. 1893 wurde der Verband Schweizerischer Verkehrsvereine gegründet, doch beschränkte sich seine publizistische Tätigkeit vorerst auf das Inland. Als im gleichen Jahr das «Syndicat des intérêts de la Suisse romande et du Jura-Simplon» in London ein Schweizer Verkehrsbüro eröffnete, nahm die Werbung für den schweizerischen Fremdenverkehr auf kommerzieller Basis im Ausland einen ersten schüchternen Anfang. 1903 wurden die grossen schweizerischen Privatbahnen durch Volksabstimmung verstaatlicht, und ihre Rechtsnachfolger, die Schweizerischen Bundesbahnen, begannen sofort, die Auslandwerbung systematisch auf- und auszubauen. Der Publizitätsdienst der SBB eröffnete innerhalb weniger Jahre Agenturen in Paris, New York, Berlin, Kairo und Wien.

Am organisatorischen Aufbau der Werbung für den schweizerischen Fremdenverkehr verdienstvoll beteiligt. 1911 verlangte Nationalrat Dr. A. Seiler in einer Motion die Schaffung einer «Zentralstelle behufs Förderung des Fremdenverkehrs», und 1917 wurde dann die «Nationale Vereinigung zur Förderung des Reiseverkehrs» auf privatrechtlicher Basis gegründet. Unter dem Namen «Schweizerische Verkehrszentrale» (SVZ) richtete diese Vereinigung in Zürich ihren Geschäftssitz ein. Sie erhielt vom Bund einen jährlichen Beitrag von 120 000 Franken. Die erste Auslandagentur der SVZ wurde 1923 in Nizza eröffnet. Das Netz der SBB-Auslandagenturen wurde in den folgenden fünfzehn Jahren erweitert, und zwar auf Wien, Rom, Amsterdam, Prag, Stockholm, Brüssel und Mailand, wobei sich die SVZ jeweils mit eigenem Personal beteiligen konnte.

Diese Zusammenarbeit zwischen den SBB und der Schweizerischen Verkehrszentrale wurde 1934 durch eine «Werbegemeinschaft» befestigt, an der sich nun auch das Eidgenössische Amt für Verkehr und die PTT-Verwaltung beteiligten. Zwei Jahre später wurde der Bundesrat durch ein Postulat im Natio-

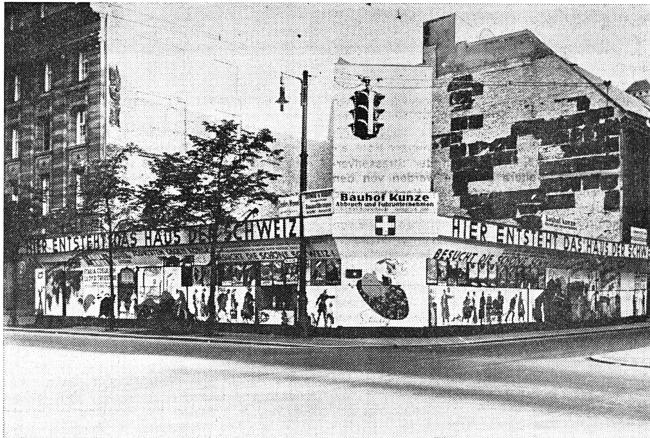






▲ Prag: 12. 4. 1938 Am Graben 7. 1949 Vermietung des grössten Teils unserer Lokale an Wagons-Lits/Cook; ab 1. 4. 1952 von Cedok übernommen

▼ Berlin: 15. 6. 1908 Unter den Linden 14; 1916 Unter den Linden 57/58, Ausbau 1928



## Agenturen der Schweizerischen Verkehrszentrale im Spiegel der Weltgeschichte

▶ New York: 1. 8. 1951 Rockefeller Center 10 West 49th Street, Ausbau 1952, 54, 57, 58, 61, 62, 63; 23. 6. 1956 Eröffnung Swiss Centre, Fifth Avenue 608

▶▶ Das neue, modern konzipierte Swiss Centre in London.

NEW YORK TIMES, WEDNESDAY, OCTOBER 4, 1951

600  
FIFTH AVENUE

SINCLAIR OIL BUILDING  
NORTHWEST CORNER OF 4th STREET, N.Y.C. AT ROCKEFELLER CENTER

Owned by the  
MASSACHUSETTS MUTUAL LIFE INSURANCE COMPANY

FOR RENT  
GROUND FLOOR STORES  
and  
CONCOURSE STORES

FOR RENT  
TOWER FLOORS

NEW 26 STORY OFFICE BUILDING  
NOW BEING ERECTED FOR OCCUPANCY EARLY IN 1951  
100% AIR CONDITIONED—TENANT CONTROLLED

Designed for the maximum comfort and operating satisfaction of business occupants it will include all the newest and best of office building planning and construction, completely air conditioned and handled in a manner to permit varying control in its different areas. The lighting fixtures are designed to minimize eye strain and provide illumination closely matching natural daylight.

This office building with cellular floors will permit the location of electric, telephone and other outlets wherever wanted. Heat and telephones should be made to

vision outlets can be provided wherever desired. Large, fast elevators equipped with the most modern controls will deliver you promptly to and from your office.

There will be easy access between the lobby and the shopping concourse, which joins all the buildings of Rockefeller Center and the subway. The building's entrance and express delivery is eliminated by one of the Rockaways Center underground express cars and its elevators. Sidewalks adjoining the building will be equipped with snow melting pipes for the comfort and safety of winter pedestrians.

LEONARD J. BECK,  
INCORPORATED  
14 W. 40th ST., N.Y.C. N.Y. — PLAZA 7-7940

Architect: CARSON & LINDEN  
Builder: TURNER CONSTRUCTION CO.



Wenn in gewissen Kreisen vor nicht allzu langer Zeit die bitter notwendig gewordene Aufwertung des «Image» der Schweiz im Ausland gefordert wurde, so hat diese Aufwertung inzwischen – wenn man dem amerikanischen Erforscher der öffentlichen Meinung, George Gallup, Glauben schenken will – auf sehr eindrückliche Weise stattgefunden: Eine von der Universitätsstadt Princeton aus in Nord- und Südamerika sowie Europa durchgeführte Untersuchung ergab, dass die Schweiz nicht nur das Lieblingsreiseziel der Bewohner der USA ist – hier stimmen 50 Prozent aller Befragten für sie und nur 44 Prozent für ihre gefährlichsten Rivalen Irland und Grossbritannien – sondern auch in den sechs weiteren Ländern, auf die sich die Gallup-Umfrage erstreckte, als begehrenstest oder zumindest als eines der bevorzugten Länder gilt, die man sich als Ferienreisender erträumt. Tatsächlich lautete die Fragestellung nicht nach den vor der Verwirklichung stehenden Reiseplänen, sondern nach dem Bestimmungsort, das man wählen würde, wenn man sich einen Herzenswunsch erfüllen lassen könnte. So bemerkt denn die in Paris erscheinende «International Herald Tribune» mit Recht, dass «die Schweiz mit Touristen aus den Vereinigten Staaten und vielen anderen Nationen nur so überflutet würde», wenn sich Reisewünsche unmittelbar in die Wirklichkeit umsetzen liessen. Das gleiche Blatt erinnert daran, dass die Schweiz komatartig in den vielbegehrten ersten Rang aufgestiegen sei, nachdem sie 1961 hinsichtlich ihrer touristischen Anziehungskraft noch von Frankreich, Italien, England und Westdeutschland übertroffen worden war. Ähnlich äussert sich der Londoner «Daily Telegraph», der darauf hinweist, dass die Schweiz auch in den Reiseräumen der Engländer an der Spitze steht, gefolgt von den Vereinigten Staaten und Kanada. Sie ist ferner – immer unter der Voraussetzung, dass nicht Reisepläne, sondern Reiseträume in Erfüllung gehen – das Lieblingsziel der Holländer und der Bewohner der Bundesrepublik Deutschland. Die Italiener geben Nordamerika den Vorzug, allerdings mit nur knappem Vorsprung gegenüber der Schweiz, die von elf vorgeschlagenen Vergnügungsreisezielen immerhin den zweiten Platz einnimmt. In Uruguay gab man den reiselustigen Teilnehmern an dieser Publikumsbefragung sogar die Wahl zwischen einem Dutzend Ländern und Ländergruppen, von denen das verwandte Spanien die meisten Stimmen auf sich vereinigte, gefolgt von Frankreich, Italien und der Schweiz. Mit einem verhältnismässig bescheidenen fünften Rang begnügen musste sich die «Wiege des Fremdenverkehrs» bei den Franzosen, die bei dieser Probeabstimmung eigene Wege gingen, indem sie sich in erster Linie

## Die Schweiz an der Spitze

für Griechenland entschieden und die nächstbesten Stimmenzahlen Nordamerika, Italien und Spanien gaben.

In der gesamten Weltpresse ist dieses für das Reise- und Ferienland Schweiz ehrenvolle Ergebnis einer Untersuchung des hochangesehenen Meinungsforschers George Gallup unter Schlagzeilen wie «Die Schweiz – das meistbegehrte Ferienland der Welt» veröffentlicht und gewürdigt worden, wobei man nicht versäume, auf die Bedeutung des Fremdenverkehrs in wirtschaftlicher wie in völkerverbindender Beziehung hinzuweisen. Man vergass dabei nicht, die Verdienste hervorzuheben, die sich Organisationen wie die Schweizerische Verkehrszentrale als die Trägerin der nationalen Werbung für die Schweiz im Ausland und die Swissair als eine der erfolgreichsten «Kleinen» unter den Luftfahrtgesellschaften der Welt durch ihre vorbildlichen Werbekampagnen erworben haben.

◀ New York: 1.1.1907 Fifth Avenue 241 (Budget für Betriebskosten Fr. 120 000.–, davon Fr. 40 000.– zu Lasten des SHV); 31.1.1928 Fifth Avenue 475, Ausbau 1939

# Die Jubiläumsausstellung

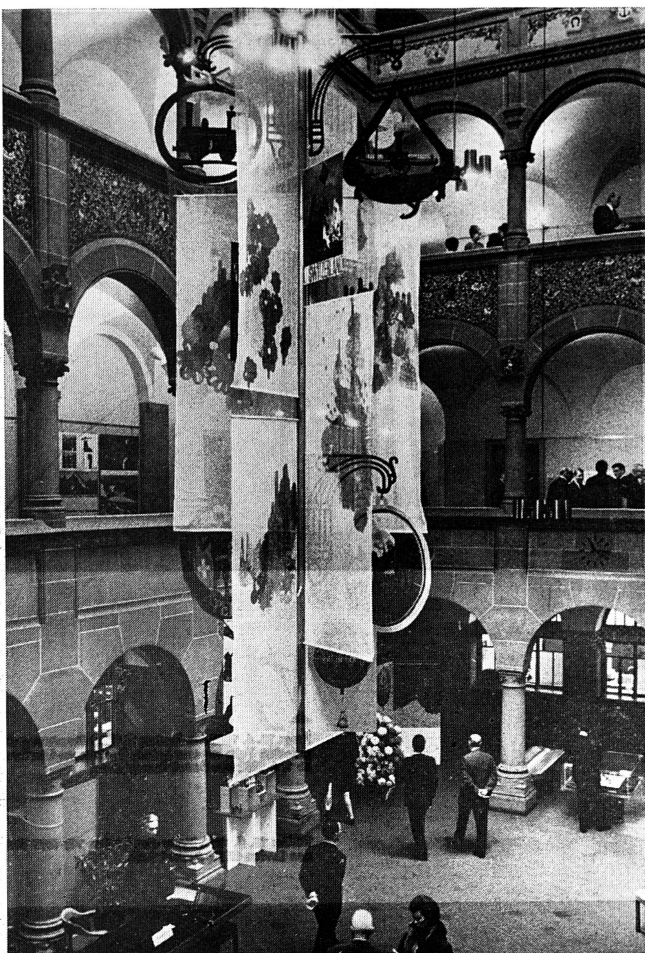
(me) «Wenn wir uns heute zu dieser Ausstellungseröffnung zusammengefunden haben», begann der Zürcher Stadtpräsident Dr. Sigi Widmer seine Begrüssungsworte an die zahlreich erschienenen Gäste, «dann deshalb, weil vor einem halben Jahrhundert die Schweizerische Verkehrszentrale gegründet wurde.» Das Zürcher Stadtoberhaupt fand es richtig, und wir gehen mit ihm überein, sich in diesem Zusammenhang wieder einmal daran zu erinnern, in welcher Situation man sich damals befand. Man zählte das Jahr 1918. Die Schweiz, wie ganz Europa, war erschüttert von den grossen kriegerischen und revolutionären Ereignissen. Es war eine Zeit der allgemeinen Unsicherheit, eine Zeit, da die wenigsten Leute – nicht nur in der Schweiz, sondern in der Welt überhaupt – an das friedliche Reisen denken konnten, eine Zeit, in der man sich in der schweizerischen Hotellerie, in all jenen Kreisen, die wirtschaftlich und kulturell vom Fremdenverkehr abhängig waren, in den grössten Schwierigkeiten befand.

Es muss in diesem Zusammenhang mit grossem Respekt daran erinnert werden, dass es damals Leute gab, die die Lage richtig beurteilten und die sich sagten, es müsse etwas getan werden, damit in dieser unsicheren Zukunft der schweizerische Fremdenverkehr bestehen könne als einer der wichtigsten Grundlagen der schweizerischen Wirtschaft. So kam es denn zum Dank an all jene Persönlichkeiten, die damals den Mut hatten, das Richtige zu tun.

«Wenn wir das in aller Form sagen», fuhr der Zürcher Stadtpräsident fort, «dann deshalb, weil der schweizerische Fremdenverkehr für unsere Wirtschaft – und das sagte er ausdrücklich auch im Namen der Behörden der Stadt Zürich – von allergrösster Bedeutung ist. Man kann immer wieder feststellen, dass auch die Stadt Zürich eine Fremdenstadt ist. Zürich ist nicht nur ein Zentrum der Finanz, der Wirtschaft und der Hochschulen, Zürich ist auch eine Fremdenverkehrsstadt; mit annähernd 2 Millionen Übernachtungen eines der wichtigsten Fremdenverkehrszentren der Schweiz überhaupt.»

Es wurde versichert, dass sich Zürich bemühen will, auch in Zukunft die Möglichkeiten des Fremdenverkehrs auszuschöpfen, denn damit wird im Interesse des ganzen Landes gehandelt, besonders wenn man die praktische Seite betrachtet und sich ausrechnet, dass rund anderthalb Milliarden Franken

Eine Zusammenfassung der Ausführungen des Zürcher Stadtpräsidenten, Dr. S. Widmer, anlässlich der Eröffnung der Ausstellung «50 Jahre Schweizerische Verkehrszentrale» im Stadthaus von Zürich.



jährlich auf dem Umweg über den Tourismus in die Schweiz fliessen und diese wesentlich dazu beitragen, dass das wirtschaftliche Gleichgewicht mit dem Ausland aufrecht erhalten werden kann.

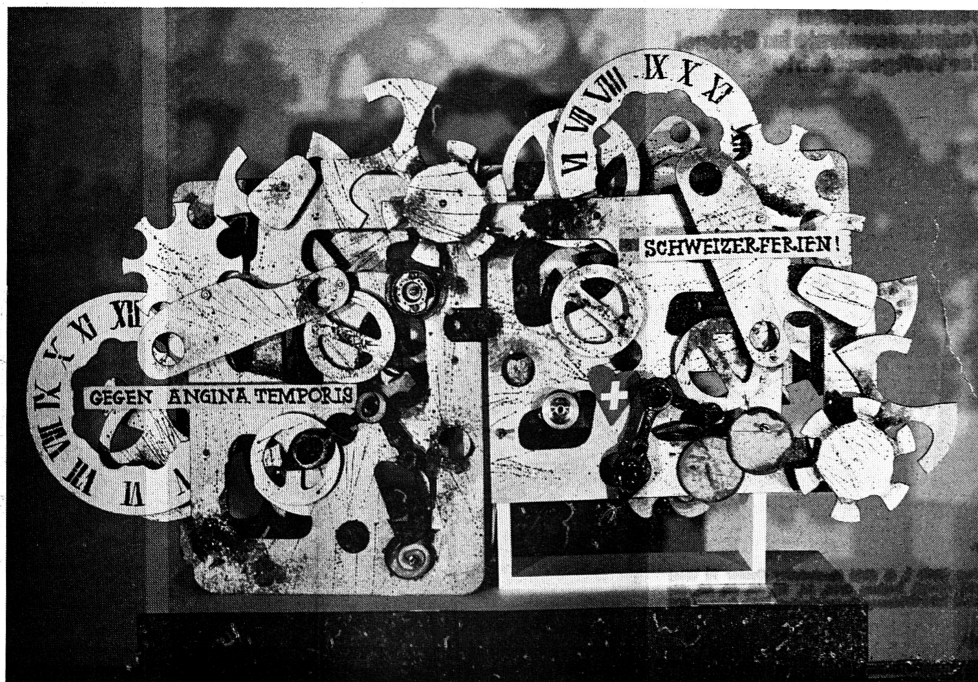
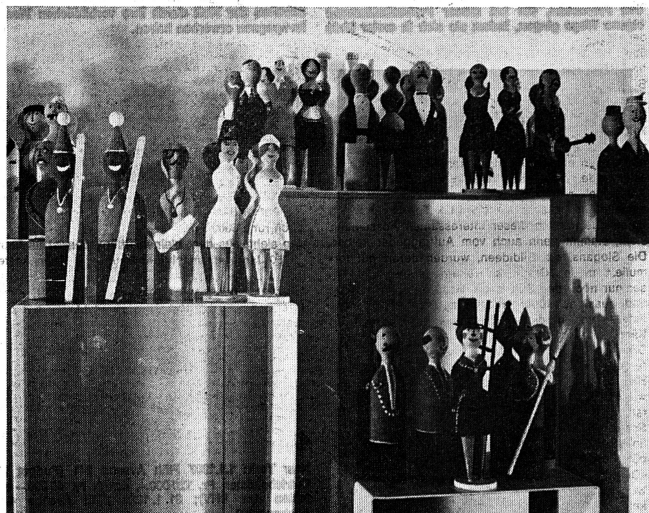
Auf die Ausstellung im Stadthaus selber zu sprechen kommend, führte der Hausherr aus, dass die Graphik dieser Querschnitt durch das graphische Schaffen der Schweizerischen Verkehrszentrale, die Plakate und die anderen Werbeformen, die vom schweizerischen Fremdenverkehr im Laufe von 50 Jahren in die Welt gesetzt wurden, eine grosse Wirkung auslösten, was sich zweifellos nicht bestreiten lässt. Dr. Widmer brachte denn auch in aller Form die hohe Anerkennung der Behörden für die geleisteten Dienste zum Ausdruck, um so mehr, als die schweizerische Werbegraphik auch im Vergleich zum Ausland eine ganz besondere Position einnimmt.

Es wurde daran erinnert, dass die Schweizerische Verkehrszentrale die ersten Aufträge an Leute wie Carlgiet gegeben hat, Aufträge, die damals mit grosser Ueberraschung und Verwunderung aufgenommen wurden. Das waren Plakate, die unmöglich schienen, die Widerspruch auslösten, sich aber

dann durchgesetzt und eben auch auf das Ausland gewirkt haben.

Man hört es immer wieder und darf diese Feststellung ruhig als glaubwürdig bezeichnen, dass die Schweizer Graphik weit über dem internationalen Durchschnitt steht und damit auch wieder eine Werbung nicht nur für den Tourismus, sondern auch eine Werbung in kultureller Sicht bedeutet. Damit kommt dieser Ausstellung von der Reisewerbung zur Landeswerbung ein ganz besonderer Wert zu. Der Stadtpräsident Limmatathens zeigte sich denn auch hoch beglückt von der Möglichkeit, diese Leistungen der Schweizerischen Verkehrszentrale in «seinem» Stadthaus der Öffentlichkeit zeigen zu dürfen.

Die Ausstellung soll übrigens, wie wir soeben erfahren, im Laufe des neuen Jahres auch noch in anderen Schweizer Städten, wie Bern, Basel, Lausanne, Genf, Biel, Neuenburg, St. Gallen, Chur, Lugano und Luzern – in letzterer voraussichtlich «in Europas grösstem und modernstem Verkehrsmuseum», dem Verkehrshaus der Schweiz – gezeigt werden.



Der Lichthof des Zürcher Stadthaus mit dem Mobile.

Ein ganzes Volk beteiligt sich am Fremdenverkehr.

Das Mobile von H. Küchler, Hausgraphiker des SVZ.





Notizen aus den Worten von Dr. Werner Kämpfen, Direktor der Schweizerischen Verkehrszentrale, zu ihrem 50. Geburtstag und der damit verbundenen Ausstellung von der Reisewerbung zur Landeswerbung.

(me) Im Anschluss an die Begrüssungsworte des Zürcher Stadtpräsidenten, Dr. S. Widmer, anlässlich der Vernissage der Ausstellung «50 Jahre Schweizerische Verkehrszentrale» im Stadthaus von Zürich, sprach Dr. Werner Kämpfen, Direktor der Schweizerischen Verkehrszentrale, Stadtpräsident Dr. Widmer als anerkanntem Förderer des Tourismus für die grosse Anerkennung den Dank aus, Dank, den man, wie Dr. Kämpfen bescheiden und daher

gen seien, etwa in der Darstellung der 3 Milliarden, der Bruttoeinnahmen aus dem Ausländerverkehr, in Form eines Kuchens, eines Marzipankuchens, bei dem die einzelnen Schichten ungleich gross sind und auf diese Art den prozentualen Anteil der einzelnen Gastnationen am schweizerischen Tourismus darstellen. – SVZ-Direktor Dr. Kämpfen dankte auch Kanton und Stadt Zürich für das seit 50 Jahren gewährte Gastrecht einer Organisation gegenüber, die mit ihren weltweiten Ausstrahlungen recht gut ins Bild der schweizerischen Wirtschaftsmetropole, des Fremdenverkehrszentrums Zürich, gehöre.

Dr. Kämpfen erwähnte aber auch, dass diese Ausstellung noch nicht das eigentliche Jubiläum bedeute, sondern bloss ein Vorläufer sei, denn Werbefachleute jubilierten eben in Etappen, um auf diese Art das Thema möglichst lange unter Dampf zu halten. Die eigentliche Jubiläumsveranstaltung soll im kommenden Frühjahr im Zusammenhang mit der grossen Mitgliederversammlung stattfinden.

Wir haben dreimal gezögelt im Verlaufe des vergangenen halben Jahrhunderts in der Stadt Zürich, von der Löwenstrasse an den Bahnhofplatz und dann an den Talacker, und wir hoffen – führte Dr. Kämpfen weiter aus –, dass wir in den nächsten 50 Jahren den Spruch Bischof Freising aus dem 13. Jahrhundert Wirklichkeit werden lassen können: Wem Gott wohl will, dem schenkt er ein Haus – ein Haus zu Zürich, also ein eigenes Haus.

Nach diesen «häuslich» einführenden Worten kam der Direktor der SVZ auf die Ausstellung zu sprechen und erwähnte dabei, dass man in dieser neben den einzelnen Stillen, den Stillarten, vor allem das Bemühen der Schweizerischen Verkehrszentrale ablesen könne, der schweizerischen Gebrauchsgeschichte einen Ehrenplatz in der Landeswerbung einzuräumen, Risiken einzugehen, zu experimentieren, zu spüren, was kommt.

Schon der erste Direktor der SVZ, 1918, Direktor Junod – er war soeben als letzter eidgenössischer Minister und Gesandter aus dem zaristischen Petersburg in die Schweiz zurückgekehrt –, hat dem Künstlerplakat, inspiriert von Hodler, durch den Beizug der Affiche Emil Cardinaux' Verbreitung verschafft. – Dann kam in der Mitte der dreissiger Jahre der Vorgänger von Dr. Kämpfen, Direktor Siegfried Bittel, der in das neue Haus am Bahnhofplatz einzog, dessen Name «Victoria» gleichzeitig ein ganzes Programm war, um eine neue Epoche im Plakatschaffen des Reiselandes Schweiz einzuleiten. Man ging auf Risiken ein, man zog den erzählerisch märchenhaften Carigiet bei, man zog den surrealen oder fast surrealen, mit dem Surrealismus spielenden Hans Erni bei. Man ging zur Photomontage über, Herbert Matter, also photographische Abstraktion. Man zog die malerischen Hans Falk und Fritz Bühler bei, man ging später zu Hugo Wettli über, um nur einige wenige zu erwähnen.

Diese Experimentierfreudigkeit, diese Risikofreudigkeit, ist für die SVZ Verpflichtung geblieben bis zum heutigen Tag, indem, wie Dr. Kämpfen ausführte, den einzelnen Mitarbeitern freie Hand gelassen werde, frei Hand aber nur so weit, als der Auftraggeber nicht bloss einer sein soll, der einfach bestelle und bezahle. Manche Plakatidee, manch ein Sujet, das man in dieser interessanten Ausstellung nicht, stammt denn auch vom Auftraggeber selber. Die Slogans, die Bildideen, wurden derart gut formuliert an den Graphiker weitergegeben, dass dieser nur noch den Stift in die Hand nehmen musste; und quasi so «über Nacht» lag das Plakat dann fixfertig vor. In diesem Zusammenhang sprach Dr. Kämpfen auch noch den Dank an die grossartigen Druckereien der Schweiz aus, die aus der Geschichte des Plakates nicht mehr wegzudenken sind.

Hier seien einige Slogans in Erinnerung gerufen, wie etwa «Gang lueg d'Heimat al», «Das ganze Volk fährt Ski!», «Reise durch Europa, raste in der Schweiz», oder etwa im Jahr der Alpen «In 60 Millionen Jahren werden die Alpen abgetragen sein, nützt deshalb die Zeit!», «Höhenklima – Bockklima»; «Bergluft macht schlank»; «Wer fährt, fährt schlecht, wer weniger fährt, fährt besser»; «In der Schweiz keine Mini-Ferienstunden»; «Gegen Angina temporis – Schweizer Ferien»; «Nach jeder Fernreise eine Schweizer Reise». All diese Slogans haben die Plakatkünstler inspiriert.

## Werbefachleute jubilierten

Trotz allen technischen Neuerungen hat die geistige Auseinandersetzung ihre Stellung beibehalten. Es gilt, dass man den Gegenstand geistig berät und wendet, ihn mit Humor anpackt, was uns Schweizern jedoch nicht immer gelingt, dass man ihn kritisch ansieht, was uns Schweizern schon eher gelingt, dass man auch selbstkritisch ist, dass man Esprit und Witz schalten und walten lässt.

Nach diesem Feuerwerk voll Witz und Ironie, geistreich vorgetragen, kam Dr. Kämpfen noch etwas auf die heutige Produktion der SVZ zu sprechen und erwähnte dabei, dass die Schweizerische Verkehrszentrale in den letzten 50 Jahren zu einem weltweiten Unternehmen angewachsen sei, das heute einen Mitarbeiterstab von rund 300 Leuten aufweise; davon sind vier Fünftel im Ausland tätig, in 25 repräsentativen Auslandsagenturen, die zum Teil zugleich Agenturen der Schweizerischen Bundesbahnen sind. Diese Agenturen könnten ihren Werbeerfolg auch an einem Verkaufserfolg ablesen, verkaufen sie doch jährlich für 30 Millionen Franken Fahrkarten, mit den Vertriebsbüros des Reisebüro-gewerbes gar für 120 Millionen Schweizer Franken.

Der Hauptsitz in Zürich konzipiert das Werbeprogramm, stellt die Werbemittel her. Der Ausstoss an Broschüren beläuft sich dabei pro Jahr um die 500 Tonne, oder, anders ausgedrückt, 50 vollgepackte Güterwagen, während die jährliche Plakatproduktion eine Strasse von Basel nach Chiasso «pflastern» würde. Es werden 60 000 Photos im Jahr hergestellt, 3000 Filme zirkulieren pro Jahr. Der Presse- und Public-Relations-Dienst betreut das Jahr hindurch rund 3000 VIP.

Man sieht, aus dem kleinen Pflänzchen ist im Laufe der 50 Jahre ein mächtiger Baum mit vielen Ästen geworden, die SVZ ist zu einem recht stattlichen Unternehmen angewachsen, zu einer Unternehmung, deren einziger Ehrgeiz es ist, keine blosses Administration zu werden.

Die SVZ fasst ihre Werbung als Information auf, als eine Information, die Facts bringt, sachliche Facts-Information, die überzeugt und nicht überredet. Man setzt den Leuten keine RosabrilLEN auf, sondern ist bestrebt, die Schweiz so darzustellen, wie sie ist; man ist bestrebt, selbstkritisch zu sein. Ein Slogan heisst: «Die Schweiz nicht immer ein Musterland, aber immer ein Reiseland».

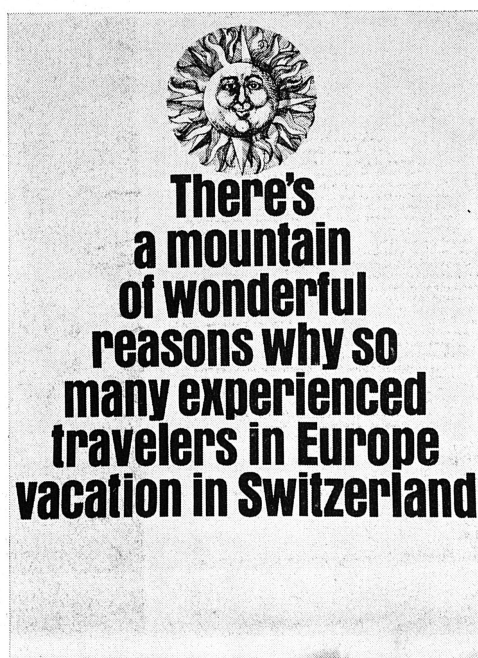
Man ist bestrebt, die Schweiz auch nicht nur touristisch, sondern sie in allen ihren Aspekten, in ihren kulturellen, in ihren wirtschaftlichen, in ihren politischen und in ihren sozialen Aspekten zu zeigen, kurz und gut in einer umfassenden Präsentation des Landes im Ausland für die Präsenz der Schweiz beizutragen.



Plakat von Herbert Matter, 1935.

Zeichnung von Hans Küchler.

Ein augenfälliges Inserat aus der Serie für ausländische Zeitungen.



## Von der Reisewerbung zur Landes- werbung

Rückblick auf die Ausstellung, die einen Querschnitt durch das graphische Schaffen der Schweizerischen Verkehrszentrale im Zürcher Stadthaus brachte.

Das beherrschende Moment im Lichthof des Zürcher Stadthauses, in dem die Ausstellung in der Zeit vom 5. bis und mit dem 30. November 1968 stattfand, war das Mobile, dessen vier senkrechte Stoffbahnen mit touristischen und folkloristischen Motiven aller Art bemalt sind und sich in ihrer Höhe auf über zwei Stockwerke erstrecken. Darauf finden wir historische Wirtshausschilder aus allen vier Landesteilen der Schweiz sowie 18 Plakate der SVZ, die einen repräsentativen Querschnitt durch das Plakatschaffen darstellen.

In Glasvitrinen wurde versucht, dem Betrachter in einem kurzen Abriss die nationale Bedeutung des Tourismus und damit auch der Jubiläum vor Augen zu führen. Greifen wir in diesem Zusammenhang ein paar Beispiele heraus. Da hatten wir einmal eine Fülle von kleinen, lustigen Figuren, die mit ein paar Pinselstrichen und einigen zusätzlichen Utensilien verschiedene Menschen aus unserer täglichen Nachbarschaft symbolisierten. Diese Figuren zeigten die Vielfalt der am Tourismus interessierten Mitmenschen.

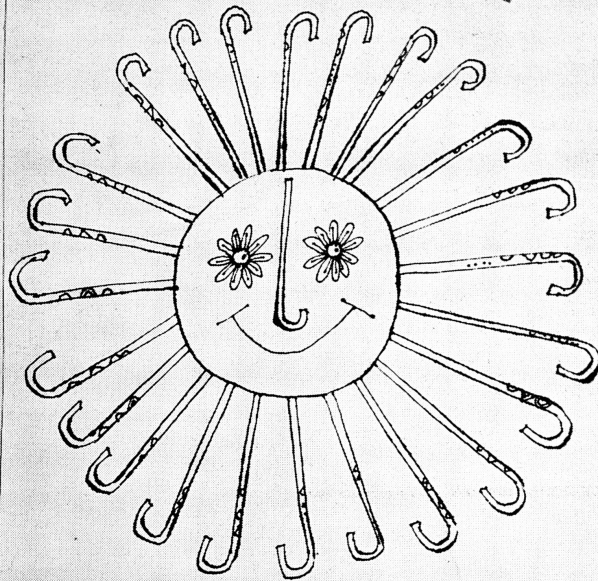
Wir sahen, wie sich der Aufbau der SVZ gestaltet, wo überall im Ausland die SVZ ihre Agenturen hat und erfuhren auch, dass mit dem relativ kleinen Budget von 14 Millionen Franken schliesslich unserem nationalen Fremdenverkehr über 3 Milliarden Franken eingebracht werden. – Ein weiteres Bild zeigte uns diese 3 Milliarden Franken in Form einer Riesentorte. Die einzelnen Stücke stellten dabei die verschiedenen Gastnationen dar. Die Stücke waren dabei auf die prozentuale Zusammensetzung der Übernachtungen unserer ausländischen Gäste zugeschnitten.

Recht eindrucksvoll war auch der Hinweis auf die Produktion. Die in den vergangenen 50 Jahren von der SVZ herausgegebenen Plakate würden zum Beispiel – ein Plakat an das andere gereiht – eine Papierstrasse von Basel nach Chiasso (das heisst 324 km) abgeben, während die Blattseiten der verschiedenen Broschüren, die durch die SVZ publiziert wurden, dem halben Erdrumfang entsprechen oder, in anderen Worten, 53 Güterwagen füllen. Ferien nach Mass wird von der SVZ in Anlehnung an ihre Formel «zurück zur Natur, zurück zur Reisekultur» als Gegenpol zum Massentourismus gross geschrieben. Eine Bank aus lauter Massstäben versinnbildlichte diese Idee. Eine ganze Reihe von Beispielen, wir für diese Idee von der SVZ im In- wie auch im Ausland geworben wird, ergänzte dieses Bestreben.

Diplome und Preise gaben einerseits Zeugnis von der Anerkennung, die die SVZ in Fachreisen genießt. Sie zeugten aber andererseits auch von der weltweiten Präsenz der SVZ-Werbung.

Im ersten Stock fanden wir eine Anzahl von Wechselrahmen mit graphischen Arbeiten älteren wie auch neueren Datums, wobei das Hauptgewicht auf den neueren Arbeiten lag. In zehn Vitrinen waren allerlei Originalentwürfe zu sehen, während neben dem Eingang zum Trauungszimmer eine bewegliche Schaufensterdekoration die Aufmerksamkeit auf sich zu lenken suchte. Daneben tickerte mit der Aufschrift «Gegen Angina temporis – Schweizer Ferien!» eine Maschine, die einen Hinweis auf die

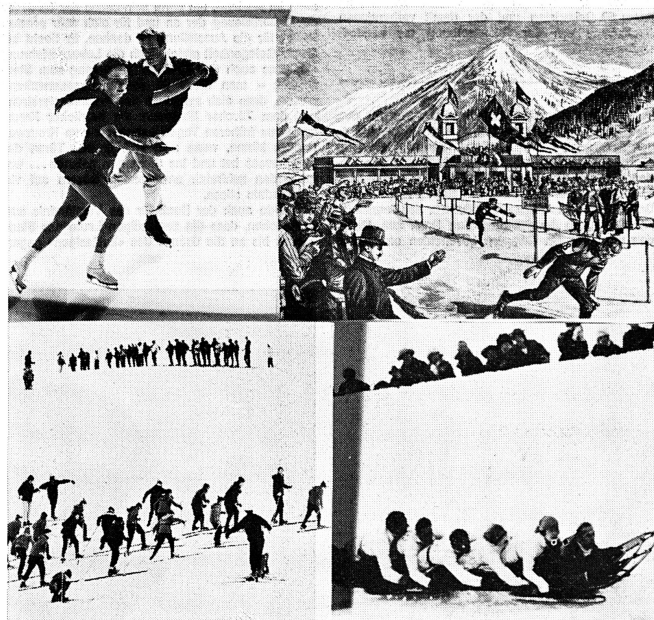
## Reise durch Europa-



## Raste in der Schweiz

neuesten Slogans bot, die im Zeichen des Tempos, der Hast, des vorrückenden Uhrzeigers und – als Gegenstück dazu – der erholsamen, ruhigen, aber doch aktiven Ferien in der Schweiz stehen. Historische Plakate und Graphiken, unter anderem verschiedene Carigiet-Blätter, dann aber auch Prospekte und Broschüren aus der Frühzeit der SVZ, rundeten im zweiten Stock, aufgeteilt in 30 Wechselrahmen, das Bild dieser vielseitigen und ansprechenden Ausstellung ab.

Der zugkräftige Slogan aus der Produktion SVZ.



Die Zelten begegnen sich. (Aus der Produktion SVZ.)

Ein Plakat mit Vergangenheit: Es hat nichts von seiner Frische eingeüsst.



## Brush up your Schwyzertütsch

|   |                           |       |                                                      |
|---|---------------------------|-------|------------------------------------------------------|
| A | Adiö                      | means | good-bye – but in Basel it means: hello!             |
| B | Bhüet di                  |       | God bless!                                           |
| C | chasch dänke              |       | You don't say!                                       |
| D | daniede                   |       | down there (Bernese expression)                      |
| E | ebe                       |       | indeed! To be said when you have nothing else to say |
| F | Fondue                    |       | the dish you share with your sweetheart              |
| G | grüezi                    |       | good morning, good day, good afternoon, good evening |
| H | Herdöpfel                 |       | the stuff «Röschti» (see under «R»)                  |
| J | Jass                      |       | national Swiss card-game – for Swiss only!           |
| K | Krischtl                  |       | advanced skiers can do it                            |
| L | Lueget vo Berg und Tal... |       | Swiss cowboy song, very sad                          |
| M | Meltschi                  |       | nice girl                                            |
| N | nüt für unguet            |       | sorry!                                               |
| O | oha lätz!                 |       | believe it or not                                    |
| R | Röschti                   |       | delicious dish of potatoes fried in butter           |
| S | Sännechäpli               |       | souvenir to wear at home                             |
| T | tschau!                   |       | hi! and farewell!                                    |
| U | ut widerluege             |       | see you later                                        |
| V | vögelwohl                 |       | the way you feel in Switzerland                      |
| W | Wurscht                   |       | sausage in 100 varieties                             |
| Z | zale!                     |       | the key-word that brings the waiter to your table    |

Aus der «Swissair-Gazette», die an Bord Ihrer Flugzeuge an die verehrten Gäste abgegeben wird.

Als etwas vom Schönsten in der Fremdenverkehrswerbung für ein Land, welches gemäss jüngsten Ermittlungen des berühmten amerikanischen Meinungsforschers George Gallup in den Reise Wünschen fast aller massgebender Völker der Welt das meistbegehrte Traumziel ist, empfindet man das Bewusstsein, dass man nicht einfach mit einer mehr oder weniger prosaischen Ware, wie Baumwollstoffen oder Süddrüchten, handelt, sondern sich für den «Verkauf» eines ganzen Erdenfleckens samt seinen landschaftlichen Reizen, seinen menschlichen Vorzügen und Schwächen, seinen klimatischen und in mancherlei anderer Beziehung einzigartigen Eigenschaften einsetzt. Der besondere Charakter dieser materiell und materialistisch kaum zu erfassenden «Handelsware», für deren unsichtbaren Export man zum allgemeinen Nutzen der Volkswirtschaft Stimmung machen soll, bringt es mit sich, dass an den ebenso «unsichtbaren» Teil dieser Werbeanstrengungen andere Massstäbe anzulegen sind als für die Exportförderung zugunsten ganz gewöhnlicher Landes- und Industrieprodukte. Wo anderswo Zahlen und rationalistische Überlegungen sprechen, sollten in der wohl wichtigsten Begleitfähigkeit zu einer gezielten touristischen Werbung – dem sinnvollen Umgang mit der reiseungewohnten oder reiselustigen Umwelt, also in den fremdenverkehrsfördernden Public Relations – Humor und Herz, spontane Hilfsbereitschaft und spielerische Improvisation den Ton angeben.

Zwar nennt man diejenige Stelle, die sich bei der Schweizerischen Verkehrszentrale am Talacker in Zürich mit diesen reichlich irrationalen Dingen befasst und bestrebt ist, immer neuen Nachwuchskräften den Sinn und das Fingerspitzengefühl dafür beizubringen, kurz und schlicht den «Pressedienst», während beispielsweise die Swissair längst für die betreffende Abteilung die Bezeichnung «Presse- und Public-Relations-Dienst» eingeführt hat. Mehrere Pressedienste – in mindestens drei Welsprachen – werden da tatsächlich herausgegeben, aber damit sind die mannigfaltigen Aufgaben, die täglich auf den zahlenmässig winzigen Pressemitarbeiterstab der SVZ oft unberechenbar wie die Meeresbrandung hereinbrechen, noch lange nicht erfüllt.

Im Monatsdurchschnitt sind da etwa dreihundert zum Teil recht ausgefallene Anfragen aus aller Welt zu beantworten, wobei ungefähr jedes fünfte Gesuch um ganz genaue Auskunft für Aussenstehende recht exzentrisch klingen mag. Hier nur zwei Beispiele. Ein Schüler im amerikanischen Staat Montana, wo ein unorthodox denkender Lehrer seinen Zöglingen als Aufsatzthema die Frage aufgab: «Wie gesund ernähren sich die Staatsoberhäupter der westlichen Welt?», will ganz genau wissen, welche Art von alpinen Kraftnahrung sich der schweizerische Bundespräsident und seine Familie zum Frühstück zu Gemüte führen. Ein australischer Romanschriftsteller, der sich die kostspielige Flugreise nach Europa sparen und trotzdem eine wahrheitsgetreue Beschreibung eines vornehmen Vorortes von Zürich (welches bekanntlich in der Phantasie aller mittel-

mässigen Romanschriftsteller als die Hochburg internationaler Intrigen und Spionageskandale spukt) in sein neuestes Werk aufnehmen möchte, hat ein ganz besonderes Anliegen. Einige seiner spezifischen Fragen lauten: «Genaue Beschreibung a) eines besseren Mehrfamilienhauses, b) einer eleganten Villa in besagtem Vorort. Wie lange und auf welchen Wegen fährt man a) im Privatwagen, b) im Autobus, c) mit der Vorortbahn von dort in die Zürcher Innenstadt? Wie heissen die nächstgelegenen Golfplätze und welches sind ihre landschaftlichen und anderen Vorzüge? Wie ist die örtliche Dorfpolizei organisiert und wie steht es mit ihren internationalen Verbindungen (Interpol usw.)...?» Wenn man sich bei der Lektüre und Behandlung solcher und ähnlicher Anfragen sicherlich nicht über Mangel an Abwechslung beklagen kann, so bringen andere, darunter vor allem auch solche, die sich in persönlichen Gesprächen mit einzelnen der rund 2000 bis 3000 ausländischen Publizisten, offiziellen Persönlichkeiten und bevorzugten Touristen, welche im Jahresdurchschnitt vom Pressedienst der SVZ individuell oder in Gruppen betreut werden, zusätzlich eine erhebende Note in das fremdenverkehrsfördernde Alltagsbild. Man kann dabei die Beobachtung machen, dass die Ahnungslosigkeit der Fragesteller mit der Distanz zunimmt, welche ihr Herkunftsland von der Schweiz trennt, woraus sich die Notwendigkeit einer intensiveren informativ-schen Bearbeitung der potentiellen Vergnügungsreisenden in überseeischen Gebieten ergeben sollte. Die obligatorische Ausnahme zu dieser Regel bildete wohl eines der köstlichsten Brieflein, die in den letzten 50 Jahren der jubelnden Verkehrszentrale in den Schoss gefallen sind. Es legte – was seinen Kuriositätswert erhöht – eine Entfernung von weniger als 100 km zurück, nämlich von einem verträumten Schwarzwaldstädtchen, wo man doch über das Land der Eidgenossen südlich des Rheins einige gründliche Kenntnisse hätte voraussetzen dürfen. Nun, der Präsident des örtlichen Blasmusikvereins war davon unbeschwert. Er schrieb: «Wir sind im Begriff, für den kommenden Sommer ein internationales Blechmusikertreffen zu organisieren. Um ihm richtigen internationalen Klang zu geben, sollte da vor allen Dingen auch die Schweiz vertreten sein. Wir haben gehört, dass es in Ihrem Lande, hauptsächlich aber am Vierwaldstätter See, eine oder mehrere Teilskapellen gibt, und wir wären Ihnen für die Uebermittlung der Adresse oder Adressen dankbar, damit wir unsere Einladungen erlassen können...»

War der zitierte Briefschreiber wenigstens Süddeutscher und folglich in seiner Unwissenheit um schweizerische geographisch-geschichtliche Dinge einigermaßen entschuldigbar, so gibt es dann und wann aber auch Schweizer, deren touristischer Horizont einer Erweiterung bedarf. So schrieb der Inhaber eines Reisebüros in Aarau kürzlich an die SVZ: «Wir möchten unseren Motel-Ordner neu anlegen. Dazu brauchen wir die Prospekte der Motels. Beiliegend senden wir Ihnen eine Motel-Liste. Wür-

## Umgang mit der Umwelt

Humoristische Werbung im «Nebelspalter».

# Nebelspalter

Nr. 16 80Rp.  
Rorschach,  
21. April 1965



1965 JAHR DER ALPEN

# Nebelspalter

Schweizerische humoristisch-satirische Wochenschrift  
Gepr. 1975 91. Jahrgang Erscheint jeden Mittwoch Einzelnummer 80Rp.

Redaktion:  
Franz Mäurer (Text), Guido Schneider (Bild),  
Dr. Manfred Dörmel (Verantwortung)  
Adressen:  
Zahnklinik Nebelspalter, 5600 Rorschach  
Büro Nebelspalter, Postfach 121 5, 5600 Rorschach  
Verlag Druck und Administration:  
E. Lippel, Band 411, Graphische Anstalt, 5600 Rorschach



1965 JAHR DER ALPEN

Nebelspalter 1



Aus der Produktionsabteilung der SVZ.

den Sie uns bitte alle auf dieser Liste aufgeführten Motels zusenden?» Nun, der Mann könnte es ganz anders gemeint haben. Zum Beispiel wie jener Werbechef einer grossen amerikanischen Wochenschrift. Er hatte es nicht auf die Schweizer Motels, sondern auf die Taxis in unseren Grossstädten abgesehen. Nachdem er ihnen tagelang bewundernd nachgeschaut und hin und wieder auch ehrfurchtsvoll ein solches Vehikel angehalten und benutzt hatte, rückte er beim Pressedienst der SVZ mit seiner Beobachtung her-

aus: «Jetzt weiss ich, wer der reichste Mann im Lande ist! Er heisst Mr. Klein. Ihm gehören ja alle Taxis!»

Einige Unklarheiten herrschen in der weiten Welt auch bezüglich unserer Landessprachen. So las man unlängst im touristischen Teil einer Zeitung der amerikanischen Stadt Indianapolis: «Die Schweiz hat drei offizielle Sprachen, und demzufolge hat auch fast jede bekannte Stadt drei verschiedene Bezeichnungen. Ein gutes Beispiel ist das folgende: Luzern heisst die Stadt auf deutsch, Lausanne auf französisch und Lugano auf italienisch...»

Noch besser aber wusste es der Reisedirektor des in Springfield (Illinois) erscheinenden Blattes «Illinois State Journal». Ihm war noch nie etwas von Graubünden oder den sagenhaften «Grisons» zu Ohren gekommen, weshalb er sich erlaubte, ein Wort im Manuskript seines Mitarbeiters nach bestem Wissen und Gewissen zu «korrigieren». «Switzerland», hiess es da in der gedruckten Fassung, «has four national languages: German (70 per cent);

French (19 per cent); Italian (10 per cent) and a form of Latin that is called Romanish and is spoken in the prisons.» Was ihm anscheinend nicht einleuchtete, war, dass sich ein volles Prozent aller Schweizer hinter Schloss und Riegel befinden sollten, und aus Sympathie zu den Eidgenossen verschwiegen er bei der «Gefängnissprache» oder Landessprache Nr. 4 die arithmetischen Zusammenhänge...  
Fred Birman, Pressechef der SVZ

## Das 10-Jahres-Programm

### 1960: «Reise durch Europa – raste in der Schweiz»

Dieses Werbekonzept setzte auf eine sich erst zaghaft gegen den Massentourismus durchsetzende, später immer stärker werdende Gegenbewegung, die ruhige, geruhsame und tätige Ferien – «vacances actives» – wünscht. Dieses Werbeprogramm, vom Hauptsitz in Zürich entworfen und im Ausland von den Agenturen durchgeführt, wurde jeweils alle zwei Jahre variiert:

### 1962: «Rousseau»-Jahr:

- «Zurück zur Natur – zurück zur Reisekultur»
- «Reisen, nicht rasen»
- «Verweilen, nicht eilen»
- «In der Schweiz zu den Quellen des Natürlichen, zu sich selbst zurückkehren» (vgl. Plakat Bühler, «Die Schweiz für Ihre Einkehr»)

### 1963: «Rotkreuz»-Jahr:

- «Die Schweiz – weltoffen und friedlich»

### 1964: «Expo»-Jahr:

- «Die Schweiz – weltoffen und sich selber treu»
- «Die Schweiz von morgen lädt Sie heute ein»

### 1965: «Jahr der Alpen»:

- 100jährige Jubiläen:
  - St. Moritz und Davos: Einführung des Wintersportes
  - Zermatt: Erstbesteigung des Matterhorns
- Humorvolle Slogans:
  - «Bergluft macht schlank»
  - «In 60 Millionen Jahren werden die Alpen abgetragen sein – nützen wir die Zeit»
- Weltweites Echo der Werbebotschaften, Zehntausende von Presseartikeln, zahlreiche Radio- und Fernsehsendungen.

### 1965–1968: Inlandkampagne:

- Winter:
  - «Chumm mit, blib gsund!»
- Sommer:
  - «Nach jeder Fernreise, eine Schweizer Reise»

### Auslandkampagne:

- Thema «Zeit» (lies: Schweizer Zeit):
  - «Höchste Zeit für Ferien in der Schweiz»
  - «Zeitlose Ferien im Land, das die Zeit misst»
  - «Schweizer Zeit ist mehr als Geld»
  - «Gegen Angina temporis – Schweizer Ferien»
  - «Schweizer Ferienstunden sind länger»
  - «Schweizer Zeit – immer Ferienzeit»

## Volkswirtschaftliche Bedeutung des schweizerischen Fremdenverkehrs

### Rangliste nach Exportwerten 1967:

|                                           | Milliarden Franken |
|-------------------------------------------|--------------------|
| 1. Maschinen                              | 4,970              |
| 2. Chemisch-pharmazeutische Produkte      | 3,050              |
| 3. Fremdenverkehr («unsichtbarer Export») | 3,005              |
| 4. Uhren                                  | 2,170              |
| 5. Textilien                              | 1,400              |

Bruttoeinnahmen Auslands-tourismus 1967:

(seit 1960 Steigerung 90 Prozent)

abzüglich Ausgaben schweizerischer Touristen im Ausland

Nettoeinnahmen aus Fremdenverkehr 1967

(höchster Aktivposten der Ertragsbilanz 1967) 1,710

(seit 1960 Steigerung 81 Prozent)

Deckung des Handelsbilanzdefizites durch Fremdenverkehr

Uebernachtungen ohne zusätzliche Beherbergung (Ferienwohnungen, Camping usw.)

(seit 1960 Steigerung 11 Prozent; seit 1938 mehr als Verdoppelung)

Uebernachtungen der Ausländer (seit 1960 Steigerung 19 Prozent; Anteil Gesamttotal 59 Prozent)

Uebernachtungen im zusätzlichen Beherbergungsgewerbe

zirka 17 000 000

Stil:

Die SVZ wirbt durch sachliche und umfassende Information: Sie will überzeugen, nicht überreden.

Personalbestand 1968:

Rund 250 Mitarbeiter, wovon 200 auf den Agenturen im Ausland (1918 Eröffnung der SVZ mit 7 Mitarbeitern). Seit 1960 gleicher Personalbestand trotz Verdoppelung der Aufgabe.

Agenturen (zum Teil mit SBB-Billetverkauf):

Amsterdam, Brüssel, Buenos Aires, Frankfurt a.M., Kairo, Kopenhagen, London, Madrid, Mailand, New York, Paris, Rom, San Francisco, Stockholm, Wien.

Aussenstellen:

Chicago, Düsseldorf und Nizza.

Vertretungen mit Swissair:

Bogotá, Caracas, Lima, Lissabon, Rio de Janeiro, Santiago de Chile, Sao Paulo, Tel Aviv.

Weitere Verteilungsstellen:

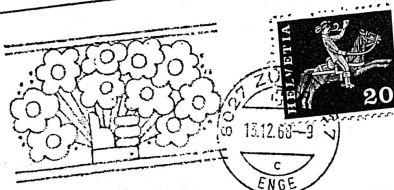
Schweizerische Botschaften und Konsulate.

Budget:

Jährlich rund 14 Millionen Franken durch Bund, Kantone, Gemeinden und allen andern am Fremdenverkehr interessierten Kreisen, wie SBB, PTT, Schweizer Hoteller-Verein, Schweizerischer Wirtverein, Schweizerische Strassenverkehrswirtschaft, Swissair, Privatbahnen, Schweizerische Vereinigungen, Erziehungswesen, andere Verkehrsinteressen und eigene kommerzielle Einnahmen.

## AMICALE TOURISTIQUE

Belgien  
Bundesrepublik Deutschland  
Frankreich  
Grossbritannien  
Holland  
Israel  
Italien  
Jugoslawien  
Marokko  
Mexiko  
Österreich  
Skandinavien  
Spanien



An unsere Jubilarin  
Schweiz. Verkehrszentrale  
Talacker 42  
8001 Zürich

...und der Inhalt:  
Die besten Wünsche für die nächsten 50 Jahre!



Der Schweizerische Reisebüro-Verband  
beglückwünscht

## die Schweizerische Verkehrszentrale

zu ihrem 50jährigen Bestehen und  
zur erfolgreichen Fremdenverkehrswerbung  
für unser Land.

Die Reisebüros wünschen der Jubilarin  
auch in Zukunft gutes Gelingen ihrer  
Bestrebungen und bauen auf eine gute,  
von gegenseitigem Verständnis getragene  
Zusammenarbeit zwischen den  
Spitzenorganisationen des Tourismus



Schweizerischer Reisebüro-Verband



Schweizerische Verkehrszentrale



Schweizer Hotelier-Verein

— SVZ 50 Jahre SVZ —

# Graubünden

grüsst die  
Schweiz. Verkehrszentrale  
zum 50jährigen Jubiläum!



#### Nachsaison ab Mitte März

Sonnenferien, Skikurse,  
Frühjahrskillauf, Tourenwochen,  
Spazieren, Wandern.

In grossartiger Alpenwelt voll  
Sonne, Schnee und gesunder  
Bergluft kann jeder auf seine

Art Winterferien geniessen, aus-  
spannen und sich erholen.  
Graubündens gastliche Kurorte  
sind berühmt für alle Sportarten;  
Nichtsportler erfreuen  
unerschöpfliche Spazierwege.  
Wintersport kann auch mit

Badekuren verbunden  
werden. Zahlreiche gehetzte  
Hallenschwimmbäder,  
Ausflüge mit der Rhätischen  
Bahn, der Reisepost und  
mit Cabs. Auf die Höhen und  
in die Skiabfahrtsgebiete

führen leistungsfähige  
Bergbahnen und Skilifte.  
Bündner Sportabonnement,  
gültig auf den Bergbahnen,  
Ski- und Sesselliften;  
Ermässigungen bis  
zu 30 Prozent.

Es empfehlen sich die Ferien- und Sportorte:

**Arosa Davos St. Moritz Flims Klosters Lenzerheide/Valbella**  
**Pontresina Bad Scuol-Tarasp-Vulpera**

**Celerina Maloja S-chanf Zuoz**  
**Küblis Seewis i. P. Sedrun Thusis/Viamala**

Prospekte mit Gebiets-, Ortsbeschreibungen und  
Auskünfte durch die Reiseagenturen, die örtlichen  
Verkehrsbüros oder den Verkehrsverein für Graubünden.  
CH-7000 Chur (Schweiz)

# WALLIS

**ZERMATT** 1620-3500 m  
am Matterhorn

**VERBIER**  
1500-3023 m

**GRÄCHEN** 1617 m  
im Zermattal

**CHAMPERY-PLANACHAUX**  
1050-1800 m

**BETTMERALP** 1950 m  
am Aletschgletscher

**RIEDERALP** 1950 m  
am Aletschgletscher

**SAAS-GRUND** 1562 m

**ZINAL** (Val d'Anniviers) 1678 m

**LES MARECOTTES** 1100-2300 m  
an der Linie Martigny-Chamonix

**MORGINS** 1400 m

**FIESCH** 1060 m  
am Eggishorn

**VERCORIN** (Val d'Anniviers)

1319 m

Das grosszügige Winterparadies bietet einmalige technische Ausstattung: 70 Luftseil- und Sesselbahnen, 200 Skilifte, 8 Bergbahnen. Gute Bahn- und Strassenverbindungen. Autoverlad in Kandersteg-Goppenstein und Brig-Iselle.

Sämtliche Sportarten: Ski, Ski-Bob, Eislauf, Hockey, Curling, Schlitteln, Bob, Skijöring, Badesport, usw.

Auskunft durch Ihr Reisebüro, die örtlichen Kurvereine und den Walliser Verkehrsverband, 1951 Sitten. Telefon: 027 2 21 02 - Telex: 38 164.

**SAAS-FEE** 1800 m  
die Perle der Alpen

**MONTANA** 1500-3000 m  
die Sonnenterrasse

**LA SAGE - LA FORCLAZ - VILLA - FERPECLE** (Hérens)  
1700 m

**UNTERBÄCH-BRANDALP**  
1230-1750 m

**BLATTEN-BELALP** 1400-2100 m

**HAUTE-NENDAZ** ob Sitten  
1350 m

**ST-LUC** (Val d'Anniviers)  
1652 m

**LES COLLONS / THYON** 1800 m

**LES HAUDERES** 1450 m

**TÄSCH** bei Zermatt 1440 m

**VISPERTERMINEN-STALDBACH**  
600-1600 m - (Wintercamping)

**CHANDOLIN** (Val d'Anniviers)

1934 m

**LEUKERBAD** 1411 m

Badekur und Wintersport

**CRANS s/SIERRE** 1500 m  
längste Sonnenscheindauer

**GRIMENTZ** (Val d'Anniviers)  
1572 m

**AROLLA** 2000 m

**LES GIETTES s/MONTHÉY**  
1200-1350 m

**AYER-MISSION**  
(Val d'Anniviers) - 1465 m

**OVRONNAZ** 1360 m

**VISSOIE** (Val d'Anniviers)  
1202 m

**SUPER ST-BERNARD**  
1900-2800 m

am Eingang des Strassentunnels

**BÜRCHEN** 1250-1500 m

**VEYSONNAZ** 1232 m

# BLS

## BLS = Bern-Lötschberg-Simplon-Bahn

oder

«Bald leicht im Süden»

Rasch, sicher und bequem verbindet die Lötschbergbahn das Berner Oberland mit dem Oberwallis, den Norden mit dem Süden.

Für die Automobilisten:

## Autoverlad in Kandersteg

Taxen für ein Personenautomobil bis zu 8 Sitzplätzen, inbegriffen Fahrpreis für die mitreisenden Personen

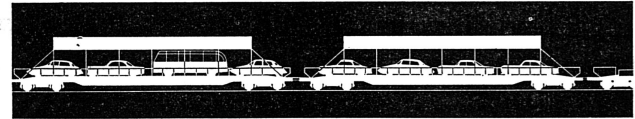
bis zu 4,50 m über 4,50 m

|                        |          |          |
|------------------------|----------|----------|
| Kandersteg-Goppenstein | Fr. 20.- | Fr. 23.- |
| Kandersteg-Brig        | Fr. 30.- | Fr. 33.- |
| Kandersteg-Iselle      | Fr. 50.- | Fr. 60.- |

Verlangen Sie den Fahrplan-Prospekt «Mit dem Auto durch den Alpentunnel Lötschberg»

Prospekte erhältlich beim Publizitäts- und Reisedienst der BLS

Genfergasse 10 3001 Bern



(Zurück zum Autoverlad)

(Weiter ins Tal zum Autoverlad)

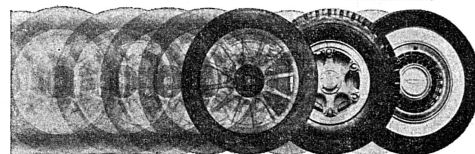
*verliebt  
in den winter*



# WALLIS

## Welti-Furrer

Auto-Leasing  
Mietwagen  
Cars  
Camionnetten



Möbeltransporte  
Camionnage  
Lagerhäuser  
Schwertransporte  
Schweiz,  
Bahnsammelverkehre

Zürich

## Die Hotel-Revue

dankt allen Firmen und Institutionen für ihre spontane Zusammenarbeit. Ihre Präsenz in dieser Jubiläumsbeilage unterstreicht das Vertrauen, das sie der Schweizerischen Verkehrszentrale und ihren Diensten entgegenbringen.

Schweizer Hotelier-Verein  
Hotel-Revue, Redaktion und Inseratenverwaltung



# Stellenangebote Offres d'emploi



On cherche pour LUGANO  
(saison fin mars 1969 jusqu'au 31 octobre)

**commis de cuisine**  
(commis di cucina)

**femmes de chambres/Zimmer-  
mädchen**  
(cameriera ai piani)

**filles de salle/Saaltöchter**  
(cameriera de sala anche principiante)

**1ère et 2ème lingère**  
(prima e seconda guardarobiera)

On demande très bonnes capacités.  
On offre très bonnes rétributions.

A. Kocher, Hôtel Washington,  
6903 Lugano.

10730

## Dom-Hotel-Köln

sucht für Anfang 1969

**Chef de rang\***

(Dauerstellung). Flambierkenntnisse. Es kommen nur Bewerber mit Zeugnissen erster Häuser in Frage.

**Demi-chef\***

\* mit englischen und französischen Sprachkenntnissen

**Commis de rang**

**Praktikantin**

für Hausdame und Buffet

Bewerbungen mit Foto und handgeschriebenem Lebenslauf erbeten an die Direktion Dom-Hotel, 5 Köln, Domkloster 2a.

10740

Gesucht nach Cornwall (Südwestküste), England, vom 15. Mai bis 30. September - Saisonstelle - junger, tüchtiger

**Alleinkoch**

mit mindestens 5 Jahren Praxis.

Englische Sprachkenntnisse nicht unbedingt notwendig. Eigenes Zimmer, gute Entlohnung, Eilangebot (auch in deutscher oder französischer Sprache) mit Lichtbild und Zeugnisabschriften an Mr. James Henshaw, Propr., Tolland Bay Hotel, Near Looe, South Cornwall, England, oder für schnellere Antwort c/o Gran Hotel, Salamanca, Spanien.

2000



Hôtel du Rhône,  
Genève

cherche:

**secrétaire de réception**  
(homme)

**caissier**

NCR 42

Nationalität Suisse et connaissance de 3 langues.  
Entrée en service immédiate ou à convenir.  
Place à l'année.

Faire offre avec copies de certificats et photo à la direction.

10813

Gesucht zum Eintritt per sofort oder nach Vereinbarung

**Chef de service**

In grösseres Bahnhofbuffet.

Qualifizierte Interessenten mit taktvollem Umgang mit dem Personal sind um ihre Offerte gebeten an  
W. Frauchiger-Minnig, Bahnhofbuffet SBB,  
8401 Winterthur, Telefon (052) 22 13 35.

P 179 W

Das neue Restaurant Seeland in Biel sucht per sofort

**Buffettöchter oder Hilfe**

**Officeburschen**

Offerten an

S. Schwarz, Bahnhofplatz 7,  
2500 Biel, Telefon (032) 2 27 11.

2009

*Bahnhof-Buffer  
Aarau  
sucht:*

Wir suchen in unsere Küchenbrigade zum Eintritt nach Uebereinkunft folgende Mitarbeiter:

**Saucier/Souschef**

(bei Eignung Nachfolge als Küchenchef)

**Commis de cuisine**

**Chef tournant**

Interessenten werden gebeten, ihre Offerte zu richten an: Herrn J. Achermann, Küchenchef, Bahnhofbuffet SBB, 9001 Aarau.

10805

**Hotel Rütli, 6440 Brunnen**

Spezialitäten-Restaurant  
«au Gourmet»

sucht per sofort oder nach Uebereinkunft  
(Saison- oder Jahresstelle)

**Serviertochter**

**Buffettöchter**

**Anlern-Serviertochter**

Offerten erbeten an  
Arnold Lang, Hotel Rütli, Brunnen.

2010

Ich suche im Auftrag eines Kunden für einen bekannten Landgasthof

**jungen, tüchtigen Küchenchef**

mit Eintritt auf den 1. Februar in neu zu eröffnendes Speiserestaurant mit Hotel.  
Geboten wird:  
gute Betriebsatmosphäre, zeitgemässe Entlohnung und geregelte Freizeit.

Verlangt wird:  
einwandfreier Charakter, gute Kenntnisse der Restaurationsküche und angenehmer Umgang mit Mitarbeitern.

Offerten mit Zeugnissen und Referenzangaben an  
K. Seeger, Fachberater,  
Sonnenwinkel 1, 5270 Weinfelden.

2024

**Grand Hotel Beau-Rivage,  
3800 Interlaken**

Wir suchen für die kommende Sommersaison folgende qualifizierte Mitarbeiter und Angestellte (Anfang April bis Ende Oktober):

**Réception: Chef de réception  
Büropraktikant**

**Loge: Chasseurs**

**Etage: Gouvernante  
Zimmermädchen  
Tournante  
Portiers**

**Saal: 1. Oberkellner  
Winebutler  
Chefs de rang  
Demi-chefs de rang  
Commis de rang  
Saalpraktikanten**

**Bar: Barman (auch  
Anfänger)**

**Küche: Saucier  
Entremetier  
Gardemanger  
Pâtissier  
Chef de partie  
Commis de cuisine**

**Economat/ Office: Gouvernante  
Kaffeeköchin**

**Office/ Küche: Küchen-/Office-  
burschen u. -mädchen**

**Lingerie: Gouvernante  
Glätterin  
Näherin / Stopferin  
Lingerie-mädchen  
Wäscher**

Leistungsfähige Angestellte, die wiederum auf ihren Posten reflektieren, werden gebeten, sich umgehend zu melden.

Ausführliche Offerten mit Zeugniskopien und Foto sind erbeten an die Direktion.

2006

Wir suchen eine gutausgebildete

**1. Buffetdame**

Eintritt sofort oder nach Uebereinkunft. Möglichkeit zum Eintritt in die Pensionskasse.

Offerten erbeten an W. Frauchiger-Minnig,  
Bahnhofbuffet SBB, 8401 Winterthur, Tel. (052) 22 13 35.

179 W

Wegen Alterserreichung unseres langjährigen treuen

**Nachtportiers**

Ist diese Stelle auf das Frühjahr 1969 neu zu besetzen. Es handelt sich um einen Vertrauensposten bei grosser Selbstständigkeit. Saison März bis November.

Ältere, sprachkundige Bewerber (Schweizer) wollen sich melden an die Direktion

**Hotel Weisses Kreuz, 6903 Lugano.**

2021

**Hotel Primerose au Lac,  
Lugano-Paradiso**

sucht für die Sommersaison 1969

**Alleinportier**

sprachkundig

**Anfangssekretärin oder  
Büropraktikantin**

**Zimmermädchen**

**Hilfzimmermädchen**

**Saaltöchter**

**Tournante Saal / Etage**

**Commis de cuisine oder Köchin**

evtl. erst ab 1. 5. 1969

**Küchenbursche**

**Officebursche**

**Officemädchen**

Offerten an Hotel Primerose au Lac,  
6902 Lugano-Paradiso, Telefon (091) 54 28 41.

Leistungsfähiges Personal, das sich auch für die kommende Saison interessiert, möchte sich bitte sofort melden.

2002

A first class Hotel-Restaurant near to London, requires in the new Year, a

**Head Waiter**

for its very new and modern dining room. House available for married man, very good salary and share of petty frons available. Owner will interview in Switzerland middle and end of January. Apply

M. H. Harris Esq., The Bell Inn,  
Aston Clinton, Nr. Aylesbury,  
England,

with full details of age, experience and salary required.

2003



**Unser langjähriger Pächter**

verlässt uns am 30. April 1969. Wir suchen deshalb für die Führung des 1949 erbauten Hotel-Restaurants SCHWERT im Industrieort NETSTAL GL, direkt an der Hauptstrasse Zürich-Glarus-Klausen gelegen, einen geeigneten Ersatz. Grosses Restaurant, schöne Gesellschaftsräume; geeignete Pächterwohnung im Hause.

Übernahme auf den 1. Mai 1969, zu sehr günstigen Pachtbedingungen. Als Pächter kommen nur best-ausgewiesene Fachleute in Frage. Anmeldungen mit ausführlicher Angabe der Personalien, Ausbildung, bisherigen Tätigkeit, unter Beilage von Foto und Zeugnisabschriften an die

SCHWERT AG, 8754 Netstal GL, Telefon (059) 5 25 25.

P 926-GL

## Anmeldeformular für Stellensuchende

Bewerber, die sich für einen Arbeitsplatz in einem unserer Mitgliederbetriebe interessieren, wollen bitte nebenstehenden Coupon in Blockschrift gut lesend und vollständig ausfüllen und an folgende Adresse einsenden:

SCHWEIZER HOTELIER-VEREIN  
Stellenvermittlung  
Postfach  
3001 Bern

## Formule d'inscription pour employés cherchant une place

Les candidats qui désirent trouver un emploi dans un des hôtels membres de notre société sont priés de remplir complètement et lisiblement en lettres capitales le coupon ci-contre et de le retourner à l'adresse suivante:

Société suisse des hôteliers  
Service de placement  
Case postale  
3001 Berne

hier abtrennen

Name  
Nom  
Cognome

Vorname  
Prénom  
Nome

Geboren am  
Né le  
Nato il

Wohnadresse  
Domicile (adresse exacte)  
Indirizzo attuale

Telefon  
Téléphone  
Telefono

Nationalität  
Nationalité  
Nazionalità

Art der Bewilligung für Ausländer  
Genre de permis pour étrangers  
Genere di permesso per stranieri

Bisherige Tätigkeit  
Activité antérieure  
Attività svolta

3 letzte Arbeitgeber  
3 derniers employeurs  
3 ultimi datore di lavoro

Wünscht Stelle als  
Desire place de  
Desidera place de

Bemerkungen  
Observations  
Osservazioni

Gewünschtes Eintrittsdatum  
Date désirée d'entrée en fonction  
Entrata in servizio desiderata

Jahres- oder Saisonstelle  
Place à l'année  
ou saisonnière  
Posto annuale o stagionale

## Kongresshaus Zürich

sucht zu baldigem Eintritt

## Office- und Küchengouvernante

## Lingeriegouvernante

Kellner/Commis für Snackbar  
(Deutsch sprechend)Koch oder Köchin  
(für unsere Personalküche)

Gefl. Offerten sind erbeten unter Beilage der Zeugniskopien und Foto an das Personalbüro.

10669



## Assistenten

zum Einsatz in allen Departementen der Betriebe.

Voraussetzung: Gründliche Ausbildung im Hotelwesen. Sprachkenntnisse, Dynamik, eigene Ideen und die Fähigkeit, sie in die Tat umzusetzen.

Wir bieten vielseitigen, interessanten Posten, den Kenntnissen entsprechendes Gehalt und angenehmes Arbeitsklima.

Offerten an die Direktion des Hotels St. Gotthard, Bahnhofstrasse 87, 8023 Zürich, Tel. (051) 23 17 99.

2014

Pour grand hôtel  
station balnéaire à Casablanca

Nous cherchons

## directeur

jeune et dynamique, familier avec les méthodes modernes d'exploitation d'une grande maison internationale.

Des personnes désirant se faire une situation intéressante sont priées de s'adresser avec offre (curriculum vitae, photo et références) à

Hôtel Ascot Zurich, H. Nussbaumer, Dir., 8027 Zürich, Tel. (051) 23 57 33.

10763

## NEEDED

Chief Steward and Chef  
First and Second Cooks  
Assistant Stewards and Waiters

to serve aboard the world's largest sailing yacht. Knowledge of English necessary. Please send by air mail photograph and complete resume, including training and experience to: Fair Havens, Inc., P. O. Box 456, Coral Gables, Florida 33134, U. S. A.

10827

Wir suchen für unser Buffet 1. Klasse einen

## Chef de service

Unser zukünftiger neuer Mitarbeiter sollte folgende Eigenschaften mitbringen:

- zirka 28 bis 40 Jahre alt sein
- gute Serviceausbildung und Sprachkenntnisse haben
- Verständnis für den Begriff «Dienst am Kunden» haben
- anpassungsfähig sein und Zivilcourage mitbringen
- Eintritt nach Uebereinkunft, spätestens jedoch am 1. März 1969.

Wir bieten: eine abwechslungsreiche Aufgabe  
fortschrittliche Arbeitsbedingungen  
vorbildliche Sozialleistungen  
geregelter Arbeits- und Freizeit.

Gerne erwarten wir Ihre Offerte mit Zeugniskopien und Foto, oder Ihren Telefonanruf an

Bahnhofbuffet Basel SBB, Inh. E. Wartmann,  
Centralbahnstr. 10, 4000 Basel, Tel. (051) 34 96 60  
(Hr. Barrelet verlangen).

10838

## Gesucht

für die Zeit vom 15. März bis 15. Oktober 1969

## Bürolistin

für allgemeine Büroarbeiten, gutes Maschinenschreiben erwünscht.

Offerten mit Ansprüchen u. Bild unter Chiffre 20005 Ch an Publicitas, 7002 Chur.

Gesucht nach Cornwall,  
Südwestküste, England,  
Talland Bay Hotel, Near Looe

junge, tüchtige

## Serviertochter

Gute Erfahrungen und Referenzen erforderlich. Englische Sprachkenntnisse erwünscht. Mindestens 3 Jahre Praxis. Etlageangebote mit Lichtbild, Zeugniskopien usw. (viereinhalbmonatige Stelle) an Mr. James Henshaw, Propr., c/o Gran Hotel, Salamanca, Spanien.

2001

Wir suchen zur Wiedereröffnung nach den Betriebsferien am 23. Januar 1969:

1 Büropraktikantin  
mit Sprachkenntnissen

## 1 Restaurationskellner

evt. Anfänger mit sehr guten Vorkenntnissen im Service, oder sollte eine Buffeteinheit absolviert haben.

## 2 Commis de cuisine

gute Gelegenheit sich weiterzubilden, da rege Restaurationsküche.

1 Buffetbursche  
Anfänger

## 1 Küchenbursche

## 1 Officebursche

Es handelt sich in der Regel um ein Jahresengagement.

Offerten mit Zeugniskopien, Foto und Altersangabe an Postfach 33652, 3600 Thun.

10821

Das neue,  
250-Betten-Erstklasshaus  
Continental Hotel in Zürich

## Etagengouvernante

mit Erfahrung

## Commis de rang

Restaurant und Etagé

Es kommen nur Schweizer oder Ausländer mit Niederlassung oder Entlohnung in Frage.

Offerten bitte mit Zeugniskopien, Foto und Lohnansprüchen an die Direktion, Stampfenbachstrasse 60, 8006 Zürich.

10833

## Gesucht für Sommersaison

## 2 Commis de cuisine

Reisekosten bezahlt.

Offerten an  
Mr. C. A. Knight, Sussex Grill,  
Newquay, Cornwall, England.

2026

## Chef saucier

## Assistant maître d'hôtel

## Waiters

## Waitresses

## Maintenance Engineers

## Maids

## Desk Clerks, Male or Female

for chain operating hotels and motels in Wisconsin and Iowa. Permanent employment, top wages, free insurance, paid vacations. Visa preferred, but will help obtain Alien Employment Certification and Visa. Apply to General Manager, Town House Motor Inn, 477 1st Avenue Southeast, Cedar Rapids, Iowa 52403 U. S. A.

10807



Auf den 1. Februar 1969 suchen wir in Jahresstelle

## 1 Sekretär(in)

für Réception. Nebst guten Kenntnissen der englischen und französischen Sprache sollten Sie auch die National-Buchungsmaschine kennen.

Offerten mit den üblichen Unterlagen an:

Hotel Flora, 6000 Luzern

7429 Lz

## Grand Hotel Europe, 6000 Luzern

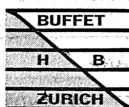
sucht für lange Sommersaison (April bis Ende Oktober) folgendes Personal bei besten Verdienstmöglichkeiten:

Büro u. Loge: Sekretär / Kontrolleur, gewissenhaft  
Conducteur, engl.  
Logentourant  
Nachtconciierge  
ChasseursKüche: Gardemanger  
Entremetier  
Commis de cuisine  
Küchenmädchen und -burschenSaal: Chefs de rang, engl.  
Demi-chefs de rang, engl.  
Commis de rang  
2. Barman, engl.Etagé: Etagengouvernante, gut ausgewiesen  
Hilfsgouvernante  
Etagenportiers  
Anfangsportier  
Zimmermädchen  
AnfangszimmermädchenLingerie: Stopferin (Rammendatrice)  
Büglerin (Stiratrice)  
LingeriemädchenOffice: Officegouvernante  
Officetournante  
2. Kaffeeköchin  
Officemädchen

Ferner: Gärtnerbursche

Ehemalige Angestellte, die wieder auf ihren Posten reflektieren, wollen sich bitte anfangs Januar melden. Offerten sind an die Direktion zu richten. Telefon (041) 22 75 01.

2018



Wir suchen per sofort oder nach Uebereinkunft

## Chef de service

Für diesen Posten ist die Fähigkeit, einen grösseren Personalstab führen zu können, Voraussetzung. Alter nicht unter 30 Jahren.

## Anfangs-Chef de service

Jüngeren, strebsamen Kellner mit gründlichen Berufskenntnissen (Kellnerlehre) bieten wir Gelegenheit, sich in die Tätigkeit eines Chefs de service einzuarbeiten. Es kommen nur sprachkundige Schweizer in Frage.

Wir bieten interessanten und vielseitigen Wirkungskreis bei zeitgemässer Entlohnung, geregelter Arbeits- und Freizeit.

Offerten mit Unterlagen (Zeugniskopien) sind erbeten an das Personalbüro Bahnhof-Buffet Zürich-HB, Postfach, 8023 Zürich.

2015



- Möchten Sie sich verbessern?
- Suchen Sie eine interessante Aufgabe?
- Wünschen Sie, selbständig arbeiten zu können?

Für unseren Hauptsitz Zürich suchen wir per 1. März 1969 einen

Hotel-Sekretär  
als Organisator-Verkäufer

Die SWEDA ist weltweit bekannt und in der Schweiz bestens eingeführt. Unser Verkaufsprogramm für Gastgewerbe und Hotellerie ist so entwickelt, dass wir alle Anforderungen erfüllen können.

Für Ihre Tätigkeit werden Sie in einem Einführungskurs gründlich vorbereitet. Wir sind ein junges Team und haben eine kameradschaftliche Atmosphäre. Wir freuen uns auf eine tüchtige Hilfe! Richten Sie bitte Ihre Offerte an:

SWEDA REGISTRIERKASSEN AG,  
Seefeldstrasse 108, 8034 Zürich.

P 1311 Z



## Park Hotel, Vitznau

Erstklasshotel am Vierwaldstättersee sucht

## Chef de cuisine

für kommende lange Sommersaison.

Offerten mit Foto bitte an die Direktion Park Hotel, 6354 Vitznau.

10809

## Grand Hotel Alderney, Channel Islands, England

Good working

## Head Chef

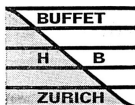
required. Must be completely reliable, a good organiser, quick and methodical, able to do own ordering, and to maintain good percentages while cooking to a high standard. The hotel takes 65 guests and has a good chance trade. Seasonal only May to October, but winter retainer scheme makes job most attractive. Salary depending on qualifications etc. Live in, own room. Austrian or German with previous experience in England would be considered.

ALSO REQUIRED

**4 Chefs de rang**  
**1 Commis de rang**  
**1 Commis de cuisine**  
**and 1 Second Chef**

Austrian, German or Suisse staff preferred. Excellent wages and conditions.

10823



Die Wäsche unseres Betriebes wird durch auswärtige Waschanstalten gewaschen und gebügelt. Zur Kontrolle der ein- und ausgehenden Wäsche und zur Wartung des Lagers suche ich eine

## Lingerie-Gouvernante

Die Inhaberin dieses Postens genießt grosse Selbständigkeit und muss fähig sein, einem kleineren Stab von Mitarbeiterinnen mit Takt und Autorität vorzustehen.

Wir offerieren gutbezahlte Dauerstelle mit geregelter Arbeits- und Freizeit. Auf Wunsch Kost und Logis im Hause. Pensionskasse.

Interessentinnen (Schweizerinnen, Ausl. mit Niederlassung oder Entlohnung) senden ihre Offerte unter Beilage der Zeugniskopien an Rudolf Candrian, Bahnhof-Buffer Zürich-HB, Postfach, 8023 Zürich.

2016

## SHANNON INTERNATIONAL HOTEL AND HOTEL MANAGEMENT SCHOOL SHANNON INTERNATIONAL AIRPORT, IRELAND

WE WISH TO ENGAGE BY JANUARY A CAPABLE YOUNG

## CHEF DE PARTIE

THE CANDIDATE MUST BE WILLING TO TAKE FULL CHARGE OF OUR KITCHEN AND WORK MAINLY WITH HOTEL SCHOOL STUDENTS. HE WILL HAVE TO BE READY TO CO-OPERATE IN A SMALL WAY TO THE TRAINING OF THE STUDENTS UNDER THE SUPERVISION OF OUR CHIEF INSTRUCTOR AND EXECUTIVE CHIEF. HE WILL BE A GOOD DISCIPLINARIAN AND MUST HAVE SOME KNOWLEDGE IN THE ENGLISH LANGUAGE. PERMANENT POSITION FOR THE RIGHT MAN. GOOD SALARY AND CONDITIONS. IF YOU ARE INTERESTED PLEASE APPLY BY EXPRESS LETTER GIVING FULL DETAILS OF YOUR PAST POSITIONS AND DATE YOU WOULD BE FREE TO TRAVEL TO IRELAND.

APPLY TO J. E. BLUM, DIRECTOR,  
SHANNON HOTEL MANAGEMENT SCHOOL,  
SHANNON AIRPORT, IRELAND.

2005

## Lugano

Altbekanntes Familienhotel sucht für Saison 1969

## Küchenchef

(für kleine Brigade)

## Saucier

## Entremetier

## Commis de cuisine

Eintritt Anfang März oder nach Uebereinkunft. Saison bis November.

Offerten erbeten an Direktion Hotel Weisses Kreuz, 6903 Lugano.

2022

## Hotel Weisses Kreuz, Lugano

sucht für März bis November 1969:

## Büro-Praktikantin

## Hotel-Praktikantin

## Saaltochter

## Anfangssaaltochter

## Saalkellner

## Kellnerlehrling

## Tourante für Etagen-Lingerie

## Officemädchen

Offerten erbeten an die Direktion.

2020

## New Resort Hotel in Japan requires Receptionist

New resort hotel (320 rms) near Tokyo, Japan, requires

## female receptionists

Round trip transportation will be paid for two year contract. Monthly salary ¥ 72,000 (equivalent to US \$ 200). Room, board free. Health insurance available. Applicants are requested to send personal history to the address below. Arrangement for interview will be informed by mail. Must speak English.

Write to:

R. Kobari, c/o Mifuku & Co., Ltd., Shinwa Bldg.,  
Ginza 5-4, Chuo-ku, Tokyo, Japan.

2013

## Commis de rang

per 15. Januar gesucht.

Waldhaus Dolder, 8032 Zürich.

2012

Gesucht für sofort

## Verkäufer(in)

für Wimpy-Kiosk  
(Anfänger werden angelernt).

Anfragen und Offerten sind zu richten an:

H. Renggli, Hotel Schwarzsee,  
3920 Zermatt.

2011

## Grand Hotel, 1854 Leysin

sucht für sofort

## Aide-gouvernante Economat

## Fille de cafeterie

Offerten an die Direktion.

2027

## Restaurant Beau-Rivage, Neuchâtel

cherche pour le mois de janvier, ou époque à convenir,

## sous-chef de cuisine

qualifié, avec certificat fédéral ou équivalent.  
Place à l'année.

Faire offres à la direction, avec curriculum vitae.

P 24-39 N

Erstklasshotel im Tessin sucht

## Sekretärin

für Administration und Kontrolle.

Gute Italienischkenntnisse Bedingung. Eintritt Januar 1969, durchgehendes Engagement bis Ende November, evtl. Jahresstelle.

Offerten mit Zeugniskopien, Referenzen und Foto an

Parkhotel, 6600 Locarno.

## Hotel Schweizerhof, Basel

sucht

## Zimmermädchen

## Näherin/Glätterin

## Kellnerlehrling

Eintritt nach Uebereinkunft.

10804

Sind Sie für kürzere oder längere Zeit frei?

Könnten Sie einige Tage oder Wochen Ihre Kollegin oder Ihren Kollegen vertreten?

Für meinen Aushilfsdienst, der sich über die ganze Schweiz erstreckt, suche ich gutausgewiesenes

## Hotelpersonal

sämtlicher Sparten, schweiz. Nationalität oder Ausländer mit Niederlassung.

Fortschrittliche Lohn- und Arbeitsbedingungen.  
Anmeldung kostenlos.

Hotel-Dépannage-Service,

Suzanne Flury, 1025 St-Sulpice VD,  
Telefon (021) 34 06 02.

OFA 0634904

Gesucht in Jahresstelle auf Frühjahr oder nach Uebereinkunft

## Wäscherei-Gouvernante

Bewerberinnen, die bereits Erfahrung auf diesem Gebiet besitzen und welche über das nötige Organisationstalent für einen modernen Wäschereibetrieb mit zirka 20 Angestellten verfügen, werden bevorzugt.

Offerten mit Lebenslauf, Foto und Gehaltsansprüchen sind erbeten unter Chiffre 2031 an Hotel-Revue, 3011 Bern.

## Le restaurant Voile d'Or à Lausanne-Vidy

situé dans un cadre magnifique au bord du Lac cherché pour sa réouverture

Cuisine:

**saucier**  
**garde-manger**  
**pâtissier**  
**commis de cuisine**  
**apprenti de cuisine**  
**garçons et filles de cuisine**  
**garçons et filles d'office**  
**garçon de maison**

Service:

**chef de service**  
**chef de rang**  
**demi-chef de rang**  
**commis de rang**

Buffet:

**dame de buffet**  
**demoiselle de buffet**

Bar:

**barmaid**

Lingerie:

**aide lingère**

Selfservice:

**caissière**

Date d'entrée:

**du 10 au 28 février 1969 ou à convenir**

Faire offre écrite à Monsieur A. Kaiser, directeur,  
Restaurant Voile d'Or, 1007 Lausanne-Vidy.

10733

## Restaurant, Lunch-Bar in Bern

Für unseren modernen Grossbetrieb suchen wir in Jahresstelle für sofort oder nach Vereinbarung

## Aide du patron

(Chef de service)

Dieser Posten erfordert eine Person mit festem Charakter, guten Umgangsformen und beste Berufskennntnisse. Sie sollten im Alter zwischen 25 und 40 Jahren sein, Deutsch, Französisch und Italienisch sprechen.

Ferner suchen wir je einen

## Jungkoch und Koch

Sehr gute Verdienstmöglichkeiten bei geregelter Arbeitszeit in Jahresstelle.

Senden Sie bitte Ihre schriftliche Offerte mit den üblichen Unterlagen und Angabe der Lohnansprüche an das  
Restaurant Caravelle, W. Lisak, Bubenbergplatz 12, 3000 Bern,  
Tel. (031) 22 45 00.

059021 Y



sucht für ihre «Flugküche» auf dem Flughafen Zürich (Kloten)

## Köche in Dauerstellung

(Eintrittsdatum nach Vereinbarung) sowie

## Köche in Saisonstellen

d. h. vom 1. April bis 31. Oktober 1969.

Die Anstellungsbedingungen? Wie alle unsere Angestellten, haben auch die Mitarbeiter der modernsten Swissair-Küchen Monatslohn, 44-Stunden-Woche, gute Sozialleistungen usw.

Schweizer Bürger verlangen bitte Anmeldeunterlagen beim Personaldienst der Swissair, Postfach, 8021 Zürich (Tel. 051/83 56 11, intern 6328).

**Hôtel Joli-Mont, Montreux**

cherche pour la saison d'été de mai à octobre 1969 le personnel suivant

**une stagiaire de bureau  
un cuisinier expérimenté  
un commis de cuisine  
des filles de salle  
des femmes de chambre  
des filles de maison  
des garçons de cuisine et d'office**

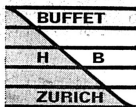
Offre à adresser à

Hôtel Bristol, Villars s. O.

Erstklass-Hotel im Berner Oberland sucht noch für die laufende Winteraison

**Barmaid**

Offerte unter Chiffre 2040 an Hotel-Revue, 3011 Bern.



Wir suchen per sofort oder nach Uebereinkunft

**Chef de grill  
Chefs de partie  
Commis de cuisine**

Wir bieten geregelte Arbeits- und Freizeit.  
Auf Wunsch Zimmer in einem unserer Personalhäuser.

Interessanten sind gebeten, sich telefonisch mit dem Personalbüro des Bahnhof-Buffets Zürich-HB in Verbindung zu setzen (051) 23 37 93.

2017

**Gesucht für England**

für die Sommersaison an der Englischen Riviera

**4 Serviertöchter**

Hoher Lohn, Hilfe mit Reisekosten, Englisch-Sprachstunden vorhanden.

Bewerbungen an die  
Direktion des Sussex Grill Restaurant Newquay, Cornwall (England).

2025

**Bad-Hotel Bären, 5400 Baden**

sucht in Jahres-, evtl. sehr lange Saisonstellen, junges, gewandtes

**Zimmermädchen**

Eintritt Mitte Januar

jüngere

**Saaltöchter**

evtl. Saalkellner, Eintritt Februar.

Für beide Posten einigermassen Deutsch- und Französischkenntnisse notwendig.  
Interessante Stellen mit gutem Verdienst.

Offerten mit den üblichen Unterlagen an Fam. K. Gugolz.

2032

Für unser modernes Restaurant im Stadtzentrum suchen wir freundliche, tüchtige

**Serviertöchter**

Offerten an:

Restaurant Trumpf,  
K. u. M. Keiler-Koller,  
Leonhardsberg 1, 4051 Basel,  
Tel. (061) 24 33 22.

10507

Gesucht nach Bern auf 1. Januar sprachkundige

**Tochter**

für Réception. Geregelte Arbeitszeit, guter Verdienst.

Offerten unter Chiffre A 121505 an Publicitas AG, 3001 Bern.

Für ein uns gehörendes modernst eingerichtetes Restaurant im Limmatal suchen wir einen erfahrenen und initiativen

**Küchenchef**

Wir erwarten von ihm sehr gute Fachkenntnisse, Organisationstalent, ausgeprägten Charakter und die Fähigkeit, einer Küchenbrigade vorzustehen.

Wir bieten neben guter Salarierung ein angenehmes Arbeitsklima, schöne Wohnung, Pensionskasse.

Ihre Offerte mit Zeugniskopien, Lichtbild und Saläransprüchen wollen Sie bitte senden an:

**Reppisch Werke AG**  
8953 Dietikon-Zürich, (051) 88 68 22

2030

**Im Hotel Bahnhof-Volkshaus 4562 Biberist**

findet eine aufgeweckte und freundliche

**Serviertöchter**

sehr gute Stelle. Wir können nur Schweizerinnen berücksichtigen.

E. Luginbühl, Tel. (065) 4 72 48

248 Sn

Gesucht per sofort oder nach Vereinbarung freundliche, tüchtige

**Serviertöchter**

(Fünftagewoche)

Restaurant Goldener Ochsen, Ringstrasse 23, 4600 Olten, Tel. (062) 21 39 35.

409 on

**CHEF DE PARTIE**

Wir suchen für unsere vielseitig und ausgezeichnet geführte Küche einen gutausgewiesenen

zu möglichst baldigem Eintritt, eventuell nach Uebereinkunft.

Wir bieten:

- interessante Jahresstelle;
- modernergerichtetes Arbeitsplätz;
- fortschrittliche Entlohnung;
- vorbildliche Sozialleistungen;
- geregelte Arbeitszeit.

Wir erwarten von Ihnen:

- Freude am Kochberuf;
- dass Sie gewillt sind, mit vollem Einsatz mitzuarbeiten;
- dass Sie sich in unser Team einpassen;
- dass Sie Schweizer Bürger sind (oder als Ausländer die Niederlassung besitzen oder entplatziert sind).

Wir erwarten Ihre Offerte oder Ihren Anruf. Bahnhofbuffet Basel SBB / Inh. E. Wartmann / Centralbahnstrasse 10, 4000 Basel / Tel. (061) 34 96 60 (Hr. Barrelet verlangen)

2036

**HOTEL ATLANTIC, SIERRE**

Nous cherchons pour la saison d'été

**Commis de cuisine**

(entrée début février)

**Commis de rang**

(entrée début juin)

Faire offre à la direction de l'Hôtel Atlantic, téléphone (027) 5 25 35.

**HOTEL LUCI DI LA MUNTAGNA**  
07020 PORTO CERVO - COSTA SMERALDA - ITALIE  
cherche pour la prochaine saison:

**chef de reception - maître d'hôtel -  
Gouvernante - demi-chefs de rang -  
sommelier**

SAISON 1er avril à 15 octobre.

2037

**Vorgesetzter werden ist nicht  
schwer!  
Vorgesetzter sein dagegen sehr!**

Es genügt nicht, es zu wollen. Man muss es auch können: Vorgesetzter sein! Das ist heute noch schwieriger als früher.

Wer Vorgesetzter werden will (oder es gerne bleiben möchte), der kann von dem neuen Mössinger-Fernkurs «Ausbildung zum Vorgesetzten» eine Menge profitieren.

Sie lernen zu Hause, in Ihrer Freizeit, halten dabei engen Kontakt mit Ihrem «Fern-Lehrer», machen zum Schluss eine Diplomprüfung an unserer Schule in Zürich - und können dann mit Recht sagen: «Ich weiss, was es heisst: Vorgesetzter zu sein!»

Leere Versprechungen? Ueberzeugen Sie sich vom Gegenteil, indem Sie noch heute mit dem nachstehenden BON kostenlose Informationen anfordern. Es lohnt sich wirklich!

**INSTITUT MÖSSINGER**

Grösste Fernschule der Schweiz  
Räffelstrasse 11, 8045 Zürich, Tel. (051) 35 53 91

Informieren Sie mich bitte über Ihren neuen Kurs:  
Ausbildung zum Vorgesetzten. HR 8

Name \_\_\_\_\_  
Strasse \_\_\_\_\_  
Ort \_\_\_\_\_

**GELEGENHEIT****Feinster Ceylon-Tee**

Filterbeutel per 1000 Fr. 28.-  
Pakete à 1 kg O. P. Fr. 12.-  
Pakete à 1 kg B. O. P. Fr. 11.-  
Ab 2 kg prompter Postversand.

W. E. Huber, Progress-Service, 2613 Villieret  
Tel. (039) 4 34 63

OFA 65485003

Für das bekannte **Kurhaus Weissenstein** ob Solothurn, mit Ganzjahresbetrieb, erschlossen durch eine Autostrasse und eine Sesselbahn, suchen wir einen

## Geschäftsführer (Gerant; Ehepaar erwünscht)

Wir verlangen: Gute Allgemeinbildung, gründliche Kenntnisse in allen Gebieten des Gastgewerbes (Hotel und Restaurant), Initiative und Organisationstalent, Sprachkenntnisse, Geschick im Umgang mit Gästen und Personal.

Wir bieten: Gute Entlohnung und Gewinnbeteiligung; vielseitige, weitgehend selbständige Tätigkeit; freie Kost und Logis.

Handschriftliche Offerten mit Zeugnissen, Lebenslauf und Fotografie sind erbeten an den Präsidenten unseres Verwaltungsrates, Herrn Robert Strüby in Solothurn. Nach vorheriger Verständigung erhalten Interessenten, anlässlich einer Besichtigung des Kurhauses Weissenstein, weitere Auskünfte.

BERGBAHN WEISSENSTEIN AG,  
SOLOTHURN

OFA 65301001

Privat-Institut in prächtiger, voralpiner Lage  
(Belegungsmöglichkeit 60 Betten, gut eingerichtete Küche, Schwimmbad)  
könnte in den Monaten Juli, August und September einem tüchtigen, unternehmungsfreudigen

**Gerant**

den Betrieb eines Hotel-Restaurants zur Führung übergeben.

Wenden Sie sich bitte unter Chiffre SA 17090 St an die Schweizer Annoncen AG «ASSA», 9001 St. Gallen.

**Kongresshaus Zürich**

sucht zu baldigem Eintritt einen tüchtigen

**Oberkellner - Chef de service**

Interessanten mit nur erstklassigen Ausweisen und reicher Banketterfahrung senden ihre Offerten an die Direktion, Kongresshaus Zürich.

10259

**Hotel Ascona, 6612 Ascona**

sucht für die Sommersaison 1969 (ab März/April bis Oktober)

**1. Lingère**

**Aide directrice**

**Nachsekretär**

**2. Koch (Saucier/Entremetier)**

**2. Lingère**

**Zimmermädchen-Tournante**

**Chef de rang**

**Demi-chef de rang**

2023



Käfer ... ripolae schafft ein Jahr Ruhe!  
Wir lösen auch jedes andere Schädlingsproblem

Hans Wyss AG  
8800 Thalwil  
051/92 6011

## Stellengesuche Demandes d'emploi



## Aide-patron / Réception

Ehepaar, Schweiz/Österr., Hotellschule, Engl., Franz., Ital., aus Uebersee zurückgekehrt, sucht Wintersaisonstelle.

E. Friberg, Goldbrunnenstrasse 128, 8055 Zürich.

P 32957 Z

## Hotel-Sekretärin

oder in Verkehrs-/Reisebüro.  
Gute Allgemeinbildung sowie Fremdsprachenkenntnisse.

Offerten unter Chiffre 32938-42 an Publicitas AG, 8021 Zürich.

Versierter

## Akkordeonist

(evtl. im Duo)

## für Wintersaison.

Noch frei ab 1. Febr. 1969.

Offerten an:

René Bezzola, Bahnhofstrasse 14, Ostermündigen, Telefon (031) 51 17 31.

Ab 22. Dezember Hotel Schweizerhof, Kandersteg.

P 74210 Y

Junges Schweizer

## Gerantenehepaar

mit Fähigkeitsausweis A sucht verantwortungsvollen Posten. Sprachkenntnisse und beste Referenzen. Eintritt nach Uebereinkunft.

Offerten sind erbeten unter Chiffre 2041 an Hotel-Revue, 3011 Bern.

Auf nächsten Frühling oder nach Uebereinkunft suche ich eine Stelle als

## Hotelsekretärin

in Bern oder Umgebung. Praxis in Erst- und Zweitklasshotel. Sprechende Deutsch, Französisch, Italienisch und Englisch und bin mit der maschinellen Buchführung vertraut.

Gerne erwarte ich Ihre Offerte unter Chiffre 10829 an Hotel-Revue, 3011 Bern.

Schweizer, 26 Jahre alt, mit Kochlehre und Diplom der Schweizer Hotellschule, zurzeit Abteilungsleiter im Grossrestaurant (Einkauf, Kontroll- und Planungswesen), sucht Jahresstelle auf März 1969 als

## Direktionsassistent

in mittelgrossen Hotel. Suchen Sie einen Mann mit Ideen zur Umsatzförderung, schreiben Sie bitte unter Chiffre 10671 an Hotel-Revue, 3011 Bern.

## Chef de cuisine

première force, 41 ans, Suisse romande, ayant fonctionné comme tel dans grand établissement de premier rang de Suisse. Recherche place de confiance immédiatement. Références à disposition.

Faire offres sous chiffre 10735 à l'Hotel-Revue, 3011 Bern.

Fils d'hôtelier, 2 anciens élèves Lycée Hôtelier Strasbourg, libérés obligations militaires, brevetés maître d'hôtel Marine, cherchent place

## chefs de rang

Suisse allemande pour perfectionnement.

Libre 1. 1. 1969.

Hôtel du Commerce, Dompierre (Vosges, France).

## Maitre d'hôtel

Deutscher

## Commis de cuisine

30jährig, Italiener, vier-sprachig, seit 8 Jahren in der Schweiz, sucht Stelle für nächste Sommersaison, evtl. Jahresstelle. Referenzen von Erstklasshäusern stehen zur Verfügung.

Offerten unter Chiffre 2034 an Hotel-Revue, 3011 Bern.

2034

Angebote sind erbeten an E. Hagenmüller, D-8954 Bissenshofen, Am Berg 6.

2004

Hygiene in Ihren Toiletten  
Visitenkarte Ihres Hauses  
Sicherheit für Ihre Gäste

## PERYSAN desinfiziert

Toilettenstühle, Telefons usw. bakterienfrei.  
Von besten Hotels und Spitalen verwendet und empfohlen.  
1 Liter Fr. 8.90, 2 Liter à Fr. 8.40, 10 Liter à Fr. 7.90.  
Auf Wunsch Schilder für Ihre Toiletten in verschiedenen Sprachen.  
Hinweis über Keimfreiheit.

Bestellen Sie noch heute:  
W. E. Huber, Progress-Service, 2613 Villaret  
Tel. (039) 4 34 63

OFA 65485003

## Bevor Sie Fassadenrenovationen

ausführen lassen, sollten Sie eine unverbindliche Offerte bei uns einholen.

## Qualität, preisgünstig und schnell

dank spezialisierten Arbeitsteams, Spezialgeräten, grosser Erfahrung. Beste Referenzen von zahlreichen kleineren und grossen Hotels vielerorts in der Schweiz.

Willy Frick, Malerei und Gipserlei,  
3452 Hiltteringen und Thun, Telefon (033) 43 15 16.

141/1

Welcher Hotelier möchte auf Frühjahr 1969 seinen Betrieb an jüngeres, einsatzfreudiges

## Wirteehepaar

mit guten Berufskennntnissen käuflich übergeben?

Mann: Küchenchef und seit einigen Jahren Pächter eines Hotel-Restaurants mit 50 Betten.

Offerten mit den nötigen Angaben bitte unter Chiffre 2039 an Hotel-Revue, 3011 Bern, einreichen.



## Immer wenn es um guten Kaffee geht ...

und wenn Ihr Fall nach so kompliziert ist, unsere Mitarbeiter stehen Ihnen kostenlos als erfahrene (und objektive) Berater zur Verfügung. Sie nehmen Ihre Kaffeeprobleme genau unter die Lupe. Und sie bringen Ihnen einen Vorschlag, der in allein Teilen auf Ihre Bedürfnisse abgestimmt ist.

(051) 48 64 65 (031) 22 65 45 (022) 36 17 20  
Zürich Bern Genf  
(041) 6 44 37 (061) 22 82 76 (021) 26 82 11  
Luzern Chur Lausanne  
(091) 2 58 63  
Lugano

Das sind die Telefonnummern für guten Kaffee (für den berühmten Cimballi-Kaffee)!

**LA CIMBALI**

Die meistverkaufte vollautomatische Kaffeemaschine der Welt!

Deutlich geschriebene

Inseratentexte erleichtern

das Absetzen und verhindern unliebsame

Druckfehler.

Name und Adresse

möglichst in Block-

buchstaben!

## Liegenschaftsmarkt Vente et achat d'immeubles

## Lugano

Bekanntes, erstklassiges

## Nachtlokal

günstig zu verkaufen.

Offerten an Postfach 88011 A, 6902 Lugano.

2008

## Hotel am See

in

## Lugano

günstig zu verkaufen.

Gediegenes, gutgeführtes Haus. 85 Betten. Teilweise Neubau. Beste Lage. Zahlreiche Stammkundschaft. Postfach 40, 6902 Lugano.

2007



## Nylpuff Komfort

Im Badezimmer, im Schlafzimmer, überall, wo der blossen Fuss den Boden berührt, schafft dieser Velours Teppich einen ganz neuartigen Komfort; herrlich weich, hell und farbenfroh.

Nylpuff ist aus 100% Nylon, schnittfest, mit gegen Feuchtigkeit geschütztem Hafrücken ausgestattet, modert nicht, rollt sich nicht und liegt absolut rutschsicher. Pflegeleicht: sogar in der Waschmaschine waschbar.

Nylpuff ist erhältlich: zugeschnitten, pro m<sup>2</sup> Fr. 49.50

• in Originalbreite (183 cm), pro m<sup>2</sup> Fr. 45.—

in abgepassten Grössen 61x 90 cm Fr. 25.—

61x120 cm Fr. 33.—

91x150 cm Fr. 62.—

## Schuster

abzüglich 10% Hotelrabatt

St. Gallen Multergasse 14

Zürich Bahnhofstrasse 18

Landenbergstrasse 10

(Stoffzentrale)

In der Aeschen 57

Basel Winterthur Am Obergasstunnel

Bern Eigerstrasse 80

Lausanne Chemin de Mornex 34

Hotel-Abteilung  
Telefon (071) 22 15 01

## HOTELPLAN

Die Internationale Reiseorganisation Hotelplan mit grossem Kundenkreis und einem weltumspannenden Agentennetz sucht mit interessierten und initiativen Hoteliers zwecks Zusammenarbeit für Sommer- und Wintersaison in Geschäftsverbindung zu treten. Wenn Ihr Betrieb den Anforderungen des modernen Tourismus entspricht, so ersuchen wir Sie, Ihre Eilofferte zu senden an

## Hotelplan

## Internationale Reiseorganisation

Pfingstweidstrasse 101

8031 Zürich, Postfach



# Gut gelaunte Gäste dank vollsynthetischen Teppichböden

Entrée und Treppenhaus sind Ihre Visitenkarte.

Syntolan verwandelt sie in ein Bijou.

Syntolan schluckt auch den Lärm - ist leicht zu reinigen.

Prüfen Sie auch

Syntolan-quick-step, den sensationellen Treppenbelag.

Er ist der erste mit einem fest eingearbeiteten

Kantenschutz.

Auf Wunsch sogar selbstleuchtend.

Das bringt Trittsicherheit.

Unsere Hotelspezialisten beraten Sie gerne.

Vergleichen Sie Preis und Qualität.

Der Geelhaar-Service

(Beraten, Offerieren, Verlegen, Reparaturen,

Tipp-Topp-Teppichreinigungs-Service)

steht Ihnen in der ganzen Schweiz zur Verfügung.

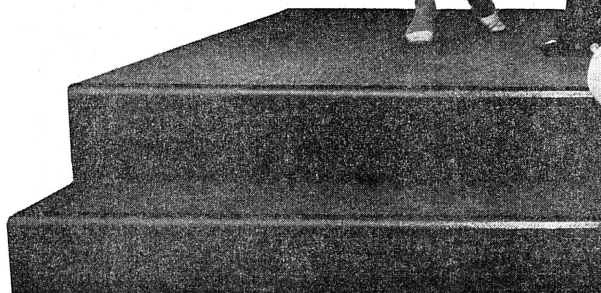
## Geelhaar

Teppichhaus W. Geelhaar AG, 3000 Bern 6

Thunstrasse 7 Telefon 031 / 43 11 44

Showroom, Zweierstrasse 35, 8004 Zürich

Tel. 051 35 38 00



®



Saubere Gläser und Tassen  
mit der neuen

**HOBART Bar Aid**

Kaltwasseranschluss  
Kaltwasserspülung  
Eingebaute Glanzreinigung  
Stundenleistung:  
etwa 500 grosse Gläser oder  
Tassen

Abmessungen:  
Breite 610 mm  
Tiefe 440 mm  
Höhe 460 mm

Preis Fr. 2500.-

**Hobart-Maschinen**

Verkauf und Service

Filialen und Servicestellen:

Basel (061) 43 91 28  
Bern (031) 52 29 33  
St. Gallen (071) 27 34 88

**J. Bornstein AG**

8021 Zürich 4  
Zeughausstrasse 3  
Telefon (051) 23 37 16

Lausanne (021) 25 39 34  
Lugano (091) 2 31 08  
Chur (081) 22 27 62



Prima

**Racletteskäse**

per kg Fr. 5.80

Sprinz vollfett  
per kg 4.-, 5.- und 6.-

Emmentaler vollfett  
per kg 4.50, 5.50

Gruyère vollfett  
per kg 4.50 und 6.-

Käse Egger,  
Linsehlstr. 30,  
8000 St. Gallen,  
Tel. (071) 22 42 68.

622 G

**Lampenschirme**

neu überziehen,  
anfertigen, sehr günstig

**Deli-Lampen**

Weinbergstr. 105, Zürich  
Telefon (051) 28 22 20.

136

Insatenschluss:

Jeden Freitag

morgen 11.00 Uhr!

Liegenschaftsmarkt Vente et achat d'immeubles



## Hotel-Immobilien

G. Frutig, 3000 Bern

Amthausgasse 20, Telefon (031) 22 53 02  
Privat: (031) 58 01 56, Telegramme: Frutibern

Internationales Vermittlungsbüro für

**Hotels, Restaurants,  
Tea-rooms, Pensionen, Motels**

Fortwährend Eingang von Neuankündigungen.  
Bitte SLGB-Verzeichnis verlangen.

127

Foreigner interested to join as partner or to  
buy a centrally located

**Hotel in Zürich**

Answer please to cipher 10842 to Hotel-  
Revue, 3011 Berne.

Tessin

Zu verpachten am Lago Maggiore (Nähe Locarno)

**Hotel mit 50 Betten**

- komplettes Inventar  
- kleiner Badestrand - Seegarten  
- Kellerbar usw.  
Das Hotel wird vermietet inkl. Gesamtinventar zu  
günstigen Bedingungen.

Interessenten wenden sich an:  
Treuhandbüro LUTZ,  
Palazzo Verbano, 6600 Muraltio-Locarno.

AS 17441 Lo

**Spezialitäten-Restaurant  
mittleres Hotel  
Hotel garni  
oder Motel**

zu pachten gesucht von jüngerem, qualifiziertem  
Ehepaar. Bevorzugt werden die Städte Zürich und  
Bern oder Umgebung. Kapital vorhanden.

Offerten erbeten unter Chiffre 2033 an Hotel-Revue,  
3011 Bern.

Fachkundiger Restaurateur mit besten Referenzen und  
Kapital sucht in Nähe Lugano zu kaufen, evtl. Pacht

**Restaurant oder Kleinhotel**

Offerten werden unter Diskretion beantwortet unter  
Chiffre 2028 an Hotel-Revue, 3011 Bern.

**Restaurant  
Terrasse  
Bar**

Important chiffre d'affaires dans  
hôtel moderne 1er rang - a - en Suisse romande à  
affermir.

Nous cherchons un

**couple de restaurateurs**

très bien recommandé.

Faire offres avec curriculum vitae et références sous  
chiffre 2019 à l'Hôtel-Revue, 3011 Berne.

**Ältestes Treuhandbüro für  
Kauf, Verkauf, Miete, Pacht  
von  
Hotels, Restaurants,  
Tea Rooms, Cafés**

**HOTEL-  
IMMOBILIEN-ZÜRICH AG**

Seidengasse 20 Zürich Tel. 23 63 64

Les annonces de l'Hôtel-Revue  
sont lues dans toute la Suisse.