

Zeitschrift: Schweizer Spiegel
Herausgeber: Guggenbühl und Huber
Band: 29 (1953-1954)
Heft: 8

Artikel: Mövenpick : im Lande der begrenzten Möglichkeiten
Autor: Prager, Ueli
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1070726>

Nutzungsbedingungen

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

Conditions d'utilisation

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

Terms of use

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

Download PDF: 16.02.2026

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



*Nicht nur in Amerika,
auch bei uns kommen
gelegentlich märchenhafte
Erfolge vor. In fünfeinhalb
Jahren hat der heute
37jährige Ueli Prager
seine Mövenpickrestaurants
mit solchem Geschick
geführt, daß er umsatz-
mäßig unter den 26 000
Gaststätten der Schweiz an
zweiter oder dritter Stelle
steht. Aber der Erfolg
kam nicht von selbst.*

PHILOSOPHEN preisen die Ruhe als eine Quelle, aus der uns die Kraft für schöpferische Tätigkeit zufließt. So verdankt auch das «Mövenpick» seine Geburt einer Ruhestunde. (Manchmal denke ich, es sei meine letzte Ruhestunde gewesen.)

Es war im Jahre 1946, in der Kaserne Aarau, wo ich in einer Kavallerie-Rekrutenschule den Hauptmann abverdiente.

In irgendeiner dienstfreien Stunde lag ich auf meinem Kasernenbett hingestreckt und las, mehr aus Langeweile als aus Interesse, das Mittagblatt der «Neuen Zürcher Zeitung». Nebst den damals aktuellen Nachrichten über die anbrechende Friedensära und den Nürnberger Prozeß war da von einem großen Bauvorhaben im Herzen von Zürich die Rede. Der kluge und initiative Zürcher Unternehmer

Ernst Göhner hatte — so las ich — die Tobler-Wiese hinter dem Kongreßhaus gekauft und plante, dort einen aus sechs Häusern bestehenden Block zu erstellen.

«Claridenhof, größtes Bürohaus der Schweiz, mehr als 1000 Büroräume, 2500 arbeitende Menschen in einem Block», das waren ungefähr die Schlagworte, an die ich mich heute noch entsinne.

An jenem Nachmittag war die Temperatur meines militärischen Eifers nicht auf dem Siedepunkt. Ich hatte Mühe, die Gedanken an kurzer Leine zu führen, weil sie mir immer wieder zu diesem Bauprojekt, von dem ich gelesen hatte, durchbrennen wollten.

«2500 Menschen in einem Block», so ging es mir durch den Kopf. «2500 Menschen einer besondern Art, aufgeschlossen und weitherzig.

Ebensoehr wie eine Landschaft Menschen formt, so müßte doch auch die Architektur und die Idee des Schöpfers eines solchen Hauses die Menschen und deren Mentalität beeinflussen. Gerade hier mitten in neuzeitlichen Betrieben und unter modernen Menschen würde sich vielleicht eine andere, bereits in der Luft liegende Lebensweise herauskristallisieren, etwas, das ich einfach als die Lebensweise der Großstadt bezeichnen möchte. Englische Arbeitszeit, andere Ernährungswünsche, das könnten die Konsequenzen sein. Und müßten nicht gerade die veränderten Lebens- und Arbeitsbedingungen dem Gastgewerbe, insbesondere den eigentlichen Verpflegungsstätten, Auftrieb und neue Möglichkeiten bringen? Vorausgesetzt, ja vorausgesetzt, daß sich das Gastgewerbe den neuen Anforderungen anzupassen versteht, den ganz spezifisch städtischen Anforderungen, den Ernährungswünschen der „white collar worker“, der Arbeiter mit dem weißen Kragen, deren Arbeitsplatz das Schreibtischpult ist.»

Ich kam mir ziemlich verwegen vor, als ich am Abend mit einem Blatt Schreibpapier in die Soldatenstube verschwand und kurzerhand

Herrn Göhner einen Brief schrieb. Kapital hatte ich wenig, Kredit wohl auch nicht, höchstens eine Idee, und auch diese entsprach eher einem schwärmerischen Bubentraum als einem gründlichen und fundierten geschäftlichen Vorschlag, mit welchem man Unternehmer und Finanzleute anzugehen pflegt.

Nun, mein Brief wanderte nicht in den Papierkorb, wie ich befürchtet hatte. Offensichtlich profitierte ich vom Namen meines Vaters, der als Besitzer des Hotels Elite in Zürich sowohl in Fachkreisen wie auch in der Geschäftswelt einen guten Ruf genießt. Herr Göhner ließ mich kommen, noch bevor der erste Spatenstich für den Claridenhof getan war. Er verheimlichte mir nicht seine bisherigen schlechten Erfahrungen, die er als Vermieter mit Restaurants und Wirtschaften gemacht hatte. Aber meine Begeisterung besiegte sein Mißtrauen. Er verlangte weder Kapitalnachweis, Referenzen noch sonst irgendeinen Beweis meiner Tüchtigkeit.

Wir waren bald einig, und ich mietete für zehn Jahre ein Ecklokal mit der Verpflichtung, dort die Installationen und Einbauten auf eigene Rechnung vorzunehmen und den Miet-



Der Verfasser (Mitte, mit Zigarette) im Kreise seiner fünf Geschäftsführer. Von links nach rechts: René Minicus, Fidel Cavelti, Hans-Otto Lehmann, Ueli Prager, Hans Adolf Doernberg, Jakob Laager.

zins prompt jeweilen drei Monate im voraus zu bezahlen. Um das schwache Pflänzchen meiner künftigen Existenz vor eisigen Winden zu schützen, erklärte sich der Vermieter sogar bereit, in allen sechs Häusern des Blocks ein Konkurrenzverbot eintragen zu lassen, so daß ich hoffen durfte, daß kein Fremder Forellen in meinem Bache fischen könne.

Die Gründung am Stammtisch

Mit dem Sechseläuten beginnt für jeden echten Zürcher das neue Jahr. Mit dem Sechseläuten 1947, als der Claridenhof allmählich aus dem Boden herauszuwachsen begann, wurde es auch für das noch ungeborene und namenlose Projekt Frühling. Aus den Träumen mußten nun dringend konkrete Pläne werden. Und ebenso dringend war: es mußte klar werden, wer die Einbauten, das Mobiliar und das Inventar zu bezahlen beabsichtigte.

Zwischen dem Mittagmahl und dem Zug der Zünfte durch die Stadt traf ich am unbesetzten Stammtisch der Helveter im Hotel Elite zwei Freunde, einen Schulkameraden und frisch etablierten Rechtsanwalt, der Geld seiner Mutter zu verwahren hatte und sich freute, als Präsident der neu zu gründenden Aktiengesellschaft seinen Namen zum erstenmal im Handelsamtsblatt stehen zu sehen, und einen jungen Fabrikanten, der seinen Betrieb mit einigen Lieferungen zu befruchten hoffte.

Als der Zugführer das Zeichen gab, sich für den Zug der Zünfte aufzustellen, war es so weit. Die beiden erklärten sich bereit, mit mir in das abenteuerliche Boot der geplanten Neugründung zu steigen. Daß sie offensichtlich mehr an meine Arbeitskraft als an die Idee an und für sich glaubten, geht daraus hervor, daß sie an ihre Hilfe die Bedingung knüpften, mich für den Tod zu ihren Gunsten und in der Höhe ihrer Beteiligung versichern zu lassen.

Das gesamte Aktienkapital betrug nur Fr. 125 000.—. Das neue Geschäft gehörte also in Tat und Wahrheit gar nicht mir. Ich war deshalb froh, als ich nach einem Jahr von meinen damaligen Geldgebern ihre Beteiligung mit einem Aufgeld von 20% zurückkaufen konnte.

Natürlich hätte mir mein Vater Geld gegeben; aber das war es gerade, was ich nicht wollte. Wir waren wohl gute Freunde; aber ich war damals noch so wenig von meinem eigenen Wert überzeugt, daß ich einfach etwas allein auf die Beine stellen mußte, um vor mir selbst bestehen zu können. Die verkümmerten

Wurzeln der Selbstachtung und des Selbstvertrauens brauchten eine Düngung dieser Art.

Wegen des Vaters und trotz des Vaters

Sie fragen nun vielleicht, wie die Idee, ein «Mövenpick» zu gründen, in meinem Kopf entstanden ist.

Nach Absolvierung der Gymnasialmatura in Trogen trat die Frage der Berufswahl — viel zu früh für mein unreifes Gemüt — an mich heran. Ich fühlte mich zu keinem Beruf hingezogen oder veranlagt. Bis dahin hatte ich mich höchstens durch eine immer wache Unternehmungslust ausgezeichnet. Zum Kummer von Eltern und Lehrern hatte sie sich aber weniger auf Dinge des Schulplanes als vielmehr auf Sport und Freizeit gerichtet.

Nun, wenn man nicht weiß was, so wird man entweder zum Berufsberater geschickt, oder man hat in die Fußstapfen und in den Schatten des Vaters zu treten. Für mich wurden die Fußstapfen des Vaters gewählt.

«Il faut souvent reculer pour mieux sauter après», pflegte mein ehemaliger Lehrer in Trogen, Rektor Wildi, zu sagen. Aus der Perspektive des unbedeutenden Commis lernte ich erst einmal das Hotelfach in England, Frankreich und Genf aufs gründlichste kennen. Es war weder wahre Berufsfreude noch Lerneifer, die mich veranlaßten, alle Arbeiten, auch solche, die mir damals sehr meiner unwürdig erschienen, zu übernehmen. Vielmehr trieb mich ein gewisser Ehrgeiz, es denen daheim zu beweisen, ein bübischer Trotz und vielleicht der Genuß am erhofften elterlichen Mitleid dazu, mich zwischen Analphabeten aus Zypern und abgebrühten Neapolitanern — die in den Londoner Hotels die Hauptmacht der subalternen Geister stellten — einzureihen.

So nahm ich eine Stelle im Savoy-Hotel als Commis débarrasseur an. Meine Aufgabe bestand darin, das schmutzige Geschirr in die Küche zu tragen. Der Lohn betrug ein Pfund pro Woche.

Es fiel mir schwer, den Hochmut des wohlgezogenen Sohnes und den im Dienst angelehrten Stolz des Kavalleristen inmitten der so wesensfremden Berufskameraden zu überwinden. Daß ich dabei meinen Beruf lieben gelernt hätte, würde allerdings die Tatsachen verschleiern.

Das entscheidende berufliche Erlebnis war dann meine dreijährige Tätigkeit bei der Hoteltreuhandgesellschaft. Der Kriegsausbruch

setzte den in der Hotellerie üblichen Wanderjahren ein vorzeitiges Ende. Mit meiner kaufmännischen Ausbildung aber lag es noch im argen. Von Soll und Haben wußte ich nur, daß dies ein Roman von Gustav Freytag ist, von Hypotheken höchstens, daß dies eine Einrichtung ist, Leute zu bedrücken, die solche auf sich lasten haben, und von Aktien, daß hämisch lachende Bankiers, mit der Couponschere und Havanna bewaffnet, sie einmal im Jahr aus den Tiefen ihrer Tresore herausholen.

Dr. Franz Seiler, damals Direktor der Schweiz. Hoteltreuhandgesellschaft, nahm mich als Volontär bei sich auf und steckte mich fürs erste in die Abteilung der Statistiken, wahr-

scheinlich weil er der Ansicht war, daß ich dort am wenigsten Unheil anrichten könne.

Tatsächlich mußte ich auch während der ersten drei Monate Umsatzzahlen von einem Bogen auf den andern übertragen, was weniger geistige Gaben als ein ausgesprochenes Stehvermögen und Geduld verlangte.

War durch meine Berufswahl der große Rahmen meiner Betätigung in Hotellerie und Gastgewerbe bereits vorgezeichnet, so lenkten mich nun die Erfahrungen, die ich bei der Hoteltreuhandgesellschaft machte, nach einer besondern Richtung hin.

Nachdem ich erst einmal an den Feierabenden fleißig buchhalterische Leitfäden für kauf-

ZU WELCHER TAGES- UND JAHRESZEIT WURDE DIE AUFNAHME GEMACHT?

Kennen Sie Flüelen? — Bestimmt ja, denn Sie fuhren doch auch schon in das Tessin! Nun, dann sollte es für Sie ein leichtes sein, aus dem Stand der Sonne die Tageszeit abzuschätzen, zu der diese Ansichtskarte aufgenommen wurde! Vor Ihren geistigen Augen taucht das Landkartenbild des Vierwaldstättersees mit dem Urner Becken auf — richtig! Seeaufwärts heißt also Blick nach Süden. Und nun zeigen uns die Schatten an Bristenstock und Häusern, daß die Sonne

im Westen steht. Es ist Frühling (woran erkennen Sie das?!), noch ziemlich hell, also kaum später als fünf Uhr abends . . . — Und nun zum Frühling: Die Laubbäume am linken und rechten Bildrand und im Hintergrund sind offensichtlich beblättert — im Gegensatz zum Nußbaum, der kahl im Vordergrund steht; Sie wissen doch wohl, daß die Nußbäume als letzte ihre Knospen sprengen im Frühjahr!



männische Lehrlinge studiert hatte, wurde ich, teilweise auf Grund meiner Fortschritte, hauptsächlich aber dank gütiger Nachsicht von Dr. Seiler, aus dem mir peinlichen Dasein eines Volutärs befreit und zum Angestellten befördert.

Die Schweiz. Hoteltreuhandgesellschaft war seinerzeit als Ausführungs- und Aufsichtsorgan der verschiedenen vom Bund erlassenen Not- und Hilfsmaßnahmen für das Hotelgewerbe gegründet worden. Sofort nach Kriegsbeginn, als der Fremdenstrom mit einem Schlag versiegte und auch die Schweizer ihre Reisen weitgehend einstellten, gerieten viele größere und kleinere Hotelbetriebe in Zahlungsschwierigkeiten. Sie wandten sich in ihrem Kummer hilfesuchend an unser Institut.

Um die Unterstützungsgesuche an Ort und Stelle zu prüfen, hatte ich viel herumzureisen und mußte bald den Kanton Graubünden, das Tessin, die innerschweizerischen Fremdenverkehrsgebiete und nicht selten sogar in Not geratene Unternehmen in größeren Städten des Mittellandes besuchen. Ich habe auf diesen Reisen gesehen, daß hauptsächlich zwei Gründe die Mißstände herbeigeführt hatten.

Sachliche Mängel und menschliches Versagen

Zum sachlichen Mangel: Es gab da Hotels, die dank ihrer Lage und ihrer Bauart ganz einfach passé waren. Wenn Tartarin de Tarascon seine abenteuerlichen Reisen auf die Rigi beschreibt, wenn er beschreibt, wie Nacht für Nacht das Kulmhotel mit Gästen überfüllt war, die sich morgens vier Uhr wecken ließen, um den Sonnenaufgang zu sehen, so liest sich dies sehr schön; aber es sind vergangene Zeiten, die da wach werden. Wenn wir vernehmen, daß es Ende des letzten Jahrhunderts zu den schönsten Ferienvergnügungen gehörte, im Hotel Schweizerhof am Rheinfall acht Tage zu verleben, so bringen wir heute das Verständnis nicht mehr dafür auf. Unsere Ferienvorstellungen haben sich geändert.

Es gab Hotels, die zwar tadellos unterhalten waren, die aber nur mit Engländern oder nur mit Deutschen gearbeitet hatten. Sie waren seit dem 1. September 1939 geschlossen. So wurde mir auf meinen Reisen durch den lebendigsten der Anschauungsunterrichte bald klar, daß es schwer hält, gegen Dinge zu kämpfen, die man im Grunde nicht beeinflussen kann. Kampf gegen Devisen, schönes Wetter, Konjunktur, Mode, politische Lage usw., das ist ein Kampf gegen einen ungleichen Gegner.

Nun zum menschlichen Versagen: Das Bewußtsein, den dunklen Mächten des Geschicks ausgeliefert zu sein, war für viele ein Grund, die Hände in den Schoß zu legen und sich vor der Wirklichkeit in irgendwelche Gefühlsreaktionen zu flüchten. So mußte ich z. B. ein Kreditgesuch für eine Renovation in einem kleinen Hotel auf der Lenzerheide prüfen. Lage- und größtmäßig hätte sich dieses Hotel sehr gut für schweizerische Sportler bescheidener Börse geeignet. Es war aber praktisch ohne Frequenz. Der Hotelier versprach sich sein Heil allein von der Tatsache, daß die Schweizerische Hoteltreuhandgesellschaft sich seines Schicksals annehme. Ich wurde von ihm empfangen wie ein *deus ex machina*, der die Patentlösung mit sich in der Mappe herumträgt. Bei meinem Rundgang mußte ich dann allerdings eine unglaubliche Unordnung, verdreckte Gastroäume, schmierige Küche und ebensolche Zimmer konstatieren. Ich riet dem Inhaber, sich zuerst einmal mit heißem Wasser und Schmierseife anstatt mit Renovationskrediten zu beschäftigen, packte meine Koffer und fuhr nach Hause.

In meiner jugendlichen Kompromißlosigkeit war ich sicher etwas zu weit gegangen. Ich ärgerte mich aber, daß ein erwachsener Mann sich träge fremder Hilfe zuwendet, ohne selber die geringste Anstrengung für etwas zu unternehmen, das schließlich sein Bett war.

Dr. Franz Seiler erhielt anderntags einen empörten Brief dieses Hoteliers. Er übergab mir denselben mit einem Zettel, auf welchem geschrieben stand: *Suaviter in modo, fortiter in re!* — Behutsam in der Methode, aber stark im Verfolgen des Ziels.

Es gab aber auch Hotels, die sich trotz Krieg und ungünstiger Wirtschaftslage, trotz Grenzsperre und der damit zusammenhängenden Umsatzschrumpfung aus eigenen Kräften über Wasser halten konnten. So sah ich auf der andern Seite, was der menschliche Geist vermag, wenn er dem Schicksal die Stirne bietet.

Gerade weil ich täglich von Berufs wegen mit den Schattenseiten der Hotellerie in Berührung kam, entstand langsam, zuerst unbewußt, dann aber immer bewußter, in meinem Kopf ein Bild, das Bild eines Idealbetriebes, der in seiner letzten Konsequenz sicher unrealisierbar ist, der aber doch die Linie meiner Entwicklung vorzeichnete. Ich dachte an einen Betrieb ohne Schwankungen während des Jahres, ohne Schwankungen während der sie-

ben Tage der Woche und ohne Schwankungen während der 18 Stunden täglicher Öffnungszeit.

Ich sah einen Betrieb, der weder von den Launen einer speziellen Gesellschaftsschicht, weder von Saison, Wetter oder Politik abhängig sein sollte. Lieber wollte ich einen kleinen Nutzen pro Tag, dafür aber diesen Nutzen während 365 Tagen.

Wenn auch später viele Irrtümer und Fehlleistungen passiert sind, diesen Richtpunkt versuchte ich nie zu verlieren.

Nach drei Jahren Dienst in der SHTG brannte ich darauf, den grauen Theorien die Praxis folgen zu lassen, die gewonnenen Erfahrungen auszuwerten und mit eigener Verantwortung selber planen und organisieren zu können. Etwas leichtsinnig entschloß ich mich — 25 Jahre alt —, die Leitung des großen Konzertrestaurants Sihlporte zu übernehmen, das einige Monate vorher von einer Finanzgesellschaft aus dem Konkurs erworben worden war und sich eben anschickte, noch einmal dem gleichen Schicksal entgegenzuschliddern.

Aus der wohlwollenden Atmosphäre der geordneten Treuhandgesellschaft geriet ich nun plötzlich in die kochende Luft von Mißgunst, Unannehmlichkeiten, Grobheiten und Betrügereien. Ich kam mir vor wie in einem Hafenviertel, kam doch die Polizei regelmäßig, wenn sie einen schweren Jungen suchte, zu mir, um mich zu befragen. In meinem Pult hatte ich verschiedene Steckbriefe, und ich war in der Lage, der Polizei mehrere ihrer Kunden zuzuweisen.

Fürs erste mußte ich mindestens die Hälfte des Personals und einen noch größeren Anteil sogenannter Stammgäste an die Luft setzen. Ich bin nicht von athletischer Statur. Ich habe mich deshalb oft nachts auf dem Heimweg umgeschaut, wenn jemand hinter mir herlief, aus Angst, daß sich einer der Herausgeworfenen handgreiflich in Erinnerung bringen wollte.

Für einen Anfänger war dies ein wirtschaftliches Probierfeld erster Güte. Ich habe ziemlich viel experimentiert. Schlußendlich aber blieb der Patient am Leben, und das war die Hauptsache für die Aktionäre und für mich.

Träume, erfüllte und unerfüllte

Kehren wir zurück zu jenem Sechseläuten-Nachmittag 1947. Nachdem die Gesellschaft gegründet war, brauchten wir einen Architek-

ten. Durch einen glücklichen Zufall lernte ich in dieser Zeit Otto Zollinger kennen, der in der Folge drei der fünf «Mövenpicks» schuf. Die meisten seiner früheren Schöpfungen fanden entweder volle Zustimmung oder heftige Ablehnung. Charakteristisch für diesen kühnen Architekten ist, daß er einmal ein Projekt für ein Hotel in Jugoslawien ausarbeitete, das im Souterrain eine Unterwasser-Bar besaß, d. h. ein Lokal, wo man durch große Scheiben das Treiben der Meerfische hätte beobachten können.

Trotz des großen Altersunterschiedes — Zollinger war schon über sechzig — lernten wir uns rasch verstehen. Bei aller charakterlichen Verschiedenheit redeten wir die gleiche Sprache. Auf meine Anschauungen hat er einen großen Einfluß ausgeübt. Der Name «Mövenpick» war eine «trouvaille» von ihm. Bei einem Spaziergang über die Quaibrücke pickte ihm eine Möwe ein Stück Brot aus der Hand, und der Name «Mövenpick» war geboren. Die meisten Leute, die wir befragten, lehnten ihn als lächerlich und unseriös ab. Ich betrachtete es aber als symbolhafte Bezeichnung für das, was wir bieten, wie wir es bieten und wo wir es bieten wollten — nämlich in Zürich. Im neu entstehenden Betrieb sollte sich auf elegante Weise gleichsam im Flug etwas picken lassen. Heute weiß ich auch, daß dieser Name vom Werbestandpunkt aus von unschätzbarem Wert für mich ist.

Ich muß aber gestehen, daß vieles, was ich mir damals vorstellte, nicht Wirklichkeit geworden ist, und vieles, was Wirklichkeit geworden ist, ich mir damals nicht vorstellen konnte.

So plante ich beispielsweise einen Büroservice im Claridenhof mit Funkverbindung. Im Dienst hatten wir zu jener Zeit oft mit sogenannten Foxgeräten oder Handy-Talkies zu tun. Die Sache hätte nun so funktionieren sollen: Der Hungrige im Büro bestellt an eine Nachrichtenzentrale. Auf drahtlosem Weg sucht die Zentrale den nächststationierten Kellner mit Perronwagen, gibt ihm den Auftrag, und im nächsten Augenblick steht der «garçon volant» bereits im Büro des Bestellers.

Man soll aber die Eier nicht kochen, bevor das Huhn sie gelegt hat. Mein Gesuch bei der PTT wurde abgelehnt. Heute sage ich: zum Glück, denn es zeigte sich nachträglich, daß das Bedürfnis, Mahlzeiten im Büro einzunehmen, gar nicht vorhanden war. Menschen, die

acht Stunden oder mehr am Schreibtisch arbeiten, sind froh, wenn sie von Zeit zu Zeit — in der Znuni- und Zvieripause oder in der Mittagszeit — den vier Bürowänden und vor allem dem ewig rasselnden Telefon entfliehen können.

Ich kaufte mir trotzdem auch ohne Funk drei Perronwagen. Sie stehen heute verstaubt auf dem Estrich. Meine Idee vom Etagenservice hatte sich als falsch erwiesen.

Kritische Zeiten

1948 war die Eröffnung im Claridenhof. Am letzten Abend vor der Eröffnung hatten wir noch bis spät in die Nacht hinein gearbeitet. Die Einladungen für den Eröffnungsempfang waren verschickt, die Inserate aufgegeben, Waren angeliefert, Geschirr und Silber in den Kästen versorgt und das neu eingetroffene Personal für den andern Tag eingeteilt. Beiseiten am andern Morgen trafen wir uns wieder im Betrieb. Der Himmel war tiefgrau, und es regnete in Strömen. Die Straßen und Trottoirs rund um den Claridenhof waren, bedingt durch die Bauerei, in einem trostlos verdreckten Zustand. Von der pulsierenden Geschäftigkeit, die ich mir ausgemalt hatte, war nichts zu merken. Es sah alles recht traurig aus, und einsam lag die Dreikönigstraße vor mir. Kaum daß ein Mensch dann und wann an einer Ecke auftauchte. Ich konnte mir plötzlich nicht mehr vorstellen, wer um alles in der Welt sich in mein Lokal verirren sollte. Die Vorfreude wurde immer geringer und wich einer lämmenden Angst vor dem Bevorstehenden. Ein einfaches Billett nach Südamerika schien mir noch die einzige Möglichkeit, um mich ehrenvoll aus der Affäre zu ziehen.

Im Laufe der Fertigstellung hatte sich gezeigt, daß das Budget nicht ausgeglichen und daß der Kostenvoranschlag weit überschritten war. Architekt Zollinger interessierte sich mehr für die künstlerische und technische Seite. Den geschäftlichen Teil überließ er mir, und ich hatte damals einfach zu wenig Erfahrung. Die ganze Einrichtung kostete Fr. 350 000.—. Das Mobiliar und alles, was der Gast sieht, war

noch das wenigste. Allein die Installationen, wie Gas, Wasser, Elektrisch, Telefon, Kühl- und Ventilationsanlagen und Heizung, machten die runde Summe von Fr. 150 000.— aus.

Auf dem Weg über ein Inserat fanden wir dann zum Glück noch einen SBB-Beamten, der etwas Geld anlegen wollte und den wir bei gutem Zins als Obligationär in unsfern Kreis aufnahmen. Er wußte allerdings nicht, wie hoch uns das Wasser stand. Wenn er heute diese Zeilen liest, so wird es ihm gehen wie dem Reiter auf dem Bodensee, und er wird sich glücklich schätzen, daß er unterdessen sein Scherflein wieder zurückerhalten hat.

Ich muß gestehen, daß die Lieferanten und Bauunternehmer großzügig damit einverstanden waren, sich die Rechnungen ratenweise zahlen zu lassen. Aber weder diese Zahlungskonditionen noch das Darlehen des SBB-Beamten konnten das Kühlein wirklich fett machen. Wenn auch der Gast nichts merken durfte, so wurde doch überall rigoros gespart. Auf Pult und Büro, auf Sekretärin und Buchhalter, auf Magaziner und Chef de Service hatte ich zu verzichten. Herr Doernberg, der 1941 als Flüchtling über die Grenze gekommen, war seit 1944, d. h. seit der Auflösung der Flüchtlingslager, mein enger Mitarbeiter geworden. Wir teilten uns in die verschiedenen Funktionen. Zwischen Kisten und Harassen richteten wir uns im feuchten Keller ein, und oft brüteten wir an einem wackligen Tisch in Mantel und Hut über Rechnungen, Umsatzzahlen, Reklameideen und Verträgen. Von der Feuchtigkeit verbogene Ordner und vorzeitig vergilzte Papiere erinnern uns heute an diese feucht-ernste Zeit.

Aber die schlimmste Zeit ging vorbei, und es wurde klar, daß das «Mövenpick» dem entsprach, was sich ein städtischer Kopfarbeiter zum täglichen Besuch wünschte.

Nicht alles Gute kommt aus den USA

Worin bestand die «Mövenpick»-Idee? Man könnte vielleicht sagen: «Das „Mövenpick“ ist eine schweizerische Snackbar mit Luxuscharakter», oder «das „Mövenpick“ ist ein Luxusrestaurant schweizerischer Prägung, gemischt mit dem Charakter einer ausländischen Snackbar».

Was ist neuartig am «Mövenpick»? Eigentlich nichts. Ich habe in beinah allen Hauptstädten Europas die Eßgewohnheiten der

Foto: Otto Pfenninger

Glarner Landsgemeinde:
Der Landammann spricht

WOHER STAMMT DIESES WORT?

Familiennamen

Familiennamen, welche auf die starke Verbreitung des Waldes in unserer Heimat hinweisen, sind sehr zahlreich. Wer in der Nähe eines Waldes wohnte, wurde *Walder* genannt. (Viele Walder leiten jedoch, wie die alte Schreibweise zeigt, ihren Namen von Walther her.) Ein altes Wort für Wald ist der *tan*; es bildet den Ursprung der Namen *Tanner* und *Denner*. In der Nähe von Föhren (schweizerdeutsch *Forre*) hauste der *Forrer*, wo Gebüsch und Stauden standen, der *Bösch* und der *Studer*. Auch die in der Nähe wachsenden Weiden konnten für die Bezeichnung einer Familie ausschlaggebend werden: *Wyder*, *Wydler*, *Weidenmann*, aber auch *Sahli*, denn das alt-hochdeutsche Wort war *salaha*. Bei großen Farnfeldern hatten sich der *Farni* oder der *Farner* niedergelassen. Der *Harder*, *Hardmeier* wohnte in der Nähe eines Hardes, eines Waldes, der als Weide benutzt wurde.

Große Strecken unseres Landes wurden gerodet, der Wald verschwand; oft wurden die Bäume versengt, niedergebrannt. Darauf weisen Namen wie *Rütimann*, *Greuter*, *Schwanter*, *Gschwend*, *Seng* usw. hin. Daß Namenerklärung eine genaue Kenntnis der früheren Schreibweise oder der Familiengeschichte voraussetzt, mag das Beispiel *Singer* zeigen; soll der Name als Sänger, Senger oder als der aus dem nördlich unserer Landesgrenze gelegenen Singen Kommende gedeutet werden? Der *Kiefer* aber bekam seinen Namen nicht vom Nadelbaum; hinter diesem Namen verbirgt sich der — Küfer.

Johannes Honegger

Stadtmenschen beobachtet. Daraus ergab sich eine bis anhin nicht bekannte Vereinigung verschiedener Restauranttypen.

Viele Kritiker haben das «Mövenpick» als amerikanisch bezeichnet. Das ist ein Irrtum. Ich war nie in Amerika und versuche nicht, die Amerikaner zu kopieren. Das «Mövenpick» ist eine schweizerische Lösung eines Stadtrestaurants.

Wenn viele Leute gerne hingehen, so nicht deshalb, weil wir Außergewöhnliches tun, sondern deshalb, weil wir uns bemühen, ganz gewöhnliche Dinge außergewöhnlich gut zu tun.

So war es möglich, im November 1950 das «Mövenpick» am Sihlporteplatz, im Mai 1952 am Paradeplatz, im August 1952 in Luzern und im März 1953 dasjenige in Bern zu eröffnen. Heute sind es über 300 Angestellte, die hier ihr Auskommen finden.

Auswahl, aber die richtige

Die Bereitstellung der großen Auswahl im Essen und Trinken stellte zu Beginn ein zielliches Problem dar, weil erstens die Köche und Serviertöchter vielfach die beruflichen Kenntnisse nicht mitbrachten und weil wir die Verbindungen für den Einkauf erst mühselig aufbauen mußten. Es gehört aber mit zum Typus des «Mövenpicks», daß der Gast sich nicht an zusammengestellte Menus hält, sondern sich willkürlich das zusammenstellt, nach was ihn gelüstet.

Wir haben viele Gäste, solche, die z. B. auf die Linie achtgeben, die sich ein Beefsteak ohne irgendwelche Beilage und einen schwarzen Kaffee bestellen oder eine Portion Saumon fumé und Lindenblütentee. Ein anderer bestellt sich sechs Austern und ein Bier.

Ich habe mich von Anfang an auf Spezialitäten eingestellt und damit einer wichtigen Kategorie, nämlich jener der Kleinigkeiten-Esser, Rechnung getragen. Wer plötzlich das Bedürfnis verspürt nach einer Spezialität, erhält das Gewünschte, ohne daß jemand von ihm erwartet, er müsse nun auch noch die dazugehörige Suppe, die Vorspeise und das Dessert bestellen und folglich auch berappen. Jedermann hat schon in einem Restaurant den Wunsch verspürt nach zwei Gerichten, die nach den Gesetzen einer überlieferten Gastronomie einfach nicht zusammengehören.

Bei der Auswahl der Speisen gehe ich nicht immer so vor, wie es in der Fachliteratur emp-

fohlen wird. Richtigerweise sollte man den Publikumsgeschmack ergründen und versuchen, all den verschiedenen Geschmäckern gerecht zu werden. Im «Mövenpick» wird aber ganz einfach das serviert, was ich gerne habe. Nicht weil ich mir einbilde, origineller oder gescheiter zu sein als die andern, sondern aus dem Gefühl heraus, daß man nur das servieren soll, von dem man selber überzeugt ist. Man risikiert so am wenigsten, die eigene Linie zu verlieren. Jedesmal, wenn ich von diesem Grundsatz abging, trat ein Mißerfolg ein. Grundsätzlich führe ich keine Dinge, die ich nicht mag, z. B. Pudding, Zervelat, Auflauf. Dagegen sind im «Mövenpick» Meersachen, wie Austern, Moules, Hummer, Soles, Rauchlachs, Scampi usw., zur Selbstverständlichkeit geworden, alles Leckerbissen, die mein eigenes kulinarisches Herz höher schlagen lassen.

Auch beim Wein spielt die Qualität die größere Rolle als die Menge. Wir schenken im 1-dl-Glas Flaschenweine aus, damit auch der kleine Trinker zum Genuss kommt.

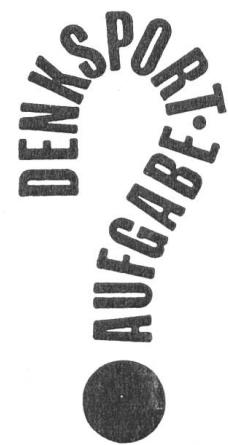
Bei der Wahl des Weins spielt mein eigener Geschmack die entscheidende Rolle. Ich wähle da, zu was ich stehen kann und was ich auch gerne Freunden zu Hause offerieren würde.

Immer wieder wird behauptet, der Gast verstehe mit seltenen Ausnahmen nichts vom Wein. Ich habe eher gegenteilige Erfahrungen gemacht. Erst kürzlich wollte mir ein bekannter Weinhändler erklären, daß es viel vernünftiger sei, einen gewissen Typ eines Weines, z. B. Fendant oder Beaujolais, auszuschenken und es dem Weinhändler zu überlassen, durch geeignete Mischung — selbstverständlich im Rahmen des Gesetzes — dafür zu sorgen, daß jahraus, jahrein ein unveränderter Wein ausgeschenkt werden könne. Selbst bin ich nicht dieser Ansicht. Mir ist ein Wein lieber, der den Charakter seiner Gegend und seines Jahrganges trägt, wenn er vielleicht auch in einem Jahr weniger elegant und geschmeidig ist als im andern. A la longue setzt sich immer und in allen Fällen die ehrliche Qualität durch.

Ich habe mich allerdings oft getäuscht. So versuchte ich einmal, Renntierfleisch einzuführen. Es sieht aus wie Bindenfleisch, ist aber zäher. Damit hatte ich aber keinen Erfolg.

Eine Bestellung von Möweneiern wurde wegen eines mir unbekannten Vogelschutzgesetzes überhaupt nicht über die Grenzen gelassen.

Bei der Kalkulation versuchte ich neue Wege



Ein Reisender bestellt in einem Bahnhofbuffet einen Café crème. Er wird ihm so heiß serviert, daß er ihn trotz der Eile zuerst abkühlen lassen muß.

Frage: Soll er nun den Rahm gleich eingießen oder erst, bevor er ihn trinkt?

Auflösung Seite 23

zu gehen. Meist wird für alle Speisen und Getränke der gleiche prozentuale Aufschlag erhoben. Das scheint mir nicht richtig. Warum soll eine halbe Flasche Champagner, die im Einkauf acht Franken kostet, zu 16 oder sogar 18 Franken abgegeben werden, während der Zuschlag bei einem Mineralwasser nur 40 Rappen ausmacht? Beide Gäste verursachen ja gleichviel Unkosten. Infolgedessen bin ich dazu übergegangen, Luxusartikel zu einer schmäleren Kalkulation abzugeben. Und gerade das hat den Leuten viel Freude gemacht.

Von Anfang an schaute ich darauf, daß der Kunde eine gewisse Großzügigkeit spürt. Zucker, Reibkäse, Ketchup und andere englische Saucen werden zur freien Bedienung hingestellt. Wenn einer an der Bar Butter verlangt, stellt man ihm ein Mödeli auf die Theke.

Es gibt keine Occasionen

Ich habe viele Fehlkäufe gemacht, bis ich einsehen lernte, daß Occasionen selten Occasionen sind. So führte ich z. B. am Anfang billigere und teurere Austern. Mit der Zeit gab ich die billiger auf, ebenso die billiger Wurstwaren und Fleischqualitäten.

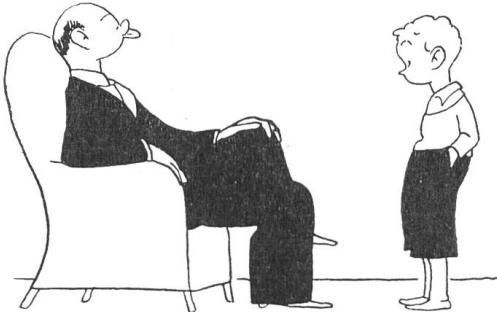
Ich lasse spezielle Bratwürste anfertigen, zu deren Herstellung mehr Milch verwendet wird und reines Kalbfleisch. Sie kosten mich 30 Rappen mehr und werden infolgedessen zu einem um 50 Rappen höhern Preis verkauft als gewöhnliche Bratwürste. Trotzdem oder gerade deshalb sind sie beliebt.

Ein gutes Beispiel ist der Kaffee. Ich habe mich früher immer gewundert, warum der Kaffee an einigen Orten so schlecht ist. Der Hauptgrund liegt ganz einfach darin, daß zu wenig, nicht genügend guter und vielfach mit Zichorie vermischter Kaffee verwendet wird. Und was vielleicht für den Kaffeekenner noch

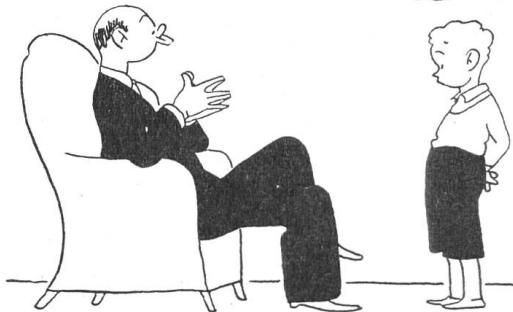
schlimmer ist: Man läßt die Kaffeebrühe stundenlang herumstehen.

Pro Liter Wasser sollte man 60 g Kaffee verwenden. Ein Kilo kostet heute 12 Franken. Nimmt man 40 g, so «erspart» man pro Tasse drei bis vier Rappen. Ich verkaufe pro Jahr 1½ Millionen Tassen Kaffee. Dazu braucht es

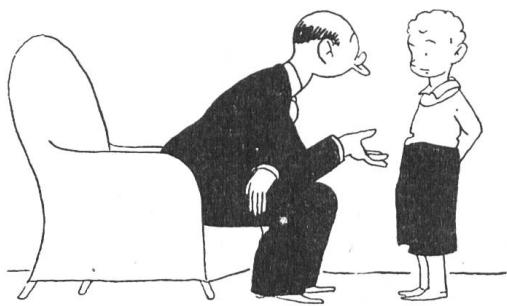
Der kleine Familienfilm



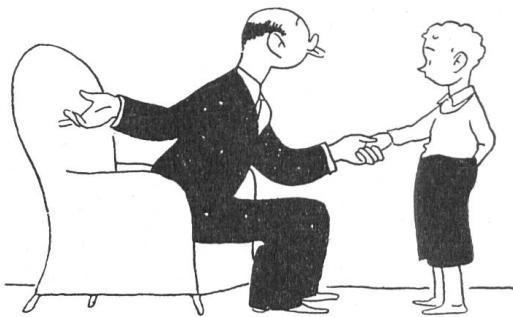
Sagt Söhnchen, er möchte, weil Schule wieder angefangen hat, mit ihm einmal wie mit einem Erwachsenen über den Wert der Hausaufgaben reden.



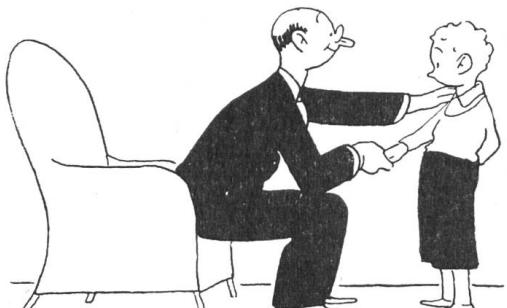
Freut sich, daß Söhnchen ganz Ohr ist, und läßt sich in eine Abhandlung über die Bedeutung des Wissens ein.



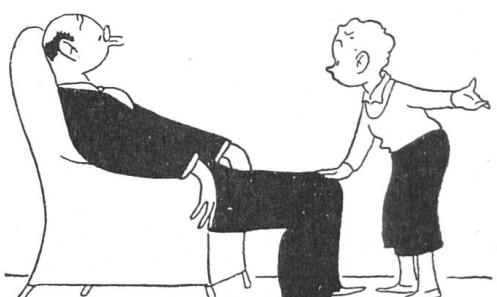
Erklärt, daß, wenn er seine Aufgaben vernachlässigt, er immer benachteiligt sein wird, wenn er einmal groß ist.



Hält eine flammende Rede über den Wert der Konzentration in der Schule.



Endigt mit einem kräftigen Appell von Mann zu Mann und fragt Söhnchen anschließend, ob er dazu noch etwas zu sagen hat.



Söhnchen sagt, der Großvater von Fritzli Butz habe seit gestern eine Vespa.

12 000 bis 15 000 Kilo. Würde ich eine schlechtere Qualität verwenden, so würde ich etwa 45 000 Franken einsparen, gleichzeitig aber den Ast absägen, auf dem ich sitze.

Ähnlich verhält es sich mit der verwendeten Crème. Die Crème beim Café crème besteht an vielen Orten aus Halbrahm. Man hat mir immer wieder beweisen wollen, daß zwischen dem sogenannten Halbrahm und dem Vollrahm für einen Café crème kein Unterschied sei, für das Portemonnaie aber ein gewaltiger. Vollrahm ist nämlich doppelt so teuer. Wir schenken aber trotzdem zu unserm Café nur Vollrahm aus, und ich glaube, damit richtig zu tun.

Wir brauchen im Jahr etwa 40 000 Liter Rahm à Fr. 5.—, davon vielleicht die Hälfte in flüssiger Form. Würden wir Halbrahm abgeben, so könnten wir 50 000 Franken einsparen.

Die Versuchung, rein rechnerisch vorzugehen, ist sehr groß. Aber man darf ihr unter keinen Umständen erliegen.

Wenn ich das Wort Occasionen höre, so muß ich immer an die billigen Scampi denken, die ich aus Tito-Jugoslawien importierte. Beim Öffnen der Kiste liefen sie mir entgegen, nicht die Scampi zwar, aber die Würmer, die sich unter Kontrolle der verstaatlichten Fischexportfirma einnisteten konnten.

Schnelligkeit ist keine Hexerei, aber sie kostet Geld

Bei unserer Art Kundschaft, die es meistens sehr pressant hat, ist der schnelle Service etwas vom Wichtigsten. Will man aber Schnelligkeit mit großer Auswahl verbinden, so erfordert das sehr viele und sehr teure Nebenräume. Wenn ich am Anfang der Meinung war, daß auf 100 m² Gastraum 100 m² hinter den Kulissen genügen, so mußte ich sehr bald umlernen.

Um einen raschen Service bei unserer großen Auswahl möglich zu machen, braucht es 2 ½ mal so viel Wirtschaftsraum. Im «Mövenpick» in Bern — dem zuletzt erbauten — kommen auf 200 m² Restaurant 500 m² für Küche, Keller, Kühlschränke und Tiefkühlräume, Lager, Personalgarderoben, Maschinenkammern usw.

Das Erfordernis der Schnelligkeit hat mich auf den Tellerservice gebracht. Platten und Schüsseln anzurichten und auf den Tisch zu stellen, braucht Zeit und Platz. Um Zeit und

Geld zu sparen, ist es auch nötig, auf Tischtücher und Blumendekorationen zu verzichten, ferner auf die platzfordernde und unzeitgemäße Verschiedenheit der Gläser für jede Weinprovenienz und jede Sorte Likör.

Damit nun aber das Ganze doch gepflegt wirkt, muß alles getan werden, um das ästhetische Niveau zu heben. So liegen z. B. auf den Tischen verschiedene Papiersets, die das Entzücken der Gäste bilden, die Menus sind auf farbiges Papier gedruckt, und für die künstlerische Ausstattung wird verhältnismäßig viel Geld ausgegeben. Statt Bilder aufzuhängen wurden ganze Wandteile in gegenwartsnahe Kunstwerke verwandelt. So hat Kunstmaler Eugen Häfelfinger in allen «Mövenpicks» eindrucksvolle, moderne Mosaiken geschaffen.

Um schnell zu sein, braucht es viel Personal. Deshalb sind während der Essenszeiten einer Serviertochter nur drei Tische zugeteilt, d. h. etwa zehn Personen. Das hat den Serviertöchtern am Anfang nicht eingeleuchtet. Heute aber sehen sie ein, daß sie auf diese Weise sehr gut auf ihre Rechnung kommen; denn je schneller der Service, um so mehr Gäste können pro Quadratmeter bedient werden.

Das ist auch der Grund, weshalb ich den Barstuhl eingeführt habe. Im «Mövenpick» kann man an der Bar nicht nur trinken, sondern auch essen. Die Einrichtung einer solchen Bar ist sehr teuer. Das Möbel im «Mövenpick» Bern z. B. kostete allein zirka 60 000 Franken. Die Ausgabe lohnt sich jedoch; denn der Umsatz pro Stuhl ist größer als der Umsatz pro Stuhl im Restaurant. Es kann vorkommen, daß nur während des Mittagessens fünf Gäste auf einem einzigen Barstuhl nacheinander serviert werden können.

Ich habe schon gesagt, daß die Atmosphäre etwas vom Wichtigsten ist. Es trägt deshalb wesentlich zur Entspannung der Gäste bei, wenn sie sich unformell bewegen, mit andern Menschen unterhalten und eine Atmosphäre spüren können, die nicht bedrückt. Während man oft nicht gern an einen Tisch sitzt, an welchem bereits ein anderer Gast Platz genommen hat, und sich vielleicht dadurch eher geniert fühlt, so bringt die Bar durch ihre

Lösung der Denksportaufgabe von Seite 21

Lösung: Möglichst spät. Je heißer der Kaffee, desto rascher gibt er seine Wärme ab.

Pfr. E. Barth, Burg

Anordnung ganz von selbst mit sich, daß Unbekannt neben Unbekannt sitzt. Und nicht selten entwickeln sich kleine unverpflichtende Gespräche, die mit dazu gehören, die Spannungen des anstrengenden Büro- oder Geschäftsbetriebes los zu werden.

Bei aller Verschiedenheit repräsentieren doch die Besucher des «Mövenpicks» einen bestimmten Lebensstil. Infolgedessen ist es wichtig, daß die Ambiance nicht dadurch gestört wird, daß Gäste in einem Anzug erscheinen, der die andern verletzt. So kam einmal ein Bauarbeiter in einem verschwitzten Leibchen in den Claridenhof und setzte sich an die Bar. Als ich ihn höflich darauf aufmerksam machte, daß er in diesem Anzug nicht serviert werde, fing er an aufzugehren, er sei ein so guter Schweizer wie die geschniegenen Herren, die hier im Lokal säßen, er habe über 600 Dienstage auf dem Buckel und lasse sich deshalb diese Deklassierung nicht gefallen.

Ich erklärte ihm, das habe mit Deklassierung nichts zu tun. Jedes Restaurant habe in dieser Beziehung gewisse Vorschriften. So sei ich kürzlich im Garten des Baur au Lac nicht serviert worden, weil ich nur ein Hemd ohne Kittel getragen habe.

Der Bauarbeiter glaubte die Geschichte nicht, und so schlug ich ihm vor, eine Flasche Bier zu wetten. Am nächsten Samstag gingen wir dann beide zusammen, sorgfältig angezogen, aber ohne Kittel, ins Baur au Lac, und was mir allein passiert war, passierte nun zu zweit; wir wurden unseres formlosen Anzuges wegen tatsächlich nicht bedient.

Seit jenem Tag ist der betreffende Mann noch oft ins «Mövenpick» gekommen, aber immer gut gekleidet.

Schon nach kurzer Zeit habe ich meinem Restaurant einen Traiteur-service angegliedert. Das geschah eigentlich nicht deshalb, um mir eine zusätzliche Einnahme zu verschaffen, sondern um dem Personal und mir Gelegen-

heit zu geben, von Zeit zu Zeit Spitzenleistungen zu vollbringen. Das hebt wie nichts anderes den Berufsstolz. Wir liefern kalte Buffets oder ganze Nachtessen. Wir übernehmen die gesamte Organisation, liefern also nicht nur Essen und Trinken, sondern auch die Rauchwaren, das Geschirr, die Wäsche und stellen das Personal zur Verfügung. Diese Lieferungen erfolgen in einem großen Umkreis, d. h. bis nach Schaffhausen, an den Bodensee oder in die Innerschweiz.

Meist sind es bescheidene Aufträge. Es kommt aber vor, daß es sich um ziemlich großartige Angelegenheiten handelt. So mußten wir einmal Essen und Trinken bei einem Gartenfest liefern, das in einem Sitz am Zürichsee durchgeführt wurde. Es waren 400 Gäste eingeladen, und der Gastgeber hatte für diesen Abend die Kleinigkeit von Fr. 25 000.— zu berappen.

Erst säen, dann ernten

Für was mußte ich am meisten Zeit und Energie aufwenden in den letzten Jahren? Zwei Dinge stehen im Vordergrund. Das eine ist das, was die Amerikaner mit «human relations» bezeichnen. Man könnte auch ganz einfach sagen das Personalproblem, die Bemühung also, den Geist konstruktiver Zusammenarbeit der Angestellten unter sich, ihre richtige Einstellung zum Betrieb und ein Gefühl der Zusammengehörigkeit von Betrieb zu Betrieb zu pflegen.

Ich versuchte dabei immer wieder, mir und den Mitarbeitern klarzumachen, daß man zuerst säen muß, bevor man ernten kann, daß man bereit sein muß, Arbeit zu leisten, die vielleicht im Moment nichts einbringt.

Das andere ist die Publizität, also diejenige Tätigkeit, die sich damit befaßt, dem Kunden von der eigenen Leistungsfähigkeit zu berichten.

Da musste ich lachen

Ich stand mit einem Paket am Postschalter. Vor mir standen aufgeregt ein paar Schulbuben mit ihren Pro-Juventute-Marken. Als sie endlich an die Reihe kamen und der Beamte sie fragend anblickte, wurde es einen Augenblick still. Dann aber schob einer einen Prospekt über den Tisch und fragte erwartungsvoll, ob «ächt» die Post auch ein paar Pro-Juventute-Marken kaufen würde. Da mußte ich, trotz den enttäuschten Bubengesichtern nach der abschlägigen Antwort des Beamten, einfach lachen.

T. W. in B.

Reklame muß natürlich wahr sein. Alle Anpreisungen helfen nichts, wenn die Wirklichkeit sie Lügen straft. Wirkungsvolle Propaganda kann den Kunden veranlassen, ein Lokal einmal aufzusuchen, halten können wir ihn nur durch gute Leistung. Hinter jeder Werbeidee muß ein wirklicher Dienst stehen.

Unter Reklame meine ich allerdings nicht nur Inserate, Rundschreiben und Prospekte, sondern alles, was als Idee dazu angetan ist, für einen Betrieb zu werben.

So hat uns z. B. der Gedanke, einmal in der Woche Hummer à discréction zu verkaufen, vom publizistischen Standpunkt aus in ganz kurzer Zeit weiter gebracht als eine großangelegte Inseratenkampagne. Die Idee, daß einer für 15 Franken so viel Hummer essen konnte, wie er seinem Magen zumuten wollte, warb für sich, ohne daß viele Annoncen notwendig gewesen wären. Gerade diejenigen, die mit geschwellter Brust in der Stadt herum erzählten, um wie viele Hummer sie den Ueli Prager geschädigt hätten, gerade sie waren meine besten Propagandisten. Rekord: 15 Hummer. Verkaufspreis: Fr. 15.—. Selbstkostenpreis: Fr. 45.—. Schon seit bald drei Jahren haben wir mit diesen Hummertagen aufgehört, aber die Mundreklame erzählt noch immer davon.

Es war mir nicht wichtig, ob eine Maßnahme, eine Einrichtung oder ein neues Verkaufsargument direkte Rendite bringe. Maßgebend war, ob unsere Leistungsfähigkeit gesteigert werde. Man muß manchmal das Geld zum Fenster hinauswerfen können, damit es wieder zur Türe hereinkommt.

Anlässlich der Eröffnung des ersten «Mövenpicks» schrieb ich hauptsächlich von Neuheiten und technischen Einzelheiten. So lautete z. B. ein Inserat:

„Mövenpick“ — das erste Lokal mit Flexalum Venitian Blinds. Farbige Jalousien aus Aluminiumlamellen.»

Vor fünf Jahren kannte man hier diese Lamellenstoren noch nicht, und jeder zweite Gast, der das Lokal betrat, ließ es sich nicht entgehen, die Jalousien handgreiflich zu betrachten. Das Inserat war gelesen worden und hatte zum mindesten bewirkt, Gäste ins Lokal zu locken.

Oder:

„Mövenpick“, versehen mit den ersten original amerikanischen Counterstools. Das sind automatisch zurückgehende Barstühle

mit Rücklehne.»

Auch dieses Inserat brachte ungezählte Neugierige, die die Bequemlichkeit und den Mechanismus der Stühle ausprobieren wollten.

In andern Inseraten versuchte ich, etwas von den Mühen der Warenbeschaffung, von den Rohmaterialien oder von den Lieferanten zu erzählen. Zum Beispiel:

«Eine jüngst durchgeföhrte Reise durch Nordfrankreich hat mich zu einem der bekanntesten Langusten-Viviers in der Bretagne geföhrt. Laufend erhalten wir nun frisch ab Meerhafen lebende Langusten.»

Oder:

«Der Hummerfang hat wieder eingesetzt. Das Fleisch ist während der Sommermonate besonders gehaltvoll, weil die Hummer direkt auf Hochsee gefischt werden. Für den Winterverkauf werden sie in großen Bassins, sog. „Hummerparks“, eingestellt. Hummer frisch eingetroffen per Flugzeug.»

Andere Inserate wieder enthielten nicht viel Reklame. Sie sollten einfach lesenswert sein und den Leser veranlassen, sich auch das «Mövenpick»-Inserat von morgen und übermorgen wieder anzusehen. Zum Beispiel:

«Sollten Sie beim Essen von Austern zufälligerweise eine Perle finden, so sind wir entgegenkommenderweise bereit, Ihnen dieselbe zu überlassen.»

Oder:

«Il faut dans la vie beaucoup de sagesse et un peu de folie. Ja, wenn man immer brav seine Hausmannskost zu sich nimmt, so darf man sich auch einmal mit dem Gefühl, eine kleine „folie“ begangen zu haben, an einem guten Glas Wein berauschen.»

Doch kaum war ihm das Wort entflossen, möcht' er's im Busen gern behalten

Einige Male sind aber auch schwere Verstöße gegen den guten Geschmack passiert. So bei einem Inserat folgenden Inhalts:

«Wie der Mörder zum Tatort, so kehrt der zufriedene Kunde ins „Mövenpick“ zurück.»

Dieses Inserat erschien im «Nebelspalter» nochmals gratis, aber versehen mit dem nötigen Kommentar. Auch der «Beobachter» nahm sich seiner liebenvoll an.

Es war sicher auch eine Entgleisung, als ich einmal, aufgebracht über Nachahmungen in der Aufmachung und im Stil der Reklame, bei der Neueröffnung einer Snackbar schrieb:

«Wer brüllt, ist lange noch kein Löwe, nicht jeder Spatz ist eine Möwe, nicht jede Snackbar ist ein „Mövenpick“.»

Reklame sollte natürlich nicht gegen etwas gerichtet sein, sondern bejahend für die eigene Sache. Solche Attacken unterließ ich dann auch in Zukunft.

Zur Eröffnung des dritten «Mövenpicks» am Paradeplatz schickte ich an zirka 2000 Adressen in der näheren Umgebung der Bahnhofstraße ein Zirkularschreiben. Diesem Briefe war ein fröhlich gezeichnetes Täfelchen beigelegt, auf welchem zu lesen stand:

«Bitte nicht stören, bin im „Mövenpick“.»

Auf der Rückseite waren verschiedene gebräuchliche Ausreden gedruckt, wie:

«Bitte nicht stören, bin beim Notar, auf der Post, bei einem Kunden, beim Zahnarzt, auf der Bank. Zutreffendes unterstreichen.»

Im Begleitbrief wurde der Empfänger aufgefordert, das Täfelchen draußen an seine Türklinke zu hängen, wenn ihm gelegentlich sein Büro verleidet sei. Und weil die Sekretärin vielleicht sehr kritisch sei und er ihr nicht verraten wolle, wohin er gehe, so habe das Täfelchen zwei Seiten. Er solle diejenige Seite verwenden, die er für gut halte.

Auf diese scherzhafte Aufforderung erhielt ich viele fröhliche Zuschriften.

Es gab allerdings auch andere:

Von einem bekannten Zürcher Geschäftsherrn kam ein empörter Brief. Er verbitte sich meine Zumutung. Er habe selber die nötige Zivilcourage, um seiner Sekretärin zu sagen, wenn er ins «Mövenpick» gehe, und faule Ausreden brauche er nicht.

Ich habe dem Herrn sofort mit dem nötigen Ernst geantwortet und ihm ein einseitig bedrucktes Täfelchen geschickt.

Einmal erhielt ich folgende Zeilen:

«Bei unserm letzten Beisammensein von Reklameberatern wurden wieder Ihre Verse diskutiert. Können Sie denn diese blöden Kinderaufsätze nicht sein lassen? Oder verkehren nur Kleine in Ihren Lokalen?»

In der Reklamespalte einer zürcherischen Wochenzeitung «Mövenpick gibt Auskunft» veröffentlichten wir die Anfrage und schrieben dazu:

«Auf diese authentische Anfrage können wir nur antworten: Natürlich verkehren in unsren Lokalen auch Kleine. Im Gegensatz zu Ihnen können sie aber nichts dafür, daß sie klein sind. Und da Sie gewiß doch auch den Vorsatz haben,

im neuen Jahr ein besserer Mensch zu werden, raten wir Ihnen, legen Sie sich eine Flasche Mineralwasser zu, Mineralwasser stärkt das Urteilsvermögen. Ende des Kinderaufsatzes.»

Bilanz

Aus meiner Arbeit und dem Aufbau des Unternehmens habe ich mehr Freude und Spaß herausgeholt, als ich dies in Dingen, die man gemeinhin Vergnügen nennt, je hätte finden können. Wenn ich auch oft zwölf Stunden und mehr arbeiten mußte, so habe ich es doch nie als eine Last empfunden. Ich habe mich im Gegenteil oftmals bei Spiel und Muße aus dem Staube gemacht, um etwas Nützliches zu tun, nicht im heiligen Ernst oder im Bewußtsein des Nutzens, sondern nur deshalb, weil meine Arbeit mir mehr Vergnügen machte als das Dolcefarniente. Und ebensoviel Freude, wie ich früher hatte, bei einem Skirennen oder bei einer Reitveranstaltung in den vordern Rängen zu sein, macht es mir heute, wenn ich den Eindruck habe, etwas über dem Durchschnitt Liegendes in meinem Beruf geleistet zu haben.

Marc Aurel sagt, daß unser Leben das sei, was unsere Gedanken aus ihm machen, und tatsächlich weiß ich von meiner Anfängerzeit her, wie unglücklich ich mich selber machte mit der Auffassung, daß die Arbeit eine harte Bürde sei, daß es viel schöner wäre, jetzt zu schwimmen oder zu reiten. Meine Selbstbemitleidung hat mich damals ebensosehr unglücklich gemacht, wie mich heute strenge und intensive Arbeit glücklich machen kann.

Jeder Narr liebt seine Kappe.

Legen Sie es mir nicht als Unbescheidenheit aus, wenn ich etwas viel das Wörtchen «ich» und das Wörtchen «Mövenpick» gebraucht habe. Selbstverständlich ist das Unternehmen, das ich aufgebaut habe, für meine eigene Person sehr wichtig. Ich bilde mir aber nicht ein, daß dies in den Augen anderer Leute auch so sei. Für sie ist ihr Geschäft, ihre Familie und vor allen Dingen ihre eigene Person wichtig. Ich weiß auch, daß ein neues Restaurant, ein neuer Verkaufsstil und was der ähnlichen Dinge mehr sind, höchstens vorübergehendes Interesse wecken. Wenn meine bisherigen Bemühungen und meine Arbeit überhaupt von Wert waren, so doch nur für einen kurzen Augenblick.