

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Band: 25 (1916)
Heft: 14

Heft

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 17.11.2024

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

REVUE SUISSE DES HOTELS

Fünfundzwanzigster Jahrgang
Erscheint jeden Samstag

Organ und Eigentum des
Schweizer Hotelier-Vereins

Vingt-cinquième Année
Paraît tous les Samedis

Organe et Propriété de la
Société Suisse des Hôteliers

Die Vereinsmitglieder erhalten das Blatt gratis. Les Sociétaires reçoivent l'organe gratuitement.

Alleinige Inseraten-Aufnahme: **RUDOLF MOSSE**, Annoncen-Expedition, Zürich und Basel.
Alleinige Konzessionärin für den in- und ausländischen Propagandendienst des Schweizer Hotelier-Vereins.
INSERTIONS-Preis: Pro Pettizeile 30 Cts., Anzeigen ausländ. Ursprungs 40 Cts., Reklamen Fr. 1.25, Reklamen ausländ. Ursprungs Fr. 1.50.

Les annonces sont seules reçues par **RUDOLF MOSSE**, Agence de publicité, Zurich et Bâle.
Seule concessionnaire du service de publicité suisse et étranger de la Société Suisse des Hôteliers.
PRIX DES ANNONCES: La petite ligne 30 cts., annonces de l'étranger 40 cts.; réclames fr. 1.25, réclames de l'étranger fr. 1.50.

ABONNEMENT: SCHWEIZ: Jahrl. Fr. 10.—, halbjährl. Fr. 6.—, vierteljährl. Fr. 3.50, 2 Monate Fr. 2.50, 1 Monat Fr. 1.25. AUSLAND (inkl. Postzuschlag): Jahrl. Fr. 15.—, halbjährl. Fr. 8.50, vierteljährl. Fr. 4.50, 2 Monate Fr. 3.20, 1 Monat Fr. 1.60.

ABONNEMENTS: SUISSE: 12 mois fr. 10.—, 6 mois fr. 6.—, 3 mois fr. 3.50, 2 mois fr. 2.50, 1 mois fr. 1.25. ÉTRANGER (fruits de port compris): 12 mois fr. 15.—, 6 mois fr. 8.50, 3 mois fr. 4.50, 2 mois fr. 3.20, 1 mois fr. 1.60.

Postcheck- & Giro-Konto No. V, 85 o Redaktion und Expedition: St. Jakobstrasse No. 11, Basel. Verantwortlich für Redaktion und Herausgabe: E. Stigeler, Basel.

TÉLÉPHONE No. 2406. Rédaction et Administration: St. Jakobstrasse No. 11, Bâle. Compte de chèques postaux No. V, 85 o ■ ■ Druck: Schweizerische Verlags-Druckerei G. Böhm, Basel.

Jede Anzeigen-Reklame

sollten unsere Mitglieder in ihrem eigenen und Vereinsinteresse der Vermittlung der Annoncen-Expedition Rudolf Mosse * Zürich alleinigen Konzessionärin für den in- u. ausländischen Propagandendienst des S. H. V. anvertrauen. Es sind ihnen alsdann alle Garantien für einwandfreie Bedienung geboten. Der Vorstand des Schweizer Hotelier-Vereins.

Reklamefragen und anderes.

Wir nähern uns wieder der Jahreszeit, da der Hotelier unter normalen Verhältnissen seine Vorbereitungen auf die Sommersaison zu treffen beginnt und Umschau hielt unter den Publikationsmitteln, die er für seine Reklamekampagne in Anspruch zu nehmen gedachte. Im Monat März begannen die Acquisitore ihren alljährlichen Riesenbeutezug auf die Hotelindustrie, sandten im April und Mai Aufträge über Aufträge an ihre Verleger und nahmen so dem Hotelier einen guten Teil seines Arbeitsertragnisses vorweg, indem sie den Rahm oben abschöpften, um dem Hotelier nur die Magermilch überzulassen. Millionensummen wurden von der Hotelier für Propagandazwecke im Laufe eines Jahres verausgabt; zumteil auch ganz nutzlos ausgeworfen, denn es ist Erfahrungssache, dass die Steigerung des Reiseverkehrs in keinem Verhältnis steht zu der gewaltigen Vermehrung, die die Reklamaufgaben in den letzten zehn bis zwanzig Jahren erfahren haben. Trotzdem kann an ein Nachlassen in der Hotelreklame kaum gedacht werden; die scharfe Konkurrenz in der Hotelier, die grosse Menge der dem Fremdenverkehr dienenden Gastgeschäfte dürfte vielmehr nach dem Kriege ein weiteres Anschwellen der Reklambudgets zur Folge haben. Aber wenn eine Reduktion des Propagandaaufwandes ausgeschlossen erscheint, so wird es doch möglich sein, die Hotelreklame insofern fruchtbringender zu gestalten, als sie noch einheitlicher organisiert und besser zusammengefasst werden kann. Unser Verein hat in Verbindung mit den Bundesbahnen und den Verkehrsvereinen nach dieser Richtung hin bereits schöne Erfolge erzielt, aber es bleibt noch unendlich vieles zu tun, um der Zentralisation der Reklame jene Form und Ausdruck zu geben, die das Interesse der Hotelier bedingt und ihr auch den grösstmöglichen Nutzen versprechen. Deshalb die Hoteliers denn auch der zielbewussten Sammlung, Vereinheitlichung und Verständigung in Propagandafragen mehr Neigung entgegenbringen sollten, als es bislang geschah, kann doch eine Zersplitterung der Kräfte dem ganzen Stande nur zum Nachteil gereichen.

Der 44jährigen Friedensperiode folgte der schrecklichste Krieg, den die Welt je gesehen, der glänzenden Entwicklung der Hotelindustrie der jähe Niederbruch. Der Reiseverkehr nach unserem Lande ist um vier Fünftel zurückgegangen, die kommende Sommersaison gilt als verloren. Denn wenn auch einzelne grös-

sere Städte und bevorzugte Kurorte noch immer einen zufriedenstellenden Besuch verzeichnen, so wird dadurch an der Gesamtlage der Hotelier wenig geändert und die Situation eines Grossteils unserer Hotels bleibt nach wie vor besorgniserregend, trotz der bundesrätlichen Notverordnung. Und da auf dem Kriegstheater keine endgültige Entscheidung heranzuführen ist, so ist es nur erklärlich, wenn viele Hoteliers dem nahenden Frühling und Sommer mit gedrückter Stimmung und dumpfer Resignation entgegenblicken, die üblichen Saisonvorbereitungen ganz ausser Acht lassen. Gar mancher Hotelier wird sich auch die Frage vorlegen, ob es überhaupt einen Wert habe, bei so geringen Aussichten auf entsprechenden Erfolg von den herkömmlichen Reklamemitteln Gebrauch zu machen. Diese Frage geht wohl gegenwärtig in Hotelierkreisen von Mund zu Mund, kann aber natürlich nicht für alle Beteiligten im gleichen Sinne beantwortet werden. So wird in jenen Fremdenzentren, wo der Verkehr noch immer eine gewisse Höhe erreicht, der Hotelier ohne Zweifel die entsprechende Reklame entfalten müssen, um gegenüber der Konkurrenz nicht ins Hintertreffen zu geraten. In den Gebirgsgegenden aber, die vor dem Kriege lediglich von der Touristik, dem Vergnügungsreiseverkehr lebten, kann dem Reklamebedürfnis fraglos mit einer mageren Dotation des Budgets Genüge geleistet werden. Man braucht deshalb noch lange nicht ins gegenteilige Extrem zu verfallen und nun auf einmal jegliche Propaganda einzustellen. Das wäre quasi Verrat an der eigenen Sache, denn eine gewisse untere Grenze ist auch in diesem Punkte jedem Hause gezogen, das noch etwas auf seinem Ruf hält. Auch müssen alle, liebe Beziehungen gerade während dieser stillen Geschäftszeit gepflegt werden, damit man nicht bei einmaligen treuen Gästen in Vergessenheit gerät. Wenn daher auf eine laute Reklametätigkeit nach Lage der Dinge einstweilen föhlich verzichtet werden kann, so wird dagegen ein kleines Inserat oder eine Kollektiv-Annonce des ganzen Platzes noch immer seinen Zweck erfüllen, d. h. der Klientele in Erinnerung zu bleiben. Das aber genügt für den heutigen Bedarf, wenn es auch nach dem Kriege neuer Anstrengungen bedürfen wird, den heute brachliegenden Acker gründlich zu pflügen.

Vor allem gilt es in dieser geschäftsarmen Zeit, nun endlich auch jenen ungebührlichen Anforderungen und Zumutungen entgegenzuwirken, die immer noch in Gestalt von Vergünstigungsbegehren an den Hotelier herangetragen. Es sind namentlich grosse deutsche Beamten- und Offiziers-Vereine, die den Schweizer Hotelier in regelmässigen Intervallen fortgesetzt mit derartigen Aufträgen heimsuchen, indem sie als «Zugabe» überdies noch kostspielige Inserate für ihre wertlosen Reisehandbücher zu ergattern trachten. Die schweizerische Hotelier machte bekanntlich mit diesen Begünstigungsverträgen und verwandten Vereinbarungen, denen in der Regel Zusicherungen über starken Besuch der resp. Vereinsmitglieder und andere unkontrollierbare Versprechungen vorausgehen, sehr schlechte Erfahrungen. Es stellte sich meistens heraus, dass die Vereine gar nicht in der Lage waren, ihre Zusicherungen zu halten, dass demnach die Einwirkungen der Verträge auf die Frequenz der Hotels gleich Null waren und somit der Hotelier geprellt war, der die wenigen Vereinsangehörigen auf Grund der Vereinbarung zum ermässigten Preise aufzu-

nehmen gezwungen war. Dabei lief er noch das Risiko, andere gute Kunden zu verlieren, die sich wegen Bevorzugung ihrer Mitgäste mit Fug und Recht beklagten. Man ersieht daraus, dass solche Begünstigungsverträge zweischneidige Schwerter sind, die dem Hotelier mehr Schaden als Nutzen zufügen und deshalb aus der heutigen Hotelpraxis chestens verschwinden sollten. Sie können gerade in jetziger Zeit als Propagandamittel durchaus nicht empfohlen werden, da die erhöhten Lebensmittelpreise der Rentabilität der Hotels ohnehin stark zusetzen.

Der Einwand der teuren Lebensmittelpreise kann mit gleicher Berechtigung auch gegenüber den sogen. «Kriegspreisen» erhoben werden; die jetzt in vielen Hotels gang und gäbe sind. Man muss sich wundern, dass die sonst weitsichtigen Hoteliers gerade in diesem Punkte ihren Scharfblick verloren und einer Preispolitik huldigen, die alles eher als in ihrem geschäftlichen Interesse liegt. Als Reklamefaktor wird sich jedenfalls diese Erscheinung nicht ausmünzen lassen, denn jeder klarblickende Gast wird sich sagen müssen, dass bei der Verteuerung aller Bedarfsartikel der Hotelier unmöglich billiger arbeiten kann als früher, wenn er nicht von vorneherein auf jegliche Geschäftsrendite verzichten will. Die Reisenden werden allerdings von der «Occasion» einstelligen Gebrauch machen, die billigen Häuser aber als Pflanzstätten der Preisdrückerei ansehen und nach Wiedereintritt normaler Zeiten, wenn das Gold wieder in Strömen fliesst, aus der Liste ihrer Absteigequartiere streichen, da es dann nicht mehr zum guten Ton gehören wird, auf den Reiseauslagen zu sparen und billig zu logieren. Das Hotel, das daher heute mit «Kriegspreisen» und «zeitgemässen» Preisen arbeitet — wie man das Ding jetzt etwas weniger anrühlich zu nennen pflegt — riskiert für die Zukunft seinen Ruf und baut somit quasi auf Sand, ganz abgesehen davon, dass es dem ganzen Berufsstand einen moralischen Tordant und damit die Elementargrundsätze der Solidarität verletzt. Da haben sich die deutschen Kollegen geschäftstüchtiger und klüger erwiesen! Die haben einfach durch die Tagespresse dem Publikum kund und zu wissen getan, dass angesichts der Lebensmittelerhöhung an eine Ermässigung der Hoteltarife nicht zu denken sei und dadurch bewiesen, dass sie auch gegenüber der Reisewelt eine Macht bedeuten. Trotzdem ging aber der Besuch der deutschen Bäder und Kurorte nicht annähernd so stark zurück wie die Frequenz unserer Höhenstationen, woraus hervorgeht, dass ihre Taktik den dortigen Hotels keineswegs zum Schaden gereichte.

Nicht einwandfrei sind vom Standpunkte gesunder Reklame auch jene hochtönenden Anpreisungen, die wie «erstes Hotel am Platze» schon seit langem zum eisernen Bestand marktschreierischer Propagandataligkeit gehören. Man kann natürlich keinem Hotelier vorschreiben, welchen Stil und Ausdruck er seinen Inseraten geben soll; aber die Sache erhält doch einen Stich ins Lächerliche, wenn die Aufmachung der Prospekte, Annoncen etc. mit dem Komfort, den Darbietungen und «zeitgemässen» Preisen der Hotels manchmal so gar nicht harmonieren will. Beim Reispublikum müssen derartige Uebertreibungen sogar den Eindruck absichtlicher Irreführung erwecken, und das färbt natürlich wiederum auf den ganzen Stand ab, ist doch

der oberflächliche Reisende immer bereit, alle Hoteliers mit dem gleichen Maßstab zu messen, sobald sich nur einer unter ihnen eines Verstoßes gegen Treu und Glauben schuldig gemacht. In keinem Gewerbe aber verfallen Irreleitungen der Kundensame so schnell der rächenden Nemesis wie im Hotelbetrieb, wo der «Käufer» die «Ware» an Ort und Stelle zu prüfen Gelegenheit hat. Daneben verstossen solche Anpreisungen auch noch gegen den Grundsatz loyalen Wettbewerbes und verdienen deshalb nachhaltige und entschiedene Bekämpfung seitens der realen Hotelunternehmen, die gegen jeden Auswuchs in der Reklame Front machen sollten.

Wird der tüchtige Hotelier sich stets davor hüten, die Reisenden durch anstössige Mittel in sein Haus zu locken oder ihnen mehr zu versprechen, als er zu halten vermag, so braucht er sich andererseits natürlich auch keine Schädigung seines Unternehmens durch die Kundensame gefallen zu lassen. Das ist aber noch vielfach der Fall! Wir erinnern nur an die Beschädigung der Möbel und Tapeten, missbräuchliche Benutzung der elektrischen Kraft u. a. m., die sich viele Hotelgäste zu Schulden kommen lassen, ohne auch nur im entferntesten daran zu denken, dem Hotelier dafür Ersatz zu bieten. Noch schwerwiegender und für ein Hotelunternehmen weit nachteiliger sind aber jene Schäden, die sich nur in den seltensten Fällen nachweisen lassen und als Verleumdungen zu bezeichnen sind. Wie oft kommt es nicht vor, dass Hotelgäste in einem plötzlichen Anfall von Nervosität sich in den unberechtigtesten Klagen gegenüber ihrem Gastgeber ergehen und das Hotel bei den Mitgästen oder Mitreisenden in der niedersten Art heruntermachen, ohne auch nur den geringsten Grund für dieses Tun zu haben. Wie soll sich aber der Hotelier gegen Verleumdungen zur Wehre setzen, die ihm, weil ausserhalb seines Hauses gefallen, nicht einmal zu Ohren kommen, dafür aber deslo nachhaltiger im Verborgenen wirken? Der gerechdenkende Reisende wird sich allerdings nicht dazu verführen lassen, auf blosses Eisenbahngeschwätz hin ein ihm sonst gut empfohlenes Etablissement zu meiden, indessen gibt es auch Reisetypen, die ihre Informationen mit Vorliebe unterwegs sammeln und dabei auf ein zufällig erhaschtes, unkontrollierbares Wort hin ihre Reisepläne abändern, um dann erst recht hereinzuwürgen.

Ist der Hotelier, wie gesagt, gegenüber solchen Verleumdungen machtlos und daher sein Wohl und Wehe allfälligen Lästereien schutzlos preisgegeben, so wird er dagegen umso nachdrücklicher einschreiten, wenn die Schädigung seiner Interessen zuzunehmen unter seinen Augen begangen wird. Da wird man Schonung von ihm kaum verlangen dürfen und gewiss wird auch die Reiselwelt der Ansicht zustimmen, dass böswillige oder leichtfertige Schädigungen des Hotels nach ihrer vollen Schwere zu ahnden sind. Nun ist aber nicht jedes Unrecht, das dem Hotelier innerhalb seiner vier Mauern zugefügt wird, so leicht und schnell aufzudecken, wie man sich gemeinhin vorstellen mag, wenigstens ist der Schuldige nicht immer gleich zu fassen, wie das folgende Vorkommnis zur Genüge beweist. Findet da ein Hotelier in einem Fremdenzimmer zufällig an der Rückseite der Schranktüre folgende klassische Ermahnung in Form einer kleinen illustrierten Affiche: «Rappel-vous 1914! Français! N'achetez rien au com-

merce allemand!» Irgend ein schlauer Geschäftsman — nebenbei auch Deutschenfreser — hatte mit diesem Plakätchen sowohl das Innere des Waschtisches (Schubladen) wie des Spiegelschranks dekoriert, es ist dem Manne aber nicht eingefallen, dass er mit dieser Handlung unter Umständen den Hotelier schwer schädigen könne, indem jeder deutsche Hotelgast, der das Zimmer vor der Entdeckung bezog, vor den Kopf gestossen und daher das Hotel verlassen würde. Wir haben volles Verständnis für die gegenwärtige Abneigung der Franzosen für alles, was nach deutscher Provenienz riecht und können es verstehen, wenn der Handel Deutschlands mit allen zulässigen Mitteln in Feindesland bekämpft wird. Dass aber sogar die Schweizer Hotels in den Dienst dieses Handelskrieges gestellt werden sollen, das ist denn doch eine Zumutung, die über die Hülfskur geht, zumal wenn die Sache derart in Szene gesetzt wird, dass der Hotelier keine Kenntnis davon hat und zum mindesten riskiert, in Zukunft von seinen bisherigen deutschen Gästen gemieden zu werden.

In Frage stehender Hotelier hat, wie oben angeführt, seine Entdeckung nur dem Zufall zu verdanken, und es ist wahrscheinlich, dass das dunkle Mannöver auch in andern Hotels ausgeführt wurde. Grund genug für die Hoteliers, in Zukunft die Möbel der Fremdenzimmer einer regelmässigen Kontrolle zu unterziehen, denn so willkommen ihnen die Franzosen als Hotelgäste auch sind, ein derartiges Spiel mit seinen Interessen darf sich kein Schweizer Hotelier bieten lassen.

Die Kalkulation im Hotelbetriebe.

(e-Korresp.)
(Fortsetzung.)

II.

Auf den ersten Blick scheint es, dass die Einrechnung der produktiven und unproduktiven Ausgaben dem Hotelier eine neue Mehrarbeit auferlegt, für die er sich von vornherein wenig erwärmen kann. Wenn man aber bedenkt, dass die Kalkulation geeignet ist, die Wirtschaftlichkeit eines Unternehmens wesentlich zu erhöhen und die Zweckbestimmung dahin geht, die Rentabilität erfolgreicher zu gestalten, so wird man von selbst zu der Einsicht kommen, dass die Kalkulation die Seele des Geschäfts ist. Bisher hat der Hotelier viel zu grossen Wert auf den persönlichen Umgang mit den Gästen gelegt. Dadurch blieb ihm natürlich wenig oder fast keine Zeit, sich der geschäftlichen Denkarbeit so zu widmen, wie es heute der Fall sein müsste. Es ist geradezu erstaunlich, durch wieviel kleine nichtssagende, ja oft langweilige Redensarten der Gäste die kostbare Zeit des Hoteliers vergeudet wird, abgesehen davon, dass manche Sensationslüsternheiten unnötigen Aerger und Verdross bereiten. Zudem darf man wohl annehmen, dass Unterhaltung und Zeitvertreib der Gäste durch den Hotelier im Pensionstarif nicht einbegriffen sind. Gerade der gegenwärtige Krieg hat gezeigt, welche Forderungen und Zumutungen das Publikum an den Hotelier stellt. In dieser überaus aufdringlichen Art und Weise ist man keinem anderen Industriezweig entgegengetreten. Dies ist nur die Folge von der allgemeinen Ansicht der Unterwürfigkeit des Hoteliers. Die Hotelindustrie ist und bleibt aber ein kaufmännischer Geschäftszweig, wenn auch Verpflegung und Beherbergung eine öftere Berührung mit den Geschäftsfreunden — den Gästen — und eine weitergehende Freundlichkeit zur Folge haben, wie dies sonst im geschäftlichen Leben der Fall ist.

Die Kalkulation eignet sich sowohl für Saison- als für Jahresbetriebe. Sie wird um so notwendiger, je grösser und umfangreicher der Betrieb ist. Aber auch für den kleinsten Betrieb ist sie um so dringender erforderlich, als man hier zu gern geneigt ist, mit unverhältnismässig billigen Preisen aufzuwarten, um grösseren Zuspruch zu haben. Diese Taktik ist eine durchaus falsche. Wo man nicht mehr mit angemessenen Gewinnen ein Hotel oder eine Pension betreiben kann, liegen schon Stockungserscheinungen im Betriebe vor. Entweder ist die Wirtschaftsführung eine planlos blinde, der ein kaufmännisches Geschäftsbegreifen vollständig fremd ist, oder aber die baren Betriebsmittel sind derart zusammengesmolzen, dass der Eingang des Bargeldes um jeden Preis errungen werden muss.

Die Errechnung der Netto-Selbstkosten bietet bei verhältnismässig geringer Schreibarbeit den grössten Nutzen. Die laufenden produktiven Aufwendungen werden nicht nur eingetragen, sondern wertlich in der ganzen Höhe kontrolliert und der jeweiligen Berechnung zugrunde gelegt. Es zeigt sich bei Berücksichtigung sämtlicher Ausgaben ein ganz anderes Bild, das, wenn der Verkaufspreis ein festgesetzter ist, die Höhe unserer eigenen Leistungen deutlich zu erkennen gibt und uns die Grenzen der eigenen Möglichkeit im Verhältnis zu diesem Preise steckt. Die unproduktiven Aufwendungen dagegen sind diejenigen Betriebszuschläge, die als «Unkosten» dem Betriebe belastet werden und die ihren Fortgang nehmen ohne Rücksicht auf die erzielten Umsätze.

Nehmen wir beispielsweise an: Der Uebernahme- oder Kaufpreis eines Hotels mit fünfzig Betten beträgt 250,000 Franken. Da dieses Kapital durch die dauernde Hotelanlage dem

Betriebe zur weiteren Verwendung entzogen ist, so müssen wir den Zinsverlust, oder, falls Hypotheken und sonstige Anleihen darauf ruhen, die bankmässige oder tatsächliche Zinsvergütung in Betracht ziehen. Auch der Zins wird je nach Geldknappheit oder Geldüberfluss verschieden sein. Setzen wir einen Zinssatz von 5% fest, so betragen die jährlichen Zinsen Fr. 12,500. Man ist gewöhnt, die Abschreibungen für das Gebäude und die Mobilien in Prozenten zu machen. Es ist zwar erklärlich, je höher die Abschreibungen sind, um so früher findet die Entwertung statt. Ein allgemeines Schema der Abschreibungen nach Prozenten trägt meines Erachtens den Stempel der Nachahmung. Wenn alle Hotels jährlich mit 1½ oder 2% abgeschrieben werden und das Mobiliar mit 5%, so lässt das einen Schluss auf den Nachahmungstrieb und die äussere Gleichmässigkeit zu, indessen noch lange nicht auf die wirtschaftliche Berechtigung. Dies wird sofort klar, wenn ich den eigentlichen Grund für diese Abschreibungen angebe und gleichzeitig die innere und äussere Verschiedenheiten vermerke. Die Abschreibung verfolgt den Zweck, die Abnutzungsquote festzustellen und das Objekt um diese Abnutzung im Preise herabzusetzen. Hierbei kommt es aber in erster Linie auf die Lebensdauer des Gebäudes und der Mobilien an. Rechnet man die Lebensdauer 100 Jahre, so habe ich 1 Prozent vom Kaufpreise oder Anschaffungspreise, bei einer Lebensdauer von 75 Jahren 1⅓% und bei einer solchen von 50 Jahren 2% jährlich in Abrechnung zu bringen. Nach Verlauf dieser Zeiten würde bei jährlich gleichmässiger Abschreibung der Wert des Gebäudes auf Null abgewertet sein. Aber auch diese Abschreibung verbürgt nicht die Richtigkeit, weil das Gebäude nach Verlauf dieser Zeiten noch immer nicht verschunden ist, sondern noch einen gewissen Wert, sei es nur Altmaterialwert, besitzt. Andererseits wird oft vom jährlichen Buchwert und nicht vom Anschaffungspreise abgeschrieben, was zur Folge hat, dass die Abschreibung über die festgesetzte Lebensdauer weit hinausgeht. Liegen schon darin Ungleichheiten, so kommt es bei der Festsetzung der Lebensdauer darauf an, wie das Hotel gebaut ist resp. welche Lebensdauer das Baumaterial zulässt, ferner ob es sich in einer geschützten Lage befindet oder in einer freien, wo es mehr dem Sturm und Wetter ausgesetzt ist, was zum früheren Verfall beiträgt. Es kommt aber auch darauf an, ob das volle Abschreibungsergebnis der Summe gleichkommt, die einem vollwertigen Ersatz gleichkommt. Schliesslich kommt noch in Betracht, ob die Lebensdauer aus wirtschaftlichen Gründen nicht abgekürzt werden muss, zum Beispiel durch teilweise Auffälligkeit, durch Erneuerung, durch Modernisierung. Aus allem diesem ergibt sich, dass die Abschreibungen nicht nach Schema F, sondern nach persönlichen wirtschaftlichen Auffassungen vollzogen werden müssen.

Gerade bei Besitzveränderungen zeigt sich die grosse Kluft. Der Kaufpreis des Hotels steht selbst bei Berücksichtigung eines höheren Bodenwertes kaum noch im Verhältnis zum realen Bauwerte. Der Besitz wird viel zu teuer bezahlt, er steht mit dem wirklichen Werte in gar keinem Verhältnis mehr. Das grosse Aufgeld ist für das «Geschäft», also für die Kundschaft, an der der Hotelier bisher verdient hat und an der er noch einmal zum Schluss verdienen will.

Dieselben Abschreibungsschwierigkeiten wie bei dem Hotelgebäude zeigen sich auch beim Mobiliar. Hier kommt es ebenso sehr auf die Beschaffenheit der einzelnen Gebrauchsgegenstände wie auch auf ihre Haltbarkeit, Qualität und Benutzung an. Ein einheitliches, prozentuales Abschreibungssystem kann schon deshalb nicht in Frage kommen, weil bei den einzelnen Inventarstücken die Lebensdauer und Verwendungsmöglichkeit eine ganz verschiedene ist. So ist z. B. die Lebensdauer der Zimmermöbel eine andere wie die der Wäsche. Auch die Instandhaltungen bleiben verschieden. Eine einheitliche Abschreibung von 5% vom Anschaffungswerte setzt eine gleichmässige Lebensdauer von 20 Jahren voraus. Auch hier kann das Schema nichts ändern, sondern die Abschreibung hat nach wirtschaftlichen Grundsätzen zu erfolgen. Die Behandlungsweise und sachkundige Verwaltung spielen hierbei eine grosse Rolle.

Bei Hotelverkäufen, ergibt sich auch hier wieder das Ergebnis, dass der Kaufpreis des Mobiliars dem wirklichen Anschaffungswerte unter Berücksichtigung der normalen Abschreibungen in den seltensten Fällen genügt. Der Hotelier, der infolge des spekulativen Uebernahmepreises das Hotel auf eine gesunde Grundlage stellen wollte, ist gezwungen, die versäumten beträchtlichen Abschreibungen sofort vorzunehmen, wodurch der Wert des Hotels gewaltig sinken würde. Nach diesen Gesichtspunkten wäre die Rentabilität des Unternehmens gesichert. Die spekulative Ausnutzung des Hotels ist mit einem alten Droschkengaul zu vergleichen, der seinem Herrn lange Zeit gute Verdienste eingebracht hat und zum Schluss noch einen Käufer findet, der an der alten Rosinante noch solchen Gefallen findet, dass er einen Liebhaberpreis dafür zahlt.

Jeder sachkundige Hotelier wird sich bei den Abschreibungen an die Erfahrungen des eigenen Betriebes halten. Mit der richtigen und sorgfältigen Bewertung aller abzuschreibenden Gegenstände kann unter genauer Feststellung der Abnutzung die Abschreibungsquote stattfinden. Ob sie jedesmal gleichmäs-

sig sein soll, hängt von der Gleichmässigkeit des Betriebes und demzufolge vom Gewinnergebnis ab. Die Abschreibungen verringern die Werte der Vermögensbestandteile und sind in ihrer Eigenschaft Verluste am Geschäftsvermögen. Je grösser nun der erzielte Umsatz ist, um so grösser dürfte die Abnutzung sein, die davon abhängt, wie oft die Gegenstände benutzt werden. Mit einem kleinen Umsatze ist auch eine geringere Gewinnziffer verbunden, so dass eine übermässige Belastung durch Abschreibungen in keinem Verhältnis zur tatsächlichen Abnutzung steht. Die Abnutzung muss sich demnach nach der mutmasslichen Lebensdauer und dem durch den Umsatz resp. Inanspruchnahme bedingten Verschleiss richten.

Unserer Kalkulation liegt ein Hotel mit 50 Betten zum Preise von 250,000 Franken zugrunde. Wir spezialisieren dieses Kapital in Vermögensbestandteile:

a) Grund und Boden	Fr. 60,000.—
b) Hotelgebäude	120,000.—
c) Hotel- u. Zimmermöbel	50,000.—
d) Wäsche	7,000.—
e) Porzellan u. Gläser	2,000.—
f) Silber	6,000.—
g) Geräte u. Geschirre, Küchen- mobiliar	5,000.—
Summa	Fr. 250,000.—

Die hier angegebenen Zahlen sind nur dem Beispiele zugrunde gelegt. Der Hotelier wird seine genauen Zahlen stets durch das Inventar ermitteln können.

a) Soweit der Grund und Boden in seinem Werte unbeeinflusst bleibt, also nicht an Wert verliert, bleibt er ohne jegliche Abschreibung. Aber wenn auch der Verkehrswert ein höherer sein sollte als der Anschaffungspreis, so bleibt letzterer doch der allgemeine Buchwert.

b) Haben wir die Beurteilung über die Lebensdauer des Gebäudes bereits erörtert, so ist für die Abschreibungsquote noch zu bemerken, dass ein Hotel als Verkehrsanstalt grössere Sorgfalt in der Instandhaltung erfordert. Nicht nur, dass die Zimmer durch öftere Renovierungen grössere Ausgaben erfordern, auch das Aeusseres des Hotels bleibt Modernisierungen unterworfen. In diesem Falle erscheint es notwendig, die Abschreibungen so zu bemessen, dass sie im Sinne einer Erneuerungsrücklage gemacht werden, die den Hotelier in den Stand setzt, die Rücklage zu den Erneuerungen (nicht Neuanlagen) zu benutzen.

c) Dasselbe gilt von Reparaturen und Erneuerungen der abgenutzten Zimmermöbel.

d) Die Wäsche wird zweckdienlich in Zimmer-, Tafel- und Küchenwäsche eingeteilt. Der Kalkulation liegt der Modus zugrunde, die Räume sowohl als auch das gesamte Mobiliar nach bestimmten Wertzahlen zu verteilen, damit die unproduktiven Kosten im möglichst richtigen Verhältnis jedem einzelnen Betriebszweig belastet werden. Wird dieses Verhältnis ungleichmässig durchgeführt, so entsteht die Gefahr, dass die Selbstkosten eines Betriebszweiges bald höher oder niedriger sein können. Die Trennung in Logis-, Speise- und Restaurationsräume lässt sich sehr gut durchführen und in denjenigen Hotels, wo keine Restaurationsräume vorhanden sind, wo hauptsächlich der Speisensaal den Pensionszwecken dient, wird der Konsum an Getränken ohnehin nur sehr gering sein.

Die räumliche Trennung des Hotelgebäudes nach Logis- und Vollgästen, also solchen, welche auch alle Mahlzeiten einnehmen, hat für die Kalkulation ein ganz besonderes Interesse. Hier erkennen wir am besten die Unkostenquellen, die schon manchen sachverständigen Hotelier dazu bewog, den Gast moralisch zu zwingen, entweder wenigstens eine Mahlzeit im Hotel einzunehmen oder einen entsprechend höheren Preis zu bezahlen. Dieses System entspricht den richtigen Erwägungen. Ein Logisgast hat im vertraglichen Sinne nur Anspruch auf das Nachtquartier und bei der Einnahme des Frühstückes auf denjenigen Raum, der dafür eingerichtet ist. Mit der Vermietung eines Logis, also eines möblierten Zimmers mit Frühstück, sind aber keineswegs diejenigen Einrichtungen verbunden, die der Hotelier seinem in voller Pension stehenden Gäste widmet. Diese Einrichtungen, wie Schreib-, Les-, Rauch-, Billardzimmer, Salon etc. sind mit Rücksicht auf ein längeres Verweilen im Hotel bereitgestellt, um dem Gäste bei unfreundlichem Wetter die Behaglichkeit eines Heimes zu bieten.

(Fortsetzung folgt.)

Die zentralschweizer. Hotelindustrie im Kriege.

Man schreibt der «Nat.-Ztg.» von berufener, unabhängiger Seite aus Luzern:

Eigentlich erst seit dem Kriegsbeginn gelangt so recht augenscheinlich zum Ausdruck, welche hohe volkswirtschaftlichen Werte mit unserer Fremdenindustrie verknüpft sind. Nicht nur die derselben direkt dienlichen Hotelablässe werden durch den Krieg in schwere Mitteldiensthaft gezogen, sondern auch grosse Teile anderer Zweige des Erwerbslebens leiden: Neben den Lieferanten die Transportanstalten, neben der Luxusindustrie fast das gesamte Gewerbe. Und noch ist kein Ende abzusehen. . .

Die vorliegenden Ergebnisse der Saison 1915 — wenn man von einer Saison überhaupt sprechen darf — haben im allgemeinen den Pessimisten recht gegeben. Dies ist doppelt bedauerlich, weil trotz der Ungunst der Zeiten dem Gaste alle erdenklichen Gefälligkeiten und Erleichterungen geboten wurden; man arbeitete nicht, um zu verdienen, sondern um zu leben, um durchzuhalten, um nicht langjährige Angestellte entlassen zu müssen.

Und das Ergebnis? Mager genug: Im Frühjahr ging das Geschäft noch am besten, wenn auch das bunte Völkergemisch den biedern Schweizern den Platz räumte. Ihre Zahl reichte aber zu einer Sommersaison nicht aus, weder zahlenmässig noch mit dem Geldbeutel. Der Ausfall betrug, wo er klein war, Dreifünftel; er überstieg im Maximum achtzig vom Hundert. Der Herbst vermochte nichts einzubringen. «Geringe Frequenz, teure Bedarfsartikel und billige Hotel- und Pensionspreise, das ist in kurzen Worten das wenig erfreuliche Rentabilitätsbild der Hotellerie im Kriegsjahr 1915», stellt der Jahresbericht der Luzerner Verkehrskommission die Lage ebenso lakonisch wie zutreffend dar.

Und die Aussichten? Wäre der Krieg im Frühjahr zu Ende gegangen, so hätte eine halbe Hoffnung ihre Berechtigung gehabt. Wohl sind die Vermögen — von wenigen Ausnahmen abgesehen — im kriegsführenden Ausland zusammengesmolzen; auch die Zahl ihrer Träger hat sich vielfach vermindert. Aber das Bedürfnis, nein, der Zwang nach Erholung wäre stärker gewesen als das rechnerische Fazit. Trotz seiner unerbittlichen Sprache. Doch der Krieg ging nicht zu Ende, und er wird wohl heute auch nicht so rasch zu Ende gehen. Selbst ein baldiger Friedensschluss kommt zu spät, um die Saison 1916 für unsere Fremdenindustrie noch zu retten. Sie wird kaum besser werden als die letztjährige, wenn auch die Mehreinnahmen unserer Transportanstalten in den ersten Monaten dieses Jahres ein freundlicheres Gesicht verhiessen. Auch der Schweizer leidet bei vielfach verminderten Einnahmen unter der Teuerung; er dürfte daher die Fremdenplätze weniger aufsuchen. Dem Ausländer versperren die Behörden und das Disagio seiner Valuta gleichermassen den Weg in die Schweiz. Das Gastwirtschaftsgewerbe selbst ist bei der eingetretenen Steigerung der Lebensmittelpreise und seiner geschwächten Finanzkraft kaum mehr und höchstens noch partiell in der Lage, die mässigen Kriegspreise zu halten.

Für die Hotellerie scheint freilich das schlimmste durch die Stundungsgesetzgebung abgewendet zu sein. Aber dem Mangel an Betriebsmitteln ist damit nicht abgeholfen. Mancher fällt doch nach dem Krieg, sein Nachfolger sitzt billig im Zins, vermag die ehrlichen Durchhalter überlegen zu konkurrieren. Das Geld bleibt teuer; die Aussichten werden mit wachsender Kriegsdauer nicht besser. Mit schweren Sorgen schaut unser Gastwirt in die Zukunft. Man wirft ihm, dem angehenden «Bonvivants», vor, er habe in guten Zeiten sein Haus nicht zum Rechten bestellt. Zu wenig Reserven angelegt, zu viel verbaut. Habe so die Grundlage seiner Existenz nicht konsolidiert und verbreitert, sondern schmaler gemacht, bei weitergehendem Risiko. — Zum ersten nützen solche Klagen nichts, nützen auch nichts, wenn man die liebenswürdige Bemerkung daran knüpft, dass ein paar gute Jahre nach dem Kriege das Erinnerungsvermögen des Hoteliers wieder auslöschen werden. Zum zweiten gehören zum Bauen, sei es Neubau, sei es Erweiterung, immer zwei. Und die Banken, deren Bedingungen heute auch an sich solventen Schuldner gegenüber oft nicht sehr entgegenkommend sind, gaben zur Zeit das flüssige Geld gerne, waren froh über den eigenen Umsatz und über den, welchen ihnen die Hotellerie zuwies. Sie mögen das heute bereuen: Allein ist es darum recht, dem Schuldner, der im schweren Kampf um Sein oder Nichtsein steht, die Mehrlast allein aufzubürden, ihm dadurch mit der Möglichkeit des sich Herausarbeitens die Arbeitsfreudigkeit zu rauben?

Das eine ist sicher: Weder für unsere luzernischen Verhältnisse, noch für diejenigen im Berner Oberland genügt das bisherige Entgegenkommen auf die Dauer, d. h. für die paar nächsten Jahre, überall. Es ist nur eine Verschiebung, keine Sanierung. Auch an sie wird zu gegebener Zeit herantreten werden müssen. Nicht um einseitige Standesinteressen zu schützen, sondern um Landeseinteressen zu wahren.

Es ging nicht lange nach Kriegsausbruch, als angeblich Wohlunterrichtete den baldigen Zusammenbruch auch der zentralschweizerischen Hotellerie ankündigten. In kurzem — so erklärten böse Zungen — werde es nur noch zwei Kategorien von Gastwirten geben: nämlich solche, die schon im Konkurse seien, und solche, die ihn demnächst erklären müssten. Diese kredit-schädigenden Gerüchte fanden vielfach willige Ohren. Im zweiten Kriegsjahr kam man soweit, zu behaupten, die wirklich und wahrhaft und eigentlich und zweifellos solventen Hoteliers der Leuchtenstadt liessen sich an den Fingern einer einzigen Hand abzählen. . .

Und die Wahrheit?

Stundung ist vielfach verlangt worden, gewiss. Aber wer die Verhältnisse kennt, weiss, dass Stundung mit schlechter Lage noch weniger nichts zu tun zu haben braucht. Bei der Stundung wird es vielleicht dann und wann nicht sein Bewenden haben. Da und dort wird Mörtel abfallen. Aber das lässt noch lange nicht

auf eine Erschütterung des Gebäudes schliessen. Und der bei solchen Einzelkonkursen sicher auftretende Satz, das Ganze komme ins Wanken, ist falsch, und die ihn gedanklos verbreiten, vergehen sich an unserm Volksgut, weil sie unsern Kredit untergraben. Noch nie hatte wir ihn so nötig wie jetzt, in den Zeiten erhöhter Anspannung.

Gewiss ist bei der Beurteilung der gegenwärtigen Lage der zentralschweizerischen Hotelindustrie Optimismus nicht am Platze. Allein auch der grösste Pessimist wird zugeben müssen, dass sie bisher eine erstaunliche Spannkraft bewiesen hat. Zur ungeschwächten Fortdauer derselben ist es natürlich von gutem, in Bälde versichert zu sein, dass der Hilfe des Augenblicks die Hilfe dauernder Konsolidierung folge. Ihr Eckpfeiler ist die genügende Schutz vor Inflation und Konkurrenz, der die Folgen des Krieges leicht Tür und Tor zu öffnen in der Lage sind. Der Begriff der Handels- und Gewerbefreiheit ist ein schöner, wenn auch schon vielfach durchbrochener. Aber wie den Krieg selbst seine Folgen wirtschaftlich überdauern, so darf das auch für die aus ihm geborene Notgesetzgebung gelten. Nicht im einseitigen Interesse des Schuldners, sondern im allseitigen unserer Volkswirtschaft.

Tua res, Helvetia, agitur!

Saison-Eröffnungen.

Thun, Schloss-Hotel Freienhof: 1. April.
Cernobbio, Grand Hotel Villa d'Este: 31. März.

Technische Rundschau.

Nachdruck verboten.

Die Lüftung von Wohnräumen.

Während der kalten Jahreszeit ist in bewohnten Räumen mit einer recht erheblichen Luftverunreinigung zu rechnen; denn durch Heizung und Beleuchtung wird bei geschlossenen Fenstern der Zimmerluft der zum Leben wichtige Sauerstoff entzogen. Durch den längeren Aufenthalt von Menschen wird infolge der Atmung und Ausdünstung die Zimmerluft ebenfalls verschlechtert. Es wird Kohlendioxid in reichlicher Masse entwickelt und die Luft bis zur Sättigung mit Wasserdampf erfüllt, der auf unser Wohlbefinden unbehaglich einwirkt. Gründliches Durchlüften der Wohnräume ist daher gerade im Winter ein Hauptverfordernis für die Erhaltung der Gesundheit. Die Luftverschlechterung durch die Ausdünstungen des Menschen und durch die Gasentwicklung brennender Lampen beeinträchtigt insbesondere die Sauerstoffaufnahme von geistig und körperlich arbeitenden Menschen. Es tritt das Gefühl der Schwäche bei verdorbener Luft viel früher ein, und die Arbeitsleistungen sind daher auch viel geringer als beim Arbeiten in frischer unverdorbener Luft. Eine Petroleumlampe von fünf Kerzen Helligkeit liefert noch etwas mehr Kohlendioxid als ein arbeitender Mann; ausserdem mengen sich bei unvollkommener Verbrennung noch Russ und Rauch der Luft bei. Wenn die Heizvorrichtungen nicht richtig gebaut und bedient werden, begünstigen sie die Entwicklung von Kohlenoxyd, eines giftigen, geruch- und farblosen Gases. Es ist um so gefährlicher, als es sich dem Menschen in keiner Weise anzeigt. Beim Einatmen von verhältnismässig geringen Mengen führt Kohlenoxyd zu Sauerstoffmangel, Färbigkeit und oft zur Erstickung. Fehlerhafte Öfen bilden die Hauptquelle der Kohlenoxydvergiftungen.

Die unmerkliche Lüftung durch luftdurchlässige Wände und Fensterritzen erhält zwar die Luft atembare, ist aber für die Gesundheit meist unzureichend. Abgesehen von der Fensterlüftung, die im Winter morgens und nach Tisch mindestens 5 bis 10 Minuten lang zu erfolgen hat, enthält man die Zuführung von Frischluft und die Entfernung der verbrauchten Luft durch technische Hilfsmittel zu fördern. Die Herbeiführung eines ständigen Luftwechsels durch Luftschächte ist für Arbeits- und Versammlungsräume leicht durchzuführen. Jeder Luftschacht hat eine Lufteintritts- und Luftaustrittsöffnung von rechteckigem Querschnitt und etwa 15–20 cm lichter Weite. Erstere mündet nach aussen, abgeschlossen durch Luftreinigungsfilter oder einen regelbaren Schieber, und liegt mehrere Meter tiefer als die in den zu

lüftenden Raum mündende Austrittsöffnung. Die in den Luftschacht einleitende Frischluft muss daher in diesem emporsinken und wird sich auf dem Wege dorthin abwärts erwärmen, da die innere Wand sehr dünn ist. Die Austrittsöffnung hat einen regelbaren Verschluss oder ein Blendgitter. Zur Abführung der verbrauchten Luft dienen besondere Abzugschächte; ihre Eintrittsöffnungen befinden sich in halber Zimmerhöhe und oben unter der Decke. Die Ausführung der Abzugschächte erfolgt oft in der Art eines dreieckigen Schornsteins. Das Mittelrohr erfüllt die übliche Aufgabe des Schornsteins, indem es die Ofenrauche abführt, die beiden daneben liegenden Rohre dienen als Entlüftungsschächte. Durch die vom Mittelrohr ausstrahlende Wärme wird die Luft in den Entlüftungsschächten angewärmt und dadurch der Auftrieb gesteigert.

Wie erwähnt, erfolgt schon eine Lüftung der Wohnräume im Winter infolge der unterschiedlichen Luftwärme zwischen innen und aussen und infolge der Druckwirkung des Windes durch die luftdurchlässigen Wände. Der Winddruck auf die eine Seite des Hauses und die saugende Wirkung des Windes auf die entgegengesetzte Aussenseite rufen je nach der Stärke des Windes innen mehr oder minder starken Luftwechsel hervor. Diese Durchlüftung durch die Poren der Aussenseite und Decken kann wesentlich gefördert werden, wenn die Fensterritzen nur in geringer Stärke und aus durchlässigen Stoffen hergestellt werden. Je höher die Nische ist, umso erheblicher wird ihre Lüftungswirkung. Mauerwerk aus den üblichen Ziegeln erlaubt nur dann einen gewissen Luftdurchlass, wenn die Wände nicht stärker als ein, ein Stein, mit sandreichem Mörtel ausgefüllt werden. Undurchlässiger Oelstrich der Aussenseite beschränkt ebenfalls die Porenlüftung. Auf keinen Fall kann man in Wohnräumen die Fensterluft ganz ausschalten, da im Bunde mit einer Heizung nicht allein gesundheitsdienlich ist, sondern auch das beste Mittel gegen die gefährliche Wohnungsfeuchtigkeit bildet.

Kleine Chronik.

Zürich. Das Hotel Stadtkeller, das mit einer Hypothek von rund Fr. 220,000.— belastet ist, wurde an der gerichtlichen Steigerung dem Meistbietenden um Fr. 164,000 zugeschlagen.

Fette Dividenden! Die schweiz. Konservenfabrik Lenzburg, deren Hauptabnehmer wohl die Hotellerie ist, entrichtet für das letzte Geschäftsjahr auf ihre Aktien eine Dividende von 10 Prozent, also 2½% mehr als im Vorjahr. Trotzdem teilt das Unternehmen seinen Kunden auf dem Zirkularwege mit, es sei genötigt, den Preis seiner Produkte um weitere 10 Prozent zu erhöhen. Wie lange wird wohl diese Schanzen noch andauern, wenn sich diese Geschönten dagegen auflehnen?

Grindelwald. Die A.-G. Grand Hotel Bär und Adler Palace in Grindelwald hat beim Gerichtspräsidenten von Interlaken ein Gesuch um Stundung des auf den 31. März 1916 fälligen Jahreszinses des auf der Pfandobligation vom 21. Juni 1907 beruhenden Schuldkapitals zugunsten der Schweizerischen Volksbank Bern als Ausgabestelle und Pfandparteilhaberinnen und den Inhabern von 1300 Partialobligationen schuldigen Kapitals von 1,300,000 Fr. eingereicht. Gemäss Artikel 22 der Verordnung vom 2. November 1915 über die Schutz der Hypothek gegen die Folgen des Scheiterns der Schuldner, ist dem Termin zur Verhandlung über das Stundungsgesuch auf den 5. April in Interlaken angesetzt.

Unterstützt. (Einges.) Der grosse Vorstand des schweizer. Bauernverbandes hat an den Landwirtschaftlichen Klub der Bundesversammlung das Gesuch gerichtet, dafür einzutreten, dass die Banken, welche Gelder ins Ausland geben oder ausländische Emissionen vermitteln, von der Verwendung von Postsparkassengeldern ausgeschlossen werden. Da wohl nicht mit Unrecht befürchtet wird, dass sich mit der Eröffnung der Postsparkassen die bisherigen Sparanlagen, bei den Kantonalbanken und Sparkassen, verändern und dann das weniger lohnende Hypothekengeschäft es werde entzogen müssen, so ist dieses Vorgehen entschieden zu begrüßen.

Ausstellung von Hilfsmitteln betr. Behandlung, Vertrieb und Ausschank von Obstwein. (Mittel.) Anlässlich des Mostmarktes in Zürich (6.–21. Mai) findet auch eine Ausstellung von Hilfsmitteln statt. Zutunes werden: Transport- und Ausschankfässer; Hilfsmittel zum Auf- und Abladen von Transportfässern, Flaschentransportkisten; Fassbahnen, Fasswachs, Einbreinapparate, Gelatine; Verschlüsse für den Transport gängender und verschöner Gefässe; Spunde für Lager- und Schankfässer; Gläser, Mostkrüge, Flaschen; Flaschenkork; Apparate zum Verkorken und Entkorken von Flaschen; Pumpen, Schläuche, Filter etc. Pro-

gramm und Anmeldeformular sind zu beziehen bei der Geschäftsstelle Surses-Station. Die Anmeldefrist läuft mit dem 5. April ab.

Zur Schaffung eines schweizer. Verkehrsamtes. (Einges.) Dem eben erschienenen bündnerischen Geschäftsbericht über das Departement des Innern entnehmen wir betr. die Motion Seiler, dass mit dem Verband schweizer. Verkehrsvereine und dem Schweizer Hotelier-Verein während des verfloffenen Jahres die Verhandlungen fortgesetzt wurden, jedoch noch nicht zu einem definitiven Ergebnis geführt haben. Indessen sei das Studium der Frage soweit fortgeschritten, dass das Departement darauf rechnen, im Jahre 1916 bestimmte Vorschläge einbringen zu können. Mögen alle, die in der Lage sind, zur Förderung dieser Sache etwas beizutragen, dies ohne Zögern tun und ebenso zu erwidern suchen, dass im Voranschlag der schweiz. Eidgenossenschaft pro 1917, der im Herbst aufgestellt und im Dezember in der Bundesversammlung beraten wird, der nötige Kredit für ein solches kerkelsamt Aufnahme findet. Die grosse volkswirtschaftliche Bedeutung des Fremdenverkehrs für die Schweiz zerfließt sehr rasch!

Bundesgericht und Hotelierleistung. Der Eigentümer einer hypothekarisch belasteten herrschaftlichen Villa in Davos-Platz, welcher dieselbe Jeweils an Fremde gegen jährlichen Mietzins vermietet hatte, bei der kompetenten Nachlassbehörde, gestützt auf die Verordnung betr. Schutz der Hotelierindustrie für Kapitalrückzahlungen und Zinsen, Stundung verlangt. Der Bezirksgerichtsausschuss Oberlandquart wies das Gesuch am 9. Januar 1916 ab. Die Schuldverhältnisse und Konkursnummer des Bundesgerichts hat mit Urteil vom 1. März 1916 eine gegen den Erben der Nachlassbehörde eingereichte Beschwerde abgewiesen. Aus der Begründung des Urteils ist folgendes hervorzuheben: Die Villa dient dem Rekurrenten zur Erholung und ist nicht als Geschäftsbetrieb, sondern nur als blasse nutzbringende Kapitalanlage aufgefasst worden, zumal die Ausweisung der Hotelierleistung, die eine ausdehnende Auslegung nicht zulassen. Nur dann könnte allenfalls von einem Geschäftsbetrieb gesprochen werden, wenn sich der Rekurrent gewerbmässig mit der Vermietung von Wohnungen abgab, und es sich also nicht lediglich um die Vermietung eines einzelnen Hauses handelte. Unter diesen Umständen kommt es nicht darauf an, ob die nutzbringende Vermietung der Villa von Fremdenverkehr abhängig sei.

Fleischlose Tage und Bayerische Hotellerie. Der Hotelierverband des Bayerischen Hochlandes hat sich mit den Fragen beschäftigt, die sich aus der Einführung der fleisch- und fettlosen Tage für Hotels und Gastwirtschaften ergeben, und hat eine Eingabe an die drei bayerischen Generalkommandos und das Staatsministerium des Innern gerichtet, in der u. a. folgendes betont wird: Die Verhältnisse erfordern gebührend, dass ein allgemeines Verbot des Fleischverbrauchs durch geeignete amtliche Massregeln erzwungen wird. Die Einführung der Fleischkarte dürfte nicht genügen, dieses Zweck zu erreichen. Als wirklich wirksames Mittel erscheint nur ein empfindlicher Strafandrohung verbundenes Verbot, das an zwei Tagen zum Hoteliergenuss von Fleisch in irgendwelcher Form überhaupt untersagt. Der Hotelierverband hat an der Lösung der Frage noch das besondere Interesse, dass nicht die Erholungsbedürftigen, die gewillt wären, das bayerische Hochland aufzusuchen, durch Steigerung der Verpflegungskosten (Fleischmangel bedingt hohe Fleischpreise) hievon abgehalten werden. Er erlaubt sich daher, an das Staatsministerium die Bitte zu richten, dahin wirken zu wollen, dass möglichst bald eine Bundesratsverordnung erlassen werde, wonach für das Deutsche Reich ganz allgemein an Dienst- und Freitagen der Genuss von Fleisch und Fleischspeisen in irgendwelcher Form mit Ausnahme von Fischfleisch verboten und die Zuwiderhandlung gegen dieses Verbot mit empfindlicher Strafe bedroht wird.

Aus dem Gerichtssaal. Wegen Verkauf von Wein unter einer zur Täuschung geeigneten Bezeichnung waren vier Basler Wirte und deren Lieferant, eine Weinhandlung in Chur, verurteilt. Der Fall kam dieser Tage vor dem Basler Polizeigericht zur Beurteilung. Zwei der verurteilten Wirte bezogen auf die Täuschung des Publikums zum Preis von Fr. 1.10 bis Fr. 1.15 von der Firma. Verkauf wurde der Wein zu Fr. 1.60—1.80 resp. zu Fr. 2.— bis 2.40 per Liter. Die Faktoren trugen den Verkauf aufzusuchen, durch Steigerung der Verpflegungskosten (Fleischmangel bedingt hohe Fleischpreise) hievon abgehalten werden. Er erlaubt sich daher, an das Staatsministerium die Bitte zu richten, dahin wirken zu wollen, dass möglichst bald eine Bundesratsverordnung erlassen werde, wonach für das Deutsche Reich ganz allgemein an Dienst- und Freitagen der Genuss von Fleisch und Fleischspeisen in irgendwelcher Form mit Ausnahme von Fischfleisch verboten und die Zuwiderhandlung gegen dieses Verbot mit empfindlicher Strafe bedroht wird.

Fremden Wein ist nach Angabe des Kantonschemikers viel höher wie 20 Prozent. Dieses Quantum Zusatz ist auch die Lieferantin zu da dies bei den genannten Weinsorten üblich und speziell von der Basler Kundschaft verlangt werde, da der reine Tiroler und Veltliner zu herb sei. Dem gegenüber stellt der Kantonschemiker fest, dass die vorgenommene Untersuchung auf Grund von Reklamationen aus dem Publikum vorgenommen wurde. Das Gericht bejaht die angefochtene Kompetenz in bezug auf die Beurteilung der Churer Firma und verurteilt diese wegen vorsätzlichem Inverkehrbringen von Weinen mit unrichtiger Bezeichnung zu 80 Fr. Geldbusse. Zu dieser Annahme gelangt das Gericht, da die Firma schon einmal mit 20 Fr. vorbestraft ist. Gegenüber den vier Wirten nimmt das Gericht an, dass wohl Fahrlässigkeit vorliege, die aber angesichts der Umstände nicht strafbar sei. Es erfolgt daher die Freisprechung der verurteilten Wirte.

Woher kommt die Steigerung der Weinpreise? Vielfach wird angenommen, dass der Krieg auch an der gegenwärtigen Höhe der Weinpreise schuld sei, und dass eben auch der Wein, wie so viele andere Lebensmittel, des Krieges wegen aufgeschwemmt habe. Das ist aber, wie die Schweizer Wirt-Ztg. geschriben hat, keineswegs der Fall, sondern hier haben ganz andere Faktoren mitspielt. Der Sommer 1915 war für die drei Weinproduzierenden Hauptstaaten Europas ausserordentlich ungnügend. Diese Staaten sind Frankreich, Spanien, Italien. Infolge der ungnüglichen Wärme entwickelten sich in den Reben allerhand Krankheiten, nachdem schon vorher die Insekten an den Knospen beträchtlichen Schaden angerichtet hatten. Es fehlte zwar nicht an der üblichen Bekämpfung der Schmarotzer und Krankheiten, aber alle diesbezüglichen Anstrengungen waren vergeblich. Allerdings haben sowohl in Frankreich wie auch in Italien vielfach die Arbeitskräfte für bessere Pflege der Weinberge gefehlt, aber anderseits konnte doch Spanien über alle seine sonstigen Kräfte verfügen, und doch wurde seine Reben ebenso heimgesucht wie diejenigen in Frankreich und Italien. Kurz, in diesen drei Weinländern gingen so zwei Drittel der Ernte drauf. Während z. B. Frankreich im Jahre 1914 eine Ernte von 60 Millionen Hektoliter aufweisen konnte, betrug dieselbe im Jahre 1915 nur 20 Mill. Hektoliter, und ein Viertel dieser Ernte wurde ausserdem von den Militärbehörden für die Soldaten beschlagnahmt. Gegenwärtig bezahlt man im Süden für den Wein Fr. 75—80 pro Hektoliter. Auch Frankreich hat vorausgesehen, dass ihm der Weinvorrat nicht bis zum nächsten Ernte ausreichen werde, und es hat deshalb den Wein mit einem absoluten Ausfuhrverbot belegt und lässt einzig die feinen Weine zum Lande hinausgehen; ausserdem kauft es die noch verfügbaren Bestände in Spanien auf. Spanien ist zurzeit auch der einzige Lieferant der Schweiz, über die dortigen Vorräte schmelzen immer mehr zusammen, und nicht nur eine erhebliche Preissteigerung verhindern eine stärkere Zufuhr, sondern namentlich auch die Erschwerungen im Transportverkehr. Von Italien wird zurzeit kein Wein in die Schweiz eingeführt; es scheint dort überhaupt nur ein geringes Quantum noch vorhanden zu sein und hierfür sind die Preise so hoch, dass italienische Weinändler es noch für vorteilhafter halten, trotz aller Transportkosten und Transportrisikos Wein in Argentinien zu kaufen. Die Weinpreise werden auf jeden Fall in der Schweiz noch weiter steigen wegen des grossen Ausfalles in der Ernte 1915. Es heisst daher Vorsicht walten lassen, wenn sogen. billige Weine angeboten werden.

LUZERN (156)
Hotel-Pension Wagner
in sonniger, freier Lage am Bahnhof, Post u. Schiff; fliessendes Wasser in allen Zimmern. Zivile Preise. C. Wagner, Eigenst.

Soeben erschienen
und beim Zentralbureau des Schweizer Hotelier-Vereins in Basel, gegen Voreinsendung von Fr. 5.— auf Postcheckkonto V Nr. 85, erhältlich:
Rechtsbuch für den Schweizer Hotelier
im Auftrage des Schweizer Hotelier-Vereins verfasst von Rechtsanwalt Dr. Bruno Feuersenger in Basel.

Schweizerische Landesausstellung in Bern 1914:
Grosser Ausstellungspreis (höchste Auszeichnung)

Conservenfabrik Seehaf im Seon (Aargau)

— Confitures, Gemüse- und Früchteconserven, Syrupe —

MONTREUX
A remettre présentement
L'Hôtel de Londres
situé entre la gare et le débarcadere. 40 chambres.
S'adresser: London House, Montreux. (151) Mg.

Chef de réception
Schweizer, 29 Jahre alt, militärfrei, im Hotelwesen durch und durch bewandert, sucht geeigneten Posten. Biatrikt kann sofort erfolgen.
Gute Referenzen.
Geil. Offerten an Postfach No. 17921, Luzern. (150)

MAISON FONDÉE EN 1826
SWISS CHAMPAGNE
Berne 1914
Medaille d'or
avec Félicitations du Jury



MAULER & CIE
au Prieuré St-Pierre
MOTIERS-TRAVERS

Das
Hotel du Chalet
(150 Betten) in
Morgins-les-Bains
(Wallis — 1400 m.)
ist zu vermieten
auf Mai 1916, samt Mobil-
liar, Wäsche, Porzellan,
Silberzeug, Küchenein-
richtung u. s. w.
Zwecks genauer Aus-
kunft, so sich an den Besitzer in Morgins
(Wallis). (153)

Nickel-Geschirre
neu, gebraucht, zerbrochen, mit
Stempel „Rein-Nickel“, sowie
Nickel-Äpfeln, Würfel, Bleche,
Dübel, Aufhängelampen, wirklich
Quantum Detaillierte Offerten
mit Kilopreis und Gewicht an
F. A. Eichenhorn, Ing., Zürich. (167)

SWISS CHAMPAGNE
La plus
ANCIENNE MAISON SUISSE
Fondée en 1811, à Neuchâtel
EXPOSITION DE BERNE 1914
MÉDAILLE D'OR
avec félicitations du Jury



Gesucht: Hotel-Direktor-Buchhalter
jüngere, selbständige Kraft mit kaufmännischer Bildung (Fachkenntnisse nicht absolut notwendig), für erstklassiges Jahrgeschäft in Höhenkurort Graubündens, 60 Betten, das auch während der Kriegszeit sehr gut arbeitet. Eine Einlage von Fr. 10,000.— gegen Sicherstellung erforderlich. Eintritt und Salär nach Übereinkunft. Ausführliche Offerte mit Zeugniskopien und Photo erbeten unter Chiffre Z. K. 1560 an die Annoncen-Expedition **Rudolf Mosse**, Limmatquai 34. (154) Mg

Todes-Anzeige.

Gestern Abend verschied nach schwerer Krankheit mein unvergesslicher Gatte, unser teurer Vater und Grossvater

Ernest Christen-Hiss

im Alter von 64 Jahren.

In tiefer Trauer:

Rosa Christen-Hiss
Ernst und Helene Christen-Holzschetter
und Kind
Paul H. Christen
Hely Christen.

BASEL, 29. März 1916.

Heumattstrasse 21.

Stille Bestattung

Man ist höchst gebeten, Kondolenzbesuche und Blumen-spenden unterlassen zu wollen. Leidzirkulare werden nur nach auswärts versandt.

Bl. 3015 a.

Internationales Institut für das Hotelbildungswesen in Düsseldorf

Dauer des Studiums: 4 Semester
Teaufnahme der Studierenden: Mitte April.
Auch Frauen sind zum Studium berechtigt.
Vorlesungsverzeichnisse durch das Städt. Schulamt.
Der Oberbürgermeister.



Erste und älteste Schweizer Marke

Prospekte, Muster und Bar-Rezepte gratis auf Verlangen

Iva General-Agentur
Erlachstr. 5 Bern Erlachstr. 5



Briefpapiere mit Firma und Cliché-Druck, lofe oder in Blocks geheftet



Couverts, Rechnungen und Hotel-Druckfaden aller Art zu mässigen Preisen

Schweiz. Verlags-

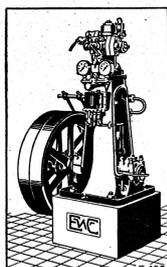
Druckererei G. Böhm

10 Leonhardstrasse Basel Telefon 251, 416

In jedem Hotel und jedem Restaurant und ebenso in jeder Familie ist man mit Vorliebe **Amreins Brezeln-Rollen** und Schenkelt. Eigene Fabrikation. Empfehle mich hüflich Frau Amrein, Gerechtigkeitsgasse 23, I. St., Bern. — Telefon 3562.

Confiserie- u. Biscuitfabrik **J. Arni, Lyss** empfiehlt Hotels, Restaurants u. Buffets ihr grosses Assortiment in den feinsten **BISCUITS** Spezialität „HOTELMISCHUNG“ Probetbüchsen à 4 Kilos, per Kilo Fr. 3.20. Feinster Kunst-Tafelhonig in Kesseln von 30 Kg., zu Fr. 1.20 per Kilo.

ESCHER WYSS & Co Zürich



Eis-, Kühl- und Gefrieranlagen

Kommentar zur bundesrätlichen Hotellerie-Verordnung.

Von Bundesrichter Dr. Jäger. Broschürt Fr. 3.20, gebunden Fr. 4.—. Zu beziehen in jeder Buchhandlung oder direkt durch den Verlag **Orell Füssli in Zürich.**

A remettre HOTEL de 50 lits

en construction dans station climatique de la Suisse française, pour cause de santé. Situation admirable. Affaire de grand avenir. S'adresser sous chiffre Z. B. 1477 à l'Agence de publicité **Rudolf Mosse, Zürich, Limmatquai 34.**

Für eine erstkl. flottgehende

Conditorei-Café

werden für die Saison noch zwei gewandte, nette, solide

Servier-Töchter gesucht.

Eintritt am 1. April u. 15. Mai. Kost u. Logis im Hause. Photo meist Zeugniskopien erhitet. **Conditorei & Café König-Bad-Nauheim.** (117)

HOTEL zu mieten gesucht.

Von Fachmann wird mittel-grosses Hotel mit nachweisbarer Rendite, an gutem Platze zu mieten gesucht. Bei Konvention wird Hotel später gekauft. Offerten mit den notwendigen Unterlagen erbeten unter Chiffre Z. L. 1461 an die Annoncen-Exp. **Rudolf Mosse, Zürich, Limmatquai 34.** (182)

WER

Beleuchtungs- oder Heizungs-Anlagen od. Closet-Einrichtungen in Hotels, Pensionen oder Kur-Anstalten besorgt, inseriert mit Erfolg in der in Basel erscheinenden

HOTEL-REVUE Offizielles Organ des Schweizer Hotelier-Vereins

Hotel- & Restaurant-Buchführung

Amerikanisches System Frisch. Lehre amerikanische Buchführung nach meinem bewährten System durch Unterrichtsbriefe. Hunderte von Anerkennungs-schreiben. Garantieren für den Erfolg. Verlangen Sie Gratis-prospekt, Prima Referenzen. Richte auch selbst in Hotels und Restaurants Buchführung ein. Ordre veranlassen Bücher. Gehe nach nach auswärts.

Alle Geschäftsbücher für Hotels auf Lager.

H. Frisch, Zürich I Bücherexperte (184)

Rein-Nickelgeschirr

(gestempelt) kaufen

E. Pfister & Cie., Metallgiesserei (106) Teleph. 6393 Zürich 4 Teleph. 6393

Prima luftgetrocknete Rohschinken

stets vorrätig bei **Th. Domenig A.-G. Chur.** (119)

Hôtel meublé à louer

Haute Savoie, 1000 m altitude, saison d'été. Grand confort. Lits, pêche et sports.

Chalet 16 pièces

à vendre ou à louer, Suisse, 101 m altitude pour pension ou nombreuse famille. Occasion. S'adr. Benzen, notaire à Nyon (Lac de Genève). (25)

Junger Kellner sucht Stellung

(189)

zur weiteren Ausbildung in Hotel oder Café. Eintritt vom 15. April an. Offerten unter Chiffre Z. L. 1511 an die Annoncen-Exp. **Rudolf Mosse, Zürich.**

Directrice-Gouvernante générale,

veuve, 41 ans, expérimentée, Suisse, très capable et sérieuse, parlant les 3 langues. (01.5384-94.) cherche situation de confiance, place de saison ou à l'année, pour le suite ou date à convenir. Suisse ou étranger. Meilleures références. Préentions très modestes. Offres sous chiffre B. C. 5354 à l'Agence de publicité **Rudolf Mosse, Bâle.**

NEUCHÂTEL PERRIER SAINT-BLAISE HORS CONCOURS MEMBRE DU JURY BERNE 1914.

Rebrentenzunft Basel

bekanntes Bierlokal mit grossem Saal, an erster Lage, auf 1. Juli eventuell 1. Oktober 1916 an tüchtige und kautionsfähige Wirtsleute zu verpachten. Gefl. Anfragen, unter Bezeichnung von Referenzen, sind zu richten an die **Aktienbrauerei Basel in Basel.** (188)

Schweizerische Aktien-Gesellschaft Bamberger, Leroi & Co., Zürich

Fabrik sanitärer Wasserleitungsartikel

Badewannen, W. C., Waschtische, Urinals, Bidets etc.; Spezial-Modelle für Hotels.

Badmeister Masseur

sprachenkundig u. gewandt, auch in der Krankenpflege bewandert, **wünscht Stelle** zu ändern für früher oder später. Offerten unter Chiffre Z. B. 1452 an die Ann.-Exp. **Rudolf Mosse, Zürich, Limmatquai 34.** (184)

Junge Tochter wünscht Saisonstelle

als Saalbeibtochter in Kurhaus oder Hotel anzunehmen. Gefl. Offerten unter Chiffre Z. A. 1526 an die Ann.-Exp. **Rudolf Mosse, Zürich, Limmatquai 34.** (191)

Kurplatz - Engelberg

Hotel Victoria

mit zirka 90 Gästebetten, grossen Restaurations-lokalitäten, auf bestem Platze gelegen, ist sofort zu verkaufen oder zu verpachten.

Für zahlungsfähige Wirte ohne Zweifel ein lukratives Geschäft. (187)

Anmeldungen und Offerten sind zu richten bis 15. April nächsthin an **Konkursamt Engelberg.**

Directrice-Gérante

durchaus tüchtig, energisch, selbständig und sprachenkundig, wünscht gleiche Stelle in Hotel und Pension oder Klink, eventuell als **Sekretärin-Gouvernante.** Prima Referenzen. (172)

Gefl. Offerten unter Chiffre Z. A. 1426 an die Annoncen-Exp. **Rudolf Mosse, Zürich, Limmatquai 34.**

Junger, verheirateter (189)

Hotel-Direktor

Schweizer, sprachentüchtig, in allen Teilen des Faches erfahren, zur Zeit in ungeklärter Stelle, wünscht dieselbe zu verändern, wenn möglich nach Deutschland.

Offerten unter Chiffre Z. C. 1468 an die Annoncen-Expedition **Rudolf Mosse, Zürich, Limmatquai 34.**

Hôtelier suisse, âgé de 33 ans, marié, ayant dirigé plusieurs hôtels, disposant d'un capital de 15 à 20 mille frs., cherche

direction, association ou location d'un hôtel. (186)

Références de 1er ordre. Ecrire sous R. 1446 L. à la S. A. Suisse de Publicité Haasestein & Vogler, Lausanne.

Champagner-Flaschen

kaufen wir jeden beliebigen Posten gegen Kasse. Offerten mit Angabe des Quantums an **Postfach 16340, Basel.** (176)

Eiskastenfabrik Sautter & Jmber, Zürich

gegründet 1883
Eisgasse vorm. E. Schneider & Co. Lagerstr. 55

Eisschränke neuester Systeme
Bierausschankanlagen
Kühlanlagen, Isolierungen (188)

Conservatoren, Glacemaschinen
Erstkl. Referenzen. — 2 gold. Medaillen S. L. A. 1914.

WEINHANDLUNG LENDI & Co., St. Gallen u. Chur

liefern die besten (411)

Veltliner Flaschenweine, Tiroler Spezial, St. Magdalena,

Malanser Eigenbau, Maiefelder, Churer Beerli.

Landesausstellung in Bern 1914: Für Bündner Rhei weine

Goldene Medaille.

Liegenschaften

per sofort zu verkaufen oder zu verpachten.

Hotel „Linde“ in St. Margrethen

Rheinthal neu renoviert, erstes Gasthaus am Platze, unter der Geschäftswelt sehr bekannt, mit grossem Saal-anbau, über 500 Personen fassend, modern eingerichtet, elektrisches Licht etc. (185)

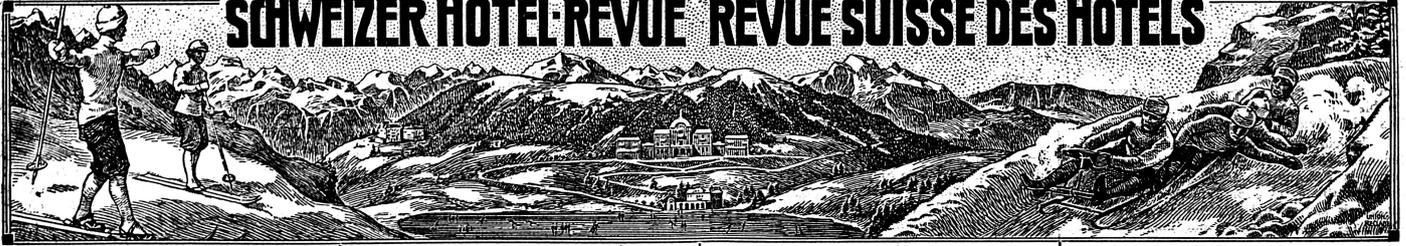
Hotel „Falken“ in Altstätten

mit sehr gut frequentierter Restauration, inmitten des Städtchens, dem bedeutendsten Markorte der Ostschweiz gelegen. — Grosse Räumlichkeiten und modern eingerichtet, elektrisches Licht.

Anzahlung oder Pachtzins mässig.

Nur tüchtige und solvente Käufer oder Pächter wollen sich unter Chiffre Z Z 1500 an die Annoncen-Exp. **Rudolf Mosse, Zürich, Limmatquai 34, wenden.**

SCHWEIZER HOTEL-REVUE REVUE SUISSE DES HOTELS



Questions de réclame et autres.

Nous nous approchons de nouveau de l'époque où, en temps normal, l'hôtelier commençait ses préparatifs pour la saison d'été et examinait parmi les moyens de publication ceux qu'il pensait choisir pour sa campagne-réclame. C'est en mars que les courtiers entreprenaient leurs expéditions annuelles dans l'industrie hôtelière, puis en Avril et en Mai ils envoyaient souscriptions sur souscriptions à leurs éditeurs et enlevaient ainsi d'avance à l'hôtelier une bonne partie du produit de son travail, gardant pour eux la crème du dessus et ne lui laissant que le petit lait. Des millions ont été parfois dépensés de cette manière par l'hôtellerie en une seule année dans un but de propagande et cela partiellement en pure perte. C'est en effet une chose prouvée par l'expérience que l'accroissement du mouvement des voyageurs n'est nullement en rapport avec l'augmentation considérable des débours faits pour la réclame durant ces deux dernières décades. On ne saurait néanmoins songer à des réductions sur ce chapitre. La concurrence intense et la grande quantité des hôtels mis au service des étrangers pourraient bien au contraire provoquer après la guerre une nouvelle crue dans cet ordre de dépenses. Mais si un ralentissement de la propagande semble inadmissible, il serait cependant possible de rendre cette propagande plus fructueuse en l'organisant d'une façon plus uniforme et mieux conçue. Grâce à la coopération des chemins de fer fédéraux et de certains groupes locaux de développement, notre Société a déjà obtenu dans cette direction des résultats réjouissants, mais il reste encore beaucoup à faire pour donner à la centralisation de la réclame la forme et l'expression que l'intérêt de l'hôtellerie nécessite et lui assurer aussi le plus gros profit possible. C'est pourquoi, plus qu'ils ne l'ont fait jusqu'ici, les hôteliers devraient manifester de la sympathie à l'égard de ce rapprocher dans un but commun de réclame et d'uniformiser et de mieux concevoir ainsi les questions de propagande, car l'éparpillement des forces ne fait que nuire à la corporation tout entière.

A une série de 44 années de paix a succédé la plus effroyable guerre que le monde ait jamais vue et au brillant développement de l'industrie hôtelière a succédé la subite détresse. Le mouvement des voyageurs venant du dehors a reculé de quatre cinquièmes. La saison estivale prochaine peut être considérée comme perdue. Si quelques grandes villes et quelques stations privilégiées accusent toujours une affluence satisfaisante la situation générale de l'hôtellerie s'en trouve peu changée et malgré l'action fédérale de secours les conditions d'existence d'une grande partie de nos hôtels demeurent, avant comme après, fort précaires. Et comme aucune décision n'arrive à se produire sur le théâtre des hostilités, il est compréhensible que beaucoup d'hôteliers envisagent le printemps et l'été prochains avec de l'abattement et une morne résignation et renoncent tout-à-fait aux préparatifs qu'ils faisaient d'ordinaire à cette époque de l'année. Maint albergiste se posera même la question de savoir si en présence de perspectives aussi médiocres, il vaut la peine de recourir aux moyens coûteux de la réclame. C'est une question qui, présentement, circule de bouche en bouche dans les cercles hôteliers, mais qui naturellement ne peut pas recevoir de tous les intéressés une réponse dans le même sens. C'est ainsi que dans les centres d'étrangers où le mouvement se maintient à une certaine hauteur l'hôtelier devra indubitablement, pour ne pas être dépassé par ses concurrents, déployer une réclame correspondant à cette prospérité relative. Mais dans les régions de montagnes qui vivaient uniquement du tourisme et de la présence des amateurs du voyage d'agrément les hôteliers ne pourront doter que maigrement le budget, cependant nécessaire, de leur réclame. Il n'est donc pas du tout indispensable de tomber dans l'extrême contraire et de cesser d'un coup toute propagande. Ce serait presque trahir ses propres affaires, car il y a dans ce domaine aussi une limite inférieure au-dessous de laquelle une maison ne peut pas descendre, si elle veut conserver sa renommée. Les vieilles et honnêtes relations doivent, précisément durant cette période de marasme, être, elle aussi, cultivées avec soin, afin de ne pas se laisser oublier de ceux qui étaient les hôtes fidèles d'autan. Si donc on peut aisément pour un temps renoncer, en raison de la situation, à une réclame intensive, une petite insertion ou une annonce collective concernant la localité entière atteindra toujours son but, c'est-à-dire

celui de se rappeler au souvenir de la clientèle. Pour les besoins de l'heure présente cela suffit, mais après la guerre, il faudra de nouveaux efforts pour labourer à fond le champ laissé aujourd'hui en jachère. Il convient avant tout, par ce temps de crise commerciale, de réagir contre les sollicitations et les prétentions non fondées dont les hôteliers sont bombardés sous forme de demandes de traitement de faveur. Il est notamment de grandes sociétés allemandes de fonctionnaires et d'officiers qui assaillent à intervalles réguliers l'hôtelier suisse de propositions de ce genre en cherchant, outre cela, à lui coller à titre de «concession» des insertions coûteuses dans leurs guides qui, généralement, sont des publications sans valeur. L'hôtellerie suisse a fait notamment de très mauvaises expériences avec ces contrats de faveur et arrangements similaires, précédés généralement d'assurances annonçant une forte venue des membres de la société et autres promesses incontrôlables. Dans la plupart des cas, il s'est trouvé que les sociétés n'étaient absolument pas à même de tenir leurs assurances et que, par conséquent, les effets de ces contrats sur la fréquentation des hôtels étaient égaux à zéro et que l'hôtelier était ainsi berné, d'autant plus que d'après les arrangements pris, il était tenu d'héberger à tarif réduit les quelques rares sociétaires qui descendaient chez lui. Mais ce n'est pas tout, il risquait encore de perdre d'autres clients, des bons, qui se plaignaient à juste titre du régime de faveur accordé à ces contractants. On voit par là que ces contrats de faveur sont des épées à deux tranchants qui réservent à l'hôtelier plus de mal qu'il ne peut en profiter et qui pour cela devraient disparaître des usages de l'hôtellerie. Mais par le temps qui court, ils ne sauraient, encore bien moins qu'auparavant, être recommandés comme moyens de propagande, car la cherté des vivres diminue encore beaucoup le rendement des hôtels.

L'argument de la cherté des vivres peut avec le même bon droit être invoqué contre les prix dits «de guerre» qui ont cours en ce moment dans nombre d'établissements. Il est curieux que les hôteliers, par ailleurs si perspicaces, perdent justement sur ce point leur acuité visuelle et se prêtent à une politique de prix dont les résultats vont à fin contraire de leurs intérêts. Ce système de réclame ne leur fera certes pas battre monnaie, car le client clairvoyant est obligé de se dire qu'étant donné le renchérissement de toutes les denrées alimentaires l'hôtelier ne peut pas travailler à meilleur marché qu'autrefois à moins de renoncer d'avance à tout bénéfice. Les voyageurs profiteront bien un moment de l'occasion mais, une fois revenus les temps normaux où l'or coulera de nouveau à flot les maisons à bon marché, regardées comme serres chaudes de la dépression des prix, seront hifées par ces mêmes voyageurs sur la liste de leurs hôtels attirés, car il ne sera plus de bon ton d'économiser sur les dépenses de voyage ni de loger à tarifs de paniers. L'hôtel qui travaille aujourd'hui aux «prix de guerre» et aux «prix des temps» — pour employer l'expression un peu moins criard qui a maintenant droit de cité — risque sa réputation dans l'avenir et bâtit ainsi sur le sable, indépendamment de ce qu'il porte à toute la corporation un préjudice moral et viole ainsi les principes élémentaires de la solidarité. Les collègues allemands se sont montrés, sur ce point, commerçants plus habiles et plus prudents. Ils ont simplement fait savoir à tous par voie des journaux que vu le renchérissement des vivres, il ne fallait pas songer à une réduction des tarifs d'hôtels et ils ont prouvé ainsi qu'ils constituaient une force vis-à-vis du public qui voyage. Et malgré ce maintien des prix la fréquentation des bairns allemands et des stations allemandes de cures est bien loin d'avoir diminué autant que dans nos stations élevées. Ce qui démontre que la tactique des albergistes allemands n'a nullement nuit à leurs hôtels.

Non moins indemnes de reproches, à juger la chose du point de vue de la saine réclame, sont ces bruyantes flagorneries qui, comme «premier hôtel de l'endroit» appartiennent depuis longtemps à la propagande de charlatans. On ne peut naturellement prescrire à aucun hôtelier quel style et quelle expression il doit donner à ses annonces, mais la chose tombe en plein dans le ridicule quand les prospectus et les annonces ne concordent pas avec le confort ni avec les offres et les prix — du moment — promis par cette publicité. Ces exagérations ne peuvent même qu'éveiller dans le public voyageant l'impression qu'on a l'intention de l'induire en erreur et ce sentiment déteint naturellement de nouveau sur tout notre corps de métier, car le voyageur superficiel est tou-

jours porté à mesurer tous les hôteliers à la même aune dès que l'un d'eux se rend coupable d'une entorse à la vérité et à la bonne foi. Il n'est pas d'industrie où la Némésis venge le client trompé plus vite que dans l'hôtellerie, car «l'acheteur» y est à même d'apprécier sur place «la marchandise».

Par contre, ces superfétations trompeuses choquent encore le principe de la concurrence loyale et méritent aussi de ce chef d'être combattue résolument et avec ténacité par les hôtels sérieux qui devraient faire front contre toute forme abusive de réclame.

Si l'hôtelier doit toujours se garder d'attirer par des moyens répréhensibles les voyageurs dans sa maison ou de leur promettre plus qu'il ne pourra tenir, il ne devra pas non plus tolérer aucune détérioration qui serait faite chez lui par la clientèle. Or tel est encore souvent le cas. Qu'il suffise de rappeler seulement l'endommagement de meubles et de tapis et l'emploi abusif de l'énergie électrique dont beaucoup d'hôtes se rendent coupables sans jamais songer d'offrir pour cela la moindre indemnité à l'hôtelier. Mais plus graves encore et beaucoup plus préjudiciable pour une entreprise hôtelière sont certains dommages qui ne se trouvent que très rarement et qui sont qualifiables de calamités. Combien de fois n'arrive-t-il pas que des voyageurs, dans une subite crise de nervosité, font entendre à l'adresse de leur hôtelier des plaintes injustes et rabaissement de la plus triste manière la maison auprès des autres clients ou des autres voyageurs, sans avoir le moindre motif d'agir de cette façon. Comment l'hôtelier se défendra-t-il contre des calamités qui, parce que proférées en dehors de sa maison, ne lui reviennent pas aux oreilles mais n'en agissent qu'avec plus de persistance dans l'ombre. Sans doute l'étranger de bon sens ne se laissera jamais par un simple bavardage de chemins de fer détourner d'un établissement qui lui est par ailleurs bien recommandé, mais il y a cependant aussi des types de clients qui de préférence ramassent en route leurs informations, puis, ensuite, sur un propos non contrôlable, lâché par hasard, changent leurs plans de voyage... et tombent souvent alors dans un panneau.

Si comme, il est dit plus haut, l'hôtelier est impuissant en face de ces calamités et si sa prospérité est parfois à la merci des mauvaises langues, il est en droit d'agir avec d'autant plus de fermeté quand le préjudice causé à ses intérêts est commis pour ainsi dire sous ses yeux. On ne peut guère alors lui demander de ménagement et le voyageur partagera l'avis que des torts causés par méchanceté ou par légèreté à des hôtels doivent être punis en raison de leur gravité. Mais le tort fait à un hôtelier entre les quatre murs mêmes de sa maison n'est pas toujours si facile et si prompt à découvrir qu'on se le figure généralement, tout au moins le coupable n'est pas toujours immédiatement découvrable, à preuve l'incident que voici. Un hôtelier a trouvé par hasard récemment dans l'une de ses chambres de voyageurs, collé à la face intérieure d'une porte d'armoire, l'avis de l'armoire classique suivant sous forme d'une petite affiche illustrée: «Rappelez-vous 1914! Français! N'achetez rien au commerce allemand!» Quelque négociant fin mais — et, en plus, mangeur d'Allemands — avait orné de cette petite affiche l'intérieur du lavabo (les tiroirs) et l'intérieur de l'armoire à glace, mais il ne lui était pas venu à l'idée que par son acte il pouvait peut-être nuire gravement à l'hôtelier, les clients allemands qui auraient retenu la chambre avant d'y découvrir la dite pancarte devant fatalement piquer la mouche et quitter l'hôtel au vu de cette affiche hostile. Nous comprenons parfaitement l'aversion actuelle des Français pour tout ce qui sent l'origine germanique et nous pouvons comprendre que le commerce allemand soit combattu en pays ennemi par tous les moyens admissibles. Mais que les hôtels suisses eux-mêmes doivent être entraînés à servir cette guerre commerciale c'est là une prétention intolérable, surtout quand elle est mise en pratique à l'insu de l'albergiste qui elle risque de priver des lors d'une clientèle allemande fidèle jusqu'à ce moment.

L'hôtelier en question n'a dû, comme il est dit plus haut, sa découverte qu'au hasard et il est probable que cette obscure manœuvre a été exécutée aussi dans d'autres hôtels. Il y a motif suffisant pour à l'avenir soumettre les meubles des chambres de voyageurs à un contrôle régulier car, si bien venue que soit la clientèle française, aucun hôtelier suisse ne peut permettre qu'on joue ainsi avec ses intérêts.

L'ordonnance de sursis en faveur des hôtels.

(Suite.)

II. L'ordonnance du 2 Novembre et sa justification.

§§. Dans la commission chargée d'élaborer le projet d'ordonnance, celle-ci n'a pas rencontré uniquement de la sympathie. Un des membres de cette commission, Monsieur le juge fédéral Jäger, le commentateur très autorisé de l'ordonnance, avoue dans la préface de son commentaire qu'elle ne le satisfait point par ce qu'elle est, à son avis, une loi de circonstance, changeant et abrogeant certains points de droit matériel au bénéfice d'un certain groupe de citoyens appartenant à une industrie particulière. Mr. Jäger reproche à l'ordonnance de ressembler à la pillule du médecin destinée à guérir les symptômes de maladie du patient tandis qu'il faudrait employer le bistouri pour enlever la cause de la maladie.

L'ordonnance du 2 Novembre est une loi d'occasion, personne ne peut le nier. Mais elle est due à des circonstances spéciales qui, sans doute, la justifiaient amplement. Nous avons tâché de le démontrer dans un article précédent. On peut comparer en quelque sorte la situation de l'industrie hôtelière à celle d'un homme se trouvant dans un état de nécessité. Lorsqu'un individu se trouve sans sa faute dans un état de détresse auquel il ne peut se soustraire autrement pour sauver d'un péril imminent sa personne ou sa vie qu'en commettant un acte qui serait délictueux, la loi enlève ce caractère à l'acte: il n'y a pas de délit. L'hôtellerie se trouve aussi dans une situation très critique, vis-à-vis d'un péril imminent, sans qu'il y ait de sa faute, si on ne lui vient pas en aide par des mesures spéciales, en déclarant que certaines dispositions de loi non abrogées en général ne sont point applicables à cette industrie.

Il n'est pas exact de dire, à notre avis, que l'ordonnance ne fera disparaître les symptômes de la maladie. Comme nous l'avons vu précédemment le comité de notre Société a insisté lui-même sur le fait que les sursis ne devront pas être accordés à des hôtelsiers dont les établissements allaient déjà mal avant la guerre, et dont la situation critique n'est pas un effet direct de cet événement extraordinaire. D'autre part, l'autorité de concordat devra examiner dans chaque cas particulier, si le débiteur sera en mesure de rembourser intégralement toutes les sommes pour lesquelles les sursis lui a été accordé une fois la guerre terminée. Cette disposition ne se trouve pas dans l'ordonnance du 28 Septembre, 1914 concernant les mesures spéciales en faveur des débiteurs en général, parmi lesquelles est contenu le sursis général à toutes les poursuites. Cela permet de supposer qu'elle a été introduite dans l'ordonnance du 2 Novembre 1915, parce que le projet élaboré par les soins du Comité de notre Société et soumis au Département fédéral de Justice et Police avait prévu la condition que le créancier ne souffrirait pas de préjudice par le fait du sursis accordé. Toutes ces garanties qui entourent la mesure spéciale dont jouiront des hôteliers correspondent à la volonté exprimée clairement par le Comité de ne la demander qu'en faveur de ceux qui la méritent vraiment.

III. Analyse des principales dispositions de l'ordonnance, relativement au sursis.

A. Quelles sont les industries et exploitations commerciales pouvant invoquer le bénéfice du sursis hôtelier?

Cette question est résolue par l'article 1^{er} de l'ordonnance.

Il faut dès le commencement distinguer deux catégories d'établissements. Pour les uns on exige comme condition principale qu'ils dépendent exclusivement du mouvement de étrangers. Pour les autres cette exigence fait défaut. Tous les établissements de cette catégorie peuvent demander à être soumis au bénéfice du sursis, mais d'autre part ils sont soumis à une restriction spéciale: la prohibition d'édification sauf le cas d'autorisation spéciale accordée par le Conseil fédéral.

A cette dernière catégorie appartiennent en premier lieu les hôtels. Un hôtel est une exploitation commerciale destinée à procurer aux hôtes le logement et la pension moyennant un prix payé. Il se distingue de l'auberge et du restaurant en ce que son principal but est d'héberger des étrangers et de les nourrir, tandis que le restaurant est établi avant tout pour permettre la consommation de boissons.

