

Objektyp: **Advertising**

Zeitschrift: **Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels**

Band (Jahr): **39 (1930)**

Heft 33

PDF erstellt am: **11.09.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

<http://www.e-periodica.ch>

Zurückhaltung geboten!

Der neugegründete „Verband für Fremdenverkehr in Mitteleuropa“, Wien I, Hofburg, gelangt mit einem Zirkularschreiben an die Schweizer Hotels, mit der Einladung zum Beitritt. In schön gesetzten Worten umschreibt der Verband seine Absichten: Förderung des Reiseverkehrs in Mitteleuropa durch Entfaltung entsprechender Propaganda, Organisation von Gesellschaftsreisen, Beratung des Reisepublikums etc. Für die Reisenden selbst soll diese Tätigkeit kostenlos erfolgen, dagegen will man die Hotellerie zu Tributzahlungen heranziehen. Und zwar wird der Jahresbeitrag für Einzelhotels mit Fr. 20.—, für Kurorte und andere Fremdenstationen mit Fr. 40.— angegebe-

Wir empfehlen unsern Mitgliederhotels, auf das Angebot dieses Verbandes, resp. die Einladung zum Beitritt nicht einzutreten, da wir uns von dessen Tätigkeit für die Förderung des Reiseverkehrs wenig versprechen. Bereits wird auch in reichsdeutschen Fachblättern davon abgeraten, unter gleichzeitiger Mitteilung, die Hotelverbände in Wien und Nieder-Oesterreich hätten jede Verbindung mit dem neuen Verband für Fremdenverkehr abgelehnt. Dieses Verhalten sollten sich auch die Schweizer Hotels zur Richtschnur nehmen.

En Route Service, New York.

In No. 22 vom 29. Mai 1930 signalisierten wir hier den Konkurs dieser New Yorker Firma. Wie wir inzwischen erfahren, scheinen nun auch die europäischen Bureaux gleichen Namens (dasjenige in London wurde bereits geschlossen) in Zahlungsschwierigkeiten geraten zu sein. Bei allfälliger Kreditgewährung seitens der Hotels ist daher grösste Vorsicht am Platze.

In diesem Zusammenhang verdient noch Erwähnung, dass der frühere Leiter der Firma „En Route Service“ in New York, Herr Peter C. Ingram, gegenwärtig mit der Offerte an die grösseren Schweizer Hotels gelangt, gegen Entrichtung von 50 Dollars deren Reklame in New York zu besorgen. Selbstverständlich sind solche wenn zuverlässigen Angebote mit aller Entschiedenheit abzulehnen.

genug auch für Reisende mit bescheidener Börse.

Schwerwiegender als diese leicht zu widerlegenden Ausströmungen über die „teuren“ Schweizerreisen sind für die Entwicklung unserer Hotellerie dagegen die Aktionen speziell unserer Nachbarstaaten auf Hebung und Förderung ihres eigenen Reiseverkehrs. Diese Bestrebungen sind ja durchaus verständlich und berechtigt, soweit sie nicht, wie z. B. gegenwärtig in gewissen Verkehrskreisen Deutschlands, ausgesprochen auf die möglichste Unterbindung der Auslandsreisen abzielen. Wobei in diesem Falle als „Ausland“ wohl in erster Linie die Schweiz gemeint sein dürfte. — Wir nehmen indessen auch diese etwas kurzichtige, sowohl die internationalen wie die allgemeinen wirtschaftlichen Zusammenhänge in Deutschland zu sehr negierende Kampagne nicht allzu tragisch, in der Gewissheit, dass die Naturschönheiten, Heilfaktoren und klimatischen Vorzüge der Schweiz nach wie vor ihre Werbekraft besitzen. Auch wird ja die zweckmässige, enge Zusammenarbeit der Hotellerie aller Länder trotz vielfacher Hemmungen doch kommen müssen, die, wenn man die Taten und Vorgänge in der „Alliance Internationale de l'Hotellerie“ richtig verfolgt und einschätzt, bereits auf dem Wege der Verwirklichung ist.

Immerhin, die Bestrebungen des Auslandes, unserem Reiseverkehr das Wasser abzugraben, sind nicht zu übersehen. Als Abwehrmassnahme kann unserseits nur die Konzentration und Verstärkung der Auslandsreklame in Betracht kommen. Und zwar unter vermehrter Mitwirkung des Staates (Bund und Kantone), anderer öffentlicher Körperschaften sowie der sämtlichen am Fremdenverkehr interessierten Kreise. Und welcher Berufsweig wäre in der Schweiz nicht direkt oder indirekt am Reiseverkehr interessiert? — Speziell der Bund, dessen Regiebetriebe aus dem Fremdenbesuch hohe Einnahmen ziehen, der alljährlich Millionen-Subventionen für die Landwirtschaft und andere Berufszweige übrig hat, dürfte zugunsten der Reiseverkehrsförderung erheblich tiefer in die Tasche greifen, als dies bislang mit den bloss 200,000 Franken an die Verkehrszentrale geschah. Eine Summe, die sich im Vergleich zu den analogen Aufwendungen benachbarter Staaten wie im Hinblick auf die Bedeutung des Fremden-

Woba und Hotellerie

Am nächsten Samstag, den 16. August, wird die auf 4 Wochen berechnete Schweizer. Wohnungsausstellung Basel im Gebäude der Schweizer Mustermesse eröffnet. Auf die Bedeutung dieses Unternehmens namentlich auch für das Gastgewerbe ist an dieser Stelle wiederholt hingewiesen worden. Die Ausstellung soll einen umfassenden Überblick geben über die Arbeit, welche in der Schweiz auf dem Gebiete des neuen Wohnens zurzeit geleistet wird. Die drei Prinzipien: Zweckmässigkeit, Sachlichkeit und Sparsamkeit kennzeichnen die neue Wohnkultur, die an der Woba durch zahlreiche praktische Beispiele zur Demonstration gelangen soll, und es unterliegt keinem Zweifel, dass die Veranstaltung in ihren Darbietungen auch dem Hotelfachmann in der Spezialabteilung „Woba-Hotel“ manchen Wink und manche Anregung über moderne Wohnraum-Gestaltung vermitteln wird.

Es braucht an dieser Stelle nicht mehr ausgeführt zu werden, welche Bedeutung dem Fremdenverkehr im Wirtschaftsleben unseres Landes zukommt. Und dass in diesem Zentrum des europäischen Fremdenverkehrs die Suche nach neuen Wegen im Hotelbau besonders dringend und von besonderer Wichtigkeit wird, leuchtet ebenfalls ohne weiteres ein. Die Ausstellungsleitung der Woba hat aus diesem Grunde der Gruppe „Woba-Hotel“ einen besonders grossen Raum zugewiesen: sie umfasst die ganze Halle IV und erscheint damit schon rein räumlich als Abschluss und Krönung der ganzen Hallenausstellung.

Das „Woba-Hotel“ soll in erster Linie einige Anregungen geben für den zweckmässigen Ausbau von Hotelräumen jeder Art und Klasse. Das Hauptgewicht ist dabei darauf gelegt, zu zeigen, wie durch geeignete Baumaterialien hauptsächlich schweizerischen Ursprungs vom Luxuszimmer des Appartements bis zum einfachen Berghotelzimmer Zweckmässigkeit und Hygiene in erster Linie wegleitend sein sollen.

Das „Woba-Hotel“ stellt ein mehrstöckiges, gewissermassen auf eine Fläche projiziertes grosses Hotel dar. Der rechte Flügel umfasst dabei vor allem (neben Hotelhalle, Hotelbureau, Coiffeur und Telefonzentrale) die Mustergästezimmer aller Gattungen. Die Aufmerksamkeit des Besuchers

verkehrs für unsere Gesamtwirtschaft ausserordentlich bescheiden ausnimmt. — Auch die Kantone legen in diesem Punkte noch immer eine ganz unverständliche Zugknöpffheit an den Tag, trotz der beträchtlichen Steuerleistungen der Hotellerie, die nur auf Grund eines blühenden Fremdenverkehrs sich erhöhen lassen. Daneben müssen aber auch die verschiedenen andern Berufsstände zur Kostendeckung unserer Werbearbeit im Ausland herangezogen werden, denn sie sind mit wenig Ausnahmen an der Hebung des internationalen Reiseverkehrs genau so interessiert, wie das Gastgewerbe, dessen Roh-einnahmen gemäss statistischem Nachweis zu 95 Prozent (für Wareneinkäufe, Einrichtung, Arbeitslöhne, Verzinsung des Investitionskapitals, Steuern usw.) wieder an die Allgemeinheit zurückfliessen.

Die Hotellerie ist nicht Selbstzweck, sie ist ein unentbehrliches Glied unserer Volkswirtschaft! Mit ihrer Prosperität ist engverbunden das Wohlergehen aller andern Berufsweige, die daher ihren Anteil an den Kosten der Auslandsreklame ebenfalls zu tragen verpflichtet sind. In erster Linie aber muss die Hotellerie selbst dem folgerichtigen Ausbau der Werbearbeit ihre stete Aufmerksamkeit schenken. Für sie ist die Richtlinie klar vorgezeichnet: sie heisst Konzentration. Fälle unverantwortlicher Verschleuderung von Geldern, wie hier einer in Nr. 16 vom 17. April abhin erörtert wurde („Dresden Herald“ — 180,000 Franken Ausgabe ohne realen Gegenwert), dürfen sich nicht mehr wieder-

soll hauptsächlich auf folgende grundsätzliche Punkte gelenkt werden:

Hygienische Baustoffe, Inlaid als relativ homogener Fussbelag, abwaschbare Wandbekleidungen; ruhige, zweckmässige Formen der Möbel, gute Konstruktion und gutes Material; einfachste, zweckentsprechende Beleuchtung. Der sanitären Installation wird dabei (auch in Drittklasszimmern) grosses Gewicht beigelegt (fliessendes kaltes und warmes Wasser, hygienische Wandverkleidung der Toilettennischen). Besonderem Interesse werden sodann die Minimalzimmer begegnen, die zeigen, dass auch bei einfachster Ausstattung (nur mit Wandschränken) Zweckmässigkeit erreicht werden kann.

Der linke Flügel der Anlage umfasst dann die Gesellschaftsräume (Salon, Rauchzimmer, Lesezimmer) und die Restaurationsräume eines modernen Hotels mit Kursaalbetrieb. Café-Dancing und Restaurant versuchen mit einfachsten Mitteln Stimmung zu erzeugen; in direkter Verbindung mit dem Café-Dancing wird die Bar gezeigt, die heute selten mehr im Hotel fehlt. In die notwendigen Küchenräume ist freier Einblick möglich. Einfache, stilvolle Gedecke für alle Mahlzeiten in neuzeitlichem Porzellan, Glas und Silber sind im Speisesaal ausgestellt. Und ergänzt wird die ganze Schau durch eine Ausstellung von Plänen ausgeführter und projektierte moderner Hotelbauten.

Diese Abteilung „Hotel“ wird zweifellos dazu beitragen, der Hallenausstellung ein spezifisch schweizerisches Gepräge auch in der Problemstellung zu geben; gerade damit führt sie auch hinaus über die bekannten ausländischen Wohnungsausstellungen und trägt dazu bei, die Woba zu einer der interessantesten und wirtschaftlich wie kulturell bedeutsamsten Ausstellungen der letzten Jahre zu machen.

Diese kurze Übersicht gibt eine gedrängte Zusammenfassung all dessen, was dem Besucher des „Woba-Hotels“ harrt. Der Hauptakzent der Abteilung ist danach auf die instruktive Belehrung gelegt, ein zweckgebenes Moment, das auch in Hoteliereisen Beachtung finden und zum Besuche der Ausstellung animieren dürfte. Wir hoffen denn auch, in den kommenden Wochen recht viele Angehörige unseres Berufsstandes an der Woba zu sehen und wünschen in diesem Sinne der Ausstellung einen vollen Erfolg.

holen. Das gebietet schon der gesunde Menschenverstand. Darum Konzentration aller Kräfte und Mittel, Organisation und Verstärkung der Werbearbeit gemäss den vom S.H.V. letztes Jahr aufgestellten Leitsätzen!

Gesellt sich dazu noch eine weniger einseitige, in ihren allgemeinen Zielen und Massnahmen weitsichtigere Wirtschaftspolitik des Landes, so dürfte die Gefahr einer erneuten Krise im Fremdenverkehr, die mancher am Horizont drohend heraufkommen sieht, rechtzeitig abgewendet werden können.

Sehr interessante Einblicke in die Wirtschaftslage der amerikanischen Hotelindustrie

gewährt ein Aufsatz des Präsidenten der Kentucky Hotel Association, R. L. Meyer, in der „National Hotel Review“, wobei es an allgemeinen weltwirtschaftlichen Streiflichtern nicht fehlt. Die Industrie- und Wirtschaftspolitik der letzten Jahre ist darnach nicht nur in den Ver. Staaten, sondern in vielen andern Ländern verfehlt gewesen, weil sie ihre Aufmerksamkeit fast ausschliesslich auf den Produzenten konzentrierte, während die Kaufkraft eines Landes von den den Durchschnittskonsumenten abhängt. Wenn deren Einkommen direkt oder indirekt sich vermindere, sei es gerade das Hotel- und Gaststättengewerbe, das zuerst das Sinken der Kaufkraft im Publikum verspüre. Soviel stehe fest, dass die Periode der Nachkriegs-prosperität vorüber und dass man in eine Periode der wirtschaftlichen Anpassung eingetreten sei, die sich viele Jahre hindurch fortsetzen könne. Die ausgedehnte Verwendung des Automobils habe für das Hotelgewerbe geänderte Verhältnisse

Zum Kapitel: Logik: In Nr. 30 vom 24. Juli kommentierten wir hier in aller Kürze einen Artikel der „U. H.“, in welchem den nicht organisierten Köchen mit Druckmitteln gedroht wurde, um sie ihrer Berufsorganisation zuzuführen. Und zwar so, dass diese Köche „eines schönen Tages ganz einfach vor der Frage stehen sollen, ob sie, um weiter im schweizer. Berufsgebiete als Koch zu arbeiten, nicht doch endlich den Anschluss vollziehen wollen“. — Das war doch ziemlich deutlich gesprochen! Nachdem nun aber die „U. H.“ unsern Kommentar gelesen, sucht sie die Sache als ganz harmlos hinzustellen und wirft uns zudem in einer etwas langatmig gewordenen Polemik Mangel an Logik vor, indem sie die Sache so drehen möchte, als ob wir den Arbeitnehmerverbänden das Recht auf die Anwendung organisatorischer Zwangsmittel verweigern, während doch der S. H. V. auch über solche Druckmittel verfüge und sie gegebenenfalls einsetze. Damit schiebt sie „U. H.“ gewaltig übers Ziel hinaus, denn wenn auch der S. H. V. durch Vererbung der Vorteile für die Mitgliedschaft die Hotellerie möglichst rasch sich anzugliedern strebt, so hat er doch noch niemals auf anschlussfeindliche Hotelinhaber irgendeinen Zwang ausgeübt. Darin aber liegt der Unterschied zwischen der Mitgliederwerbung des S. H. V. und der im fraglichen Aufsatz der „U. H.“ propagierten Art und es heisst, dem Begriff „Logik“ Gewalt antun, wenn man diese beiden Systeme auf das gleiche Niveau stellen will. — Mit dem Gesagten können wir für einmal das Kapitel „Logik“ verlassen, geben aber mit Vergnügen die Schlussklärung der U. H. weiter, dass „der Schweizer. Kochverband in der Organisation der Berufsangehörigen sicher nicht in den Fall kommen wird, schwerwiegender Mittel anzuwenden, als sie die Arbeitgeber-schaft gegenüber ihren eigenen Outsiders einsetzt.“ — Na also, dann wäre die Drohung des „unter Druck setzen“ ja nur ein Bluff gewesen.

geschaffen. Seit 1919 habe sich die Zahl der Automobile in den Ver. Staaten vervierfacht, und das bedeute eine gewaltige Erleichterung des Reisens. Durch das Automobil allein habe ein einziges Eisenbahnsystem allein schon, die Santa Fé-Linie, zwischen 1922 und 1928 die Zahl der Passagiere von 15 auf 4,2 Millionen zurückgehen sehen. Das Flugzeug werde für weitere Rückgänge sorgen. Neben dem „Schnelligkeitswahn“ schade den Hotels und Restaurants auch der „Schlankheitswahn“. Es wird nicht mehr gespeist wie in früheren Jahren, damit die „Linie“ nicht verloren geht. Mit dem Verbot alkoholischer Getränke sei eine weitere Geschäftsschädigung verbunden. Meyer ist der Ansicht, dass im schrankenlosen Bauen neuer Riesenhotels ein Stillstand eintreten und dafür das kleine vorzüglich geführte Hotel am richtigen Orte wieder zu seinem Rechte gelangen wird. K. K.

Rechtsfälle aus der Praxis

Vorzeitige Abreise von Hotelgästen.

Ein Gast im Pensionsverhältnis, der auf unbestimmte Zeit in ein abgestiegenes Est, kann ohne vorherige Kündigung und ohne Entschädigungspflicht jederzeit abreisen, sofern er den im Pensionsverhältnis die Regel bildenden Minimalaufenthalt von 5 Tagen eingehalten hat. Bei event. Zimmeranschlägen, wonach die Abreise einige Zeit vorher im Bureau des Hotels anzuzeigen ist, hat sich der Gast nach dieser Vorschrift zu richten.

Wenn die vorzeitige Abreise mit dem Hinweis auf ungünstige Witterung, schlechte Sportverhältnisse u. dergl. erfolgt, spielt bezüglich der Hotelrechnung die Art der Bestellung durch den Gast eine wichtige Rolle. Lautet die Bestellung auf unbestimmte Zeit oder, unter Vorbehalt günstiger Witterung, auf einen festen Termin, so hat der Gast nur für die Zeit seines Aufenthaltes zu bezahlen. Ist dagegen die Bestellung für einen längeren Zeitraum fest normiert und an keine Vorbehalte betr. Wetter- und Sportverhältnisse geknüpft, so ist der Hotelier berechtigt, bei vorzeitiger Abreise vom Gast eine Entschädigung zu verlangen, die sich nach den Bestimmungen des Regulativs des S. H. V. betreffend Entschädigungspflicht bei Nichtbezug bestellter Zimmer berechnet. Dabei liegt es im Interesse der gesamten Hotellerie, dass bei derlei Schadensfällen die speziellen Umstände loyal gewürdigt werden und gemäss dem Wortlaut des Regulativs aus der Entschädigung kein Geschäft gemacht wird.

Engagement kontraktbrüchiger Angestellter.

Im Monat Februar wurde eine Servertochter zum Stellenantritt auf 1. Juli engagiert. 14 Tage vor dem Termin schrieb die Tochter unter nichtiger Begründung ab, nachdem sie im Mai mit einem andern Hotel am gleichen Platze ein Engagement zum Eintritt ebenfalls auf den 1. Juli abgeschlossen hatte. — Frage: war der zweitgenannte Hotelier (rechtzeitig auf den Sachverhalt aufmerksam gemacht) verpflichtet, den Engagementsvertrag einzuhalten, resp. die Servertochter einzustellen?

Auf Wunsch senden wir Ihnen gratis unser illustriertes Rezeptbuch enthaltend verschiedene englische Küchenrezepte.
GRIECHISCHES KORINTHEN-SYNDIKAT IN GENÈVE