

**Zeitschrift:** Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels  
**Band:** 40 (1931)  
**Heft:** 50

**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:** 13.10.2024

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



# Vom Salon Gastronomique in Paris und von der Kochkunst

Von Jean Haecy, Luzern-Basel

Herr Jean Haecy hat als Vertreter der schweizer. Hotellerie sowie der „Hotel-Révue“ am Schweizertag des Salon Gastronomique teilgenommen, er berichtet in der nachstehenden Arbeit über seine Eindrücke und über die Bedeutung der Küche für das Gastgewerbe überhaupt. — An andern prominenten Teilnehmern am Schweizertag seien genannt: Herr Minister Dunant, Schweizer Gesandter in Paris, Herr Cathala, Unterstaatssekretär des französischen Ministerpräsidenten, und Herr Dr. Blaser, Direktor der S. B. B.-Agentur in Paris. Redaktion.

## I.

In diesen Wochen, d. h. vom 2. November bis 14. Dezember, findet, wie wohl den meisten Lesern bekannt, im Grand Palais des Champs Elysées in Paris die Vorführung von 43 menus régionalistes statt, unter der Oberleitung des sehr bekannten Küchenchefs Edouard Rouzier, die sicher für alle, die für die „Art gastronomique“ Interesse und Verständnis haben, lehrreich und interessant ist.

Für die Schweizer Kochkunst wurde der 26. November bestimmt. Zur Durchführung des Menus stellte sich in uneigentlicher Art und Weise Herr Charles H. Michel, Besitzer des Restaurants Zunfthaus Zimmerleuten, Zürich zur Verfügung. Das Menu, das Herr Michel als Schweizer Menu am 26. November in dem grossen und schwierigen Concours geboten hat, war in allen Teilen erstklassig gut ausgewählt und hat der Schweizer Küche sicher nur Ehre eingelegt. Die Beteiligung war eine sehr grosse, ca. 300 Personen. Soweit es die sehr primitive Kücheneinrichtung erlaubte, war jede einzelne Platte mit viel persönlicher Liebe und Hingabe von Herrn Michel gekocht, und wäre ihm nicht eine vollständig fremde französische Küchenbrigade zur Verfügung gestanden, so hätte sicher jeder Gourmet et Gourmand sagen können: „Nous avons fait un déjeuner royal.“ Die dazu servierten Schweizer Weine haben vielleicht durch die Reise etwas gelitten; wir wissen ja, dass unsere Landweine im Ausland meist nicht so gut schmecken wie zu Hause. Die anwesenden Waadtländer haben allerdings sehr bedauert, dass keiner von ihren vielen guten Weinen serviert wurde. Nachstehend das

## MENU

VINS	MENU
Neuchâtel blanc Château Avancier Maison Monmolin & Cie.	Le Viande des Grisons Le Jambon cri des Grisons Le Beurre des Alpes Suisses
Fendant Château Majorie Sion 1929 Monopole Emile Landolt, Zurich	Les „Zugerrüttel“ à la Zougise du Lac de Zoug Pommes vapeur Les Brochettes de Foie de Veau à la Zurichoise Haricots verts SAXON
Dôle Château Majorie 1929 Monopole Emile Landolt, Zurich	Le Poulet Helvétique Nouilles fraîches La Salade Pâtissière „Berner Öpfl Chüechli“
Grand Vin Strub Sportsman Mathis & Cie., Bâle	Les Fromages Suisses: d'Emmental, de Gruyère, Fromage Grüber Bouquet „Glärner Schabziger“
Liqueurs Kirsch Dethling Réserve 1911 Baselbieter Kirsch Marc du Vieux Clocher 1915 Varone, Sion	Les Surprises SUCHARD

## II.

Wie wichtig eine gute Küche für das Renommée eines Hotels ist, wissen ja fast alle unsere Herren Hoteliers und Restaurateurs in der Schweiz. Sie ist wichtig, weil es wohl auch dem Fremden auf der Reise geht, wie wenn er zu Hause ist, wo man ja zu sagen pflegt und was die kluge Hausfrau auch weiss: „Die Liebe geht durch den Magen.“

Sicher hat auch bei uns in unserem Gewerbe das Geschäft mehr Erfolg, in dem mit Liebe und Sorgfalt gekocht wird. Heute in der Zeit des Abbaues, wo jeder Hotelier und Restaurateur mit Angst in die Zukunft blickt und sich fragt: „Wie soll ich bei den sonst schon nicht mehr hohen Hotelpreisen, denen gegenüber die teuersten Lebensmittelpreise Europas stehen, für die Zukunft gut kochen können?“ Und doch, wiederhole ich, ist die gute Küche für das Hotel das Fundament.

Wir wissen, wir müssen abbauen mit den Preisen; die Lebensmittellieferanten aber sagen, sie können nicht, weil auch ihre Lieferanten nicht können oder wollen. Aber die Küche wird billiger geführt werden

müssen. Was bleibt uns übrig, um gut zu kochen, um unsere Gäste zu befriedigen, um das gute Renommée der Schweizer Küche aufrechtzuerhalten? — Die beste Butter, Rahm und ein guter Fond. Zu diesen drei Hauptartikeln in der Küche kann, wenn die nötige Liebe und das Verständnis dabei sind, auch eine etwas billigere und geringere Lebensmittelqualität im allgemeinen, im besonderen was Fleisch, Fisch und Geflügel — unsere Hauptausgaben — anbelangt, verwendet werden.

Derjenige, der die Küche von Grund auf kennt, sie gelernt und mit Liebe verfolgt hat, der weiss, dass ein Stück Boeuf braisé oder ein Schweinsbraten z. B. ebenso fein schmecken können, wie das feinste Poulet de Bresse, Sellé d'Agneau und ein Cabillaud, Hecht oder Felchen ebenso gut wie Filet de Sole, Turbot oder Langouste. Für die Zukunft wird eben der Hotelier, wenn nicht exklusiv à la carte-Restaurateur verlangt wird, alle die kostspieligen, ja meist doch nur dekorativen Luxusgerichte wie Champignons, Truffes, Krebschwänze, Crevettes usw. weglassen müssen. Der Hotelier muss in etwas zurückdenken an sein Eltern- oder Grosselternhaus, wo die Mutter oder Grossmutter mit Liebe für die Familie gekocht hat. Schmeckt nicht auch heute ein von Mutter gekochtes Essen viel besser als das von einer ganzen Küchenbrigade zusammengestellte? Es wäre an der Zeit, dass wir grossen Wert darauf legen, unsere jungen Leute im Kochberuf zu einer guten, schweizerisch-französisch kombinierten bürgerlichen Küche auszubilden. Derjenige, der vor ca. 40 Jahren die Lehrzeit als Koch gemacht hat unter tüchtiger Leitung, der weiss, wie dazumal noch Wert auf schöne Sockel, Aufsätze, Wachsblumen, Attelets usw. gelegt wurde. Zum Glück hat man diese Art Küche schon zum grossen Teil fallen gelassen. Man stellt sich immer mehr auf praktische und gute Küche ein, und gerne will ich hoffen, dass die Erzieher unserer Köche zur Einsicht kommen werden, dass nur mit Liebe und Aufmerksamkeit gut gekocht werden kann, und dass damit, verbunden mit den dazu notwendigen Materialien, eine unserem Stande Ehre machende Küche geschaffen wird.

## III.

### Bedeutung der guten Küche

In Frankreich besteht der Club des Cent. Wer schon oft Gelegenheit hatte, in dieser Gesellschaft der Feinschmecker zu essen, der wird konstatiert haben, dass die dort präparierten Speisen alle ohne Prunk und künstliche Dekoration serviert werden, im Gegenteil: das ganze Können und das ganze feine Aroma kommen aus guter Butter, Sahne, guten Weinen (zum Kochen), dazu aus dem Herzen des Koches und dem Köchen mit Aufmerksamkeit. — Die Köche müssen auch daran denken, dass es beim Grossteil der feinen Küche darauf ankommt, das Material nicht zu lange oder zu wenig lange auf dem Herd oder im Ofen zu belassen. „Mijoter“ ist auch ein Teil der Kochkunst, und eben das „mijoter“ sowie das „à la minute“ wird im Club des Cent besonders gepflegt, wozu dann noch die schon anfangs erwähnten drei Grundlagen, verbunden mit kleinen, feinen Kräutern, meist den Wohlgeschmack der Speisen ergeben. Ich weiss, dass in der Küche vom Club des Cent sehr viel Lauch, Sellerie, Eschalotten, Zwiebeln, Knoblauch, Mayoran, Thymian, Sardellenfilets sowie nur beste Kochweine verwendet werden.

Zu den Weinen: Wieviele unserer Kollegen haben im Keller alte Mosel-, Rhein- oder sonstige Weine, die abgestanden und z. T. verderben sind. Wie oft habe ich schon gehört, dass dann diese Weine in die Küche wandern sollen, um sie dort zum Kochen zu verwenden. Ein Kollege sagte mir eines Tages, „damit sie den Köchen nicht schädlich seien, salze er diese Weine jeweils, bevor er sie in die Küche gebe.“! Wenn man eine gute Küche machen will, so darf man keine abgestandenen Weine verwenden. Die Küche braucht neben guter Qualität auch einen guten Tropfen Wein, im besonderen Weisswein, ein gutes Glas Sherry, einen guten Madère und auch ein gutes Glas Cognac. Es ist falsch zu glauben, man könne mit einem billigen Kochmadère z. B. gute Saucen machen. In der Küche vom Club des Cent werden die gleichen Weine und die

gleichen Süssweine verwendet, die den Gästen als erstklassig serviert werden.

Wenn ich recht orientiert bin, sollen in dieser Sommer- und Herbstsaison vielleicht 20000 Schweizer und Schweizerinnen nach Paris gereist sein. Man nannte mir diese Zahl — ob sie stimmt, weiss ich nicht. Und wenn ein Grossteil der Schweizer und Schweizerinnen wegen der Kunst, den Theatern und Toiletten nach Paris fuhren, so gingen sicher auch alle, um gut zu essen und zu trinken. Wenn man in Paris zwischen 12 und 1 Uhr den Hotelier fragt, warum eigentlich nur 20—25% der Gäste im Hause essen, so wird man immer die Antwort erhalten: Die Leute suchen eben die guten Restaurants auf. Jeder der Reisenden hat eine Liste mit ihm von Freunden empfohlenen Restaurants. — Der Schreiber dieser Zeilen hat in der zweiten Hälfte September in seinem Hotel die Beobachtung gemacht, dass von 80 Schweizer Gästen, die bei ihm wohnten, keine 10% die Mahlzeiten im Hause einnahmen, wo die Küche gut, französisch-schweizerisch kombiniert geführt wird. Wenn Sie in Paris aber die guten besonders kleinen Restaurants besuchen, wo der Besitzer oder die Besitzerin selbst kocht, so sind diese Lokale alle überfüllt. Und warum? Weil dort zu 90 Prozent nicht das langweilige Menu serviert wird, sondern viel eben die Gäste eine mit Liebe gepflegte Küche bekommen.

Da also die Qualität der Küche für ein gut geführtes Hotel die Grundlage ist, so soll es die Pflicht eines jeden Hoteliers sein, für eine gute Küche zu sorgen. Die Küche braucht nicht teuer, muss aber mit Liebe und Aufmerksamkeit zubereitet sein. Da wo der Gast gut isst, da kommt er immer wieder hin und spricht immer davon bei seinen Freunden. Man kann das täglich auf Reisen und in Gesellschaft hören. Es ist also die gute Küche ein grosser Beitrag zu unserer Propaganda.

Wenn ich unseren Köchen anschliessend an diesen Artikel etwas sagen darf, so ist es das: Nehmt am Nachmittag Eure jungen Leute zusammen und gebt ihnen nach der jeweils gehaltenen Praxis etwas Theorie. Kümmert Euch um die jungen Leute, behaltet nur die guten, entlasst die, die sich nicht zum guten Koch eignen, ohne lange mit ihnen Zeit zu verlieren. Etwas theoretischer Anschauungsunterricht den jungen Köchen wie den jungen Kellnern am Nachmittag, nach getaner Arbeit, wäre ihnen sicher viel nützlicher für die Zukunft als die vielen Ausgänge, wo die meisten ja doch nur in irgendein Wirtshaus sitzen, nicht immer bildende Konversation führen, Bier trinken und dazu Zigaretten verpuffen.

Also: wie die Hoteliers in der Propaganda zusammen arbeiten sollen, um Erfolg zu haben, so müssen wir auch unsere Köche dazu bringen, mit ihrer Küchenbrigade innerlich zusammenzuarbeiten, um uns durch gute Küche in der Entwicklung des Fremdenverkehrs mitzuhelfen.

### Zur Frage des Preisabbaues

In ihrer Saisonbeilage vom 4. Dezember bringt die „Neue Zürcher Zeitung“ unter dem Stichwort „Wunschzettel für den Preisabbau“ eine Reihe von Zuschriften aus den verschiedensten Erwerbskreisen, die bei näherer Betrachtung fast ausnahmslos in das Begehren nach weitem Preissenkungen im Gastgewerbe ausklingen. Bei der Lektüre dieser Zuschriften hat uns vor allem überrascht, wie kritisch die „N. Z. Ztg.“ diesen Wunschzettel an die Hoteliers weitergibt, nachdem die Hotellerie durch den Beschluss des S. H. V. vom 23. November auf Reduktion der Minimalpreise um 10% eine Massnahme traf, die jedenfalls nicht zu unterschätzen ist. Da demnach das Gastgewerbe einen wichtigen und wirklichen Schritt auf dem Wege zum allgemeinen Preisabbau getan, ist es zumindest recht eigentümlich und bedauerlich, dass die Verfasser der erwähnten Zuschriften an die „N. Z. Ztg.“ neue Wünsche und Forderungen pro Preissenkung an die Hotellerie richten, sich aber andererseits durch die Bank weg bemühen, die Unmöglichkeit ähnlicher Preisabbau-Massnahmen für ihren eigenen Berufszweig darzulegen. Wir kennen diese Argumentation schon seit langem: jedermann ist für die Herabsetzung der Preise, nur nicht bei sich selbst!! — Eine allgemeine Regel, von der auch die „N. Z. Ztg.“ nach unsern Beobachtungen leider keine Ausnahme macht!

## Aus der Eidgenossenschaft

### Alters- und Hinterbliebenen-Versicherung.

In der Abstimmung vom letzten Sonntag ist die Vorlage über die Alters- und Hinterbliebenen-Versicherung mit 513,000 Nein gegen 338,000 Ja, d. h. mit einem Mehr von 174,000 Stimmen, verworfen worden. Diese wichtige Ablehnung wird in der Tagespresse, die für Annahme des Gesetzes eintrat, mit grosser Überraschung aufgenommen, wobei den Kommentaren der Irrtum unterläuft, den unerwarteten Ausgang zum Grossteil auf die Agitation eines gesetzestgesperichten Aktionskomitees zurückzuführen, während in Wirklichkeit die Disharmonie zwischen der vorgesehenen Belastung der Versicherten (auch der Arbeitgeberkreise) und den event. Leistungen der Versicherungskassen dem Volk die Verwerfung nahelegte. Man brauchte in den letzten Wochen nur ein wenig die Ohren zu spitzen und konnte aus den Urteilen der verschiedensten Volksversammlungen die Konstatierung herausfühlen, dass diese Disharmonie von Tag zu Tag immer kritischer beleuchtet wurde. Die Vorlage ist an dem psychologischen Fehler gefallen, dass man höherrt dieser kritischen Einstellung zu wenig Rechnung trug, d. h. die Urteilsfähigkeit des Volkes zu tief einschätzte.

### Krisenhilfe für Hotelangestellte.

Wie die Presse meldet, hat die Schweizer Angestelltenkammer (oberstes Organ der Vereinigung schweizer. Angestelltenverbände) in ihrer letzten Sitzung die Botschaft des Bundesrates an die Bundesversammlung betr. Krisenhilfe für die Arbeitslosen besprochen, wobei die Auffassung vertreten wurde, dass der vorgesehene Bundesbeschluss nicht auf die Verhältnisse in der Uhrenindustrie beschränkt werden dürfe, sondern dass er grundlegende Vorkehren enthalten soll, angesichts einer möglichen Ausdehnung der Krise über die Industrien hinaus. Es wurde dabei speziell auf das Hotelpersonal und die einheimischen Musiker hingewiesen. Die Kammer beschloss, der Bundesversammlung in einer Eingabe ihre Anregungen und Begründungen zu unterbreiten. Gleichzeitig sollen in den Gemeinden und Kantonen geeignete Massnahmen vorbereitet werden gegen die zunehmende Stellenlosigkeit.

Wir erinnern in diesem Zusammenhang an den Beschluss der ausserordentlichen Delegiertenversammlung des S. H. V. in Zürich, durch welchen der Zentralvorstand ermächtigt wurde, bei den Vorarbeiten und der Durchführung einer eventuellen Krisenhilfe für arbeitslose Hotelangestellte mitzuwirken.

## Förderung des Fremdenverkehrs in Österreich

Wie man uns meldet, wurde auf der zehnten Tagung des österreichischen Fremdenverkehrsrates beschlossen, für nachstehende Massnahmen zur Hebung des Fremdenverkehrs einzutreten:

Für die Zeit vom 1. April bis 31. Oktober sollen Inländern und deren Familien ermässigte Touristen- und Sommerfrischkarten unter Wegfall der im letzten Sommer gemachten Beschränkungen gewährt werden; Ausländern soll eine Ermässigung der Rückfahrt bis zur Grenzstation um 50% gewährt werden. In der Vor- und Nachsaison sollen gleichfalls Rückfahrkarten zum Preis von einhalb Fahrkarten ausgeben werden. Die Gaststätten sollen das Recht erhalten, von Gästen ausländisches Geld einzuwechseln und dieses an die Abfertigungsstellen für Valuten (falls diese Vorschriften bis dahin noch bestehen sollten) weiterzuleiten; ferner soll den Gaststätten gestattet werden, einen Teil dieser Valuten für Werbung und notwendige Bestellungen im Ausland zurückzubehalten. Schliesslich soll dafür Sorge getragen werden, dass Ausländer aus Staaten mit eigenen Devisenvorschriften auf ausländische Bankkonten des Verkehrsamtes oder der Gasthofinhaber Beträge einzahlen können, die ihnen im Inland gutgebracht werden und sie in stand setzen, länger in Österreich zu bleiben, als es die zur Mitnahme freigegebenen Beträge erlauben.

### Fusion von Reisefirmen

Wie die Tagespresse berichtet, ist seitens der Firma Tomas Cook and Son in London und der Compagnie Internationale des Wagons-Lits et des Grands Express Européens in Paris eine Aktiengesellschaft (mit Sitz in Brüssel) unter der Bezeichnung Wagons-Lits-Cook, Organisation Mondiale de Voyages S. A. gegründet worden. Beide Unternehmen bringen in die neue Gesellschaft ihre sämtlichen Reisebüros, Wechselstuben, Transportbetriebe und sonstigen Vertretungen in Deutschland, Holland, Belgien, Schweiz, Algerien, Monaco, Oesterreich, Dänemark, Portugal, Syrien, Italien, Frankreich, Norwegen, Schweden, Griechenland, sowie im Kongo mit sämtlichen bestehenden Rechten und Pflichten ein. Das Aktienkapital der neuen Gesellschaft beträgt 5 Mill. belg. Fr., es besteht aus 5000 Stück Aktien nom. 1000 Fr. Die neue Gesellschaft befindet sich in den Geschäftsräumen des Wagons-Lits in Brüssel.

## Reklame in Holland

(Korr.)

Von einem Werbefachmann werden uns über seine Beobachtungen anlässlich einer kürzlichen Reise in Holland die folgenden Ausführungen zur Verfügung gestellt.

### Wie stehts für diesen Winter?

Auch in Holland klagt man und fürchtet die Arbeitslosigkeit. Doch geht es dem Einzelnen noch nicht schlecht. Die reichen Leute haben an den internationalen Börsen grosse Verluste erlitten, so dass man beinahe sagen könnte, dass die reichen Leute im Moment arm sind, während die weniger reichen, die sich nicht am grossen Weltmarkt beteiligen, weniger verloren haben, also die ärmern Leute im Moment eher reich erscheinen. Dieser Umstand, d. h. die Umschichtung gewisser Klassen, wird wohl im nächsten Sommer eine gewisse Rolle spielen. Die für den Winter in Betracht kommenden Kreise bleiben unverändert. Trotz der Verluste können sich diese Leute dank dem hohen Stand des Geldens eine Schweizreise wohl leisten. Es besteht aber eine sehr starke Hemmung aus sozialen Rücksichten, sich in der „schlechten“ Zeit eine Auslandsreise zu leisten. Mancher Geschäftsdirktor will dies mit Rücksicht auf seine Angestellten nicht tun.

Als weitere Erschwerung kommt für alle in leitender Position stehenden die wirtschaftliche Unsicherheit hinzu, die eine längere Entfernung vom Geschäft nicht erlaubt. So wird wohl mancher, der es sich wohl leisten könnte, zu Hause bleiben oder seine Familie allein reisen lassen. Man fürchtet in Fachkreisen, dass das Ergebnis für den schweizer Winter auch aus Holland gering sein wird.

### Aufgaben der Werbung.

Die Aufgabe der Reklame ist für diesen Winter besonders schwierig. Sie muss zum Ziel haben, den Wintersportreisenden nach der Schweiz den Luxuscharakter zu nehmen. Durch Hervorkehrung der gesundheitlichen Vorteile, der Notwendigkeit, sich gerade für den harten Lebenskampf der nächsten Zeit stark zu erhalten, muss man versuchen, an Stelle des Luxusbegriffes die Notwendigkeit der Erhaltung der Gesundheit zu setzen. Man muss sich darüber klar sein, dass heute fast überall sichtbare Luxusausgaben gescheut werden. Das Problem, die Reise nach der Schweiz im Denken der Völker zu einer Notwendigkeit zur Abwehr von Krankheiten, zur Erhaltung und Stärkung der Arbeitskraft zu machen, ist für den schweizer Wintersport eine ernste Frage. Man wird die Werbung nach dieser Richtung revidieren müssen. Die Gewinnung medizinischer Autoritäten in allen Ländern als Grundlage dieser Werbung, die Herausgabe einer Broschüre „Der Wintersport eine gesundheitliche Notwendigkeit“, ausschliesslich aus dem Urteilen dieser Mediziner bestehend, evtl. ergänzt durch Volkswirtschaftler, die den Wert einer besseren Gesundheit leicht zahlenmässig beweisen können, könnte vielleicht den Anfang machen. „Hilf deiner Nation durch Erhaltung deiner Gesundheit und Arbeitskraft“ dürfte wohl eine gute Werbegrundlage der nächsten

Zeit bilden, die auch geeignet ist, einseitigen nationalistischen Strömungen in wirksamer Weise entgegenzuarbeiten.

### Die holländische Presse.

In Holland werden Zeitungen noch wirklich gelesen, ja man möchte fast sagen studiert. Die grossen Blätter geniessen bei ihren Lesern hohes Ansehen, die Zahl der Abonnenten ist ziemlich gross, trotzdem der Abonnementspreis sehr hoch ist. Die Einstellung des guten holländischen Familienpublikums zeigen die Sonderbeilagen einer grossen Tageszeitung, die z. B. die oft übliche 50%ige Teilung in Redaktion und Insertion strikte ablehnt und erklärt, sie müsste ihren Lesern sehr viel und sehr vielseitigen Text über ein Thema bringen und den Eindruck, dass die Inserate eine grosse Rolle spielen, absolut vermeiden. Eine derartige Einstellung ist eine wertvolle Unterstützung für die Insertion.

Die holländische Presse steht der Schweiz sehr sympathisch gegenüber. Artikel und Bilder werden, wenn sie etwas Neues bieten, gern gebracht. Eine „nationale“ Einstellung gegen Auslandsreisen besteht zum Glück in Holland nicht. Da die Anzeigen aus der Schweiz in der holländischen Presse angenommen haben, wird sich die Bereitwilligkeit, gutes Material aus der Schweiz aufzunehmen, noch steigern. Es kann jedem Platz nur empfohlen werden, dafür zu sorgen, dass gute Photos und interessante Berichte, natürlich ohne Reklame, wirklich rechtzeitig an die Zeitungen gelangen. Die Zusendung von unseren „Saisonnotizen“ in ihrer plumpen, völlig einseitigen Einstellung sollte aber unbedingt vermieden werden, da sie nur die Redaktionen verärgern und sich auch gegen wirkliches redaktionelles Material misstrauisch machen.

### Radio.

Die modernste Reklame durch das Radio liegt in Holland etwas kompliziert. Dort hat nämlich jede Partei, resp. Religion ihren eigenen Sender: der katholische, der protestantische, der sozialistische und der allgemeine wechseln ab. Die Möglichkeiten sind bei den einzelnen Sendern verschieden. Direkte Reklame ist wohl nicht zugelassen, dagegen ein Vortrag über die Schweiz oder einzelne Teile in allgemein schildernder Form. Ein Vortrag ist ziemlich teuer, wozu noch die Kosten für die Ausarbeitung des Vortrags und den Vortragenden selbst kommen, der unbedingt ein in der Öffentlichkeit bekannter Holländer sein sollte, da von der Zugkraft seines Namens im Programm viel vom Erfolg abhängt. Ein vor kurzem gehaltener Vortrag von Herrn Graziano, dem Vertreter der S. V. Z., wurde sehr beifällig aufgenommen.

### Prospekte, Plakate, Schaufenster.

Die schweizer Prospekte kommen im Augenblick in Holland nicht sehr zur Geltung. Man sollte es nicht für möglich halten, dass selbst in diesen schlechten Zeiten nur ein Teil der Plätze seine Prospekte rechtzeitig und in genügenden Mengen sendet. St. Moritz, Davos, Engelberg, Adelboden und Flims seien, um nur einige zu nennen, lobend erwähnt. Dass einzelne Plätze ihre Prospekte heute noch nicht

an die holländische Vertretung der Verkehrszentrale geschickt haben, ist wohl eine Schande. Leider besteht, wie überall, die doppelte Verteilung. Der Vertreter der Schweizerischen Verkehrszentrale bedient die Reisebüros und die Orte noch einmal direkt. Plakate versenden nur ganz wenige Plätze. Was die anderen mit ihren Vorräten machen, ist nicht verständlich. Die einzelnen Reisebüros stellen regelmässig schweizer Plakate in ihren Schaufenstern aus. Besonders gern nimmt man gute Photos und überhaupt besonderes Material, das sich vom üblichen unterscheidet. Auch die Schweizerische Verkehrszentrale stellt in ziemlich allen Büros regelmässig Material über die Schweiz aus. Verhältnismässig wenig sieht man in den Hotelschweizer Hotelprospekte. Man fragt sich auf Reisen immer, wo eigentlich die ungeheuren Mengen von Drucksachen bleiben, die jedes Jahr hergestellt werden.

### Persönliche Beziehungen — Werbebriefe.

Dass auch hier persönliche Beziehungen sehr wertvoll sind, hört man in jedem Gespräch. Freilich, wie wenige Hoteliers dennoch persönlich bekannt sind, wird man kaum glauben. In einem führenden Reisebüro einer erstklassigen Weltorganisation ist nur ein Hotelier von einem unserer grössten Wintersportplätze bekannt, dieser jedoch in allerbesten Form. Eine solche gute persönliche Beziehung ist eine dauernde wertvolle Reklame nicht nur für das Hotel, sondern für das ganze Land. Dieser Hotelier hält übrigens durch ständige persönliche Korrespondenz die nun schon Jahre zurückliegende Bekanntschaft in ausgezeichnete Weise lebendig und fruchtbar.

Eine immer wiederkehrende briefliche Bearbeitung alter Gäste wurde mir an mehreren Stellen als sehr sympathisch von Gästen selbst erwähnt. In dieser Beziehung, wie überhaupt in jeder persönlichen Werbung kann wohl noch viel getan werden. Wenn auch die Kurdirektoren verschiedener Plätze hier sehr gut bekannt sind, so scheint mir doch die persönliche Arbeit des einzelnen Hoteliers, besonders von grossen Plätzen, noch sehr ausbaufähig und auch in der jetzigen Zeit noch fruchtbringend.

### Vom Reiseverkehr in Italien

Der Chef des Staatskommissariats für den Fremdenverkehr, Abgeordneter Suvich, kündigte letzte Woche in der Kammer neue Regierungsmassnahmen zur Regelung der Hotelpreise und endgültige Vorschriften betr. Trinkgeldablösung in Italien an. Leider habe sich die Krise des Fremdenverkehrs seit dem Sommer in einer Weise verschärft, wie man sie seit dem Kriege nicht mehr erlebt. Der Pfundsturz und der Rückgang anderer Währungen werden den Fremdenverkehr noch vermindern. Die Krise des Weltverkehrs könne nicht durch ein Land allein überwunden werden, sondern nur mit der Besserung der allgemeinen europäischen Lage. Vorläufig werde die Herabsetzung der Preise die beste Anziehungskraft auf den Fremdenverkehr ausüben.

## Unterhaltung der Gäste

Von einer ältern alleinstehenden Dame erhalten wir folgende Zuschrift:

Dass die Schweiz. Hotellerie keine glänzende Saison vor sich hat, wird leider allzu wahr werden. Nun möchte ich Ihnen mitteilen, dass allein-stehende Damen gesetzten Alters (wozu ich selbst gehöre!) gewiss oft den Wunsch haben, die Feste, wie: Weihnachts, Sylvester, Neujahr, auch Ostern, nett und fröhlich zu feiern.

Geht man in ein Hotel, so wird man an einen Einzelsitz gesetzt und wer nur „isst, um zu leben“, der kann sich schon während den Mahlzeiten einige Stunden täglich langweilen. Spaziergänge gehen man allein, abends sitzt man bis 9 Uhr mit einer Handarbeit oder einem Buche im Vestibule oder bleibt auf dem Zimmer; bei Regenwetter wie letzten Sommer, den ganzen Tag.

Einer seriösen, alleinstehenden Dame bietet die Kur keine seelische Abwechslung, was gerade am meisten geschätzt würde. Freche oder auch unseriöse Frauen, die nisten sich bald ein, ebenso hehratsuchende Fräulein. Aber andere? Die haben es schwer und trifft man sehr wenig Einzelne. Wie wäre es, wenn einige Hotels den alleinstehenden Damen durch Inserate in der Presse sich empfehlen würden auf bevorstehende Festzeit? Die Hoteliers müssten die Damen an grosse Tische setzen und im Pensionspreise den Nachmittagsteig unbegriffen berechnen, da doch die meisten älteren Damen nicht mehr sportfähig sind. (Leider tempi passati.) Durch den Tee finden sich die Damen wieder zusammen und das fröhliche Beisammensein ist wieder intakt.

In nächster Zeit ist die Tagespresse überschwemmt von Inseraten von Hotels und Restaurants, aber die Damen von „altem Schrot und Korn“ gehen in die ersten ungen, da man befürchtet, sich über die Festtage noch mehr zu langweilen, als wenn man zu Hause allein ist. In die letzteren geht man überhaupt nicht. — Wird man auch zu Familienfesten geladen, ist aber keine Erbtante, so beruht es nur auf Höflichkeit, nicht aber auf Innigkeit. Es „menschelt“ eben noch überall auf dieser Welt! J. H.

## Betrachtungen zur Lage in der Hotellerie

Von Jules Lippert

Die Schweizer Hotellerie steht vor einer Krise, die, wenn sie vielleicht auch nicht die Ausmasse erreicht, die sie während des Weltkrieges annahm, dennoch bedrohliche Schatten auf das ganze Gewerbe und in der Folge natürlich auch auf das gesamte Wirtschaftsleben unseres Landes wirft. Die Ursachen sind zur Genüge bekannt, es erübrigt sich daher, dieselben hier des weitern zu erörtern, dagegen soll nachstehend eine andere Frage aufgerollt werden.

Schon vor dem Krieg wurden hier und da Stimmen laut in unserem Lande, welche ihrem Bedauern Ausdruck gaben, dass sich in unseren einst so einfachen und stillen Alpentälern ein

**Forellen von Muri**  
(Aargau)  
Schmackhaft  
haltbar  
beste Qualität

**Grösstes Schweizer Forellengeschäft**  
Wirth & Cie. Tel. 66

**Ich komme**  
überall hin, um Abschlüsse, Nachtragungen, Neueinrichtungen, Inventuren zu besorgen u. Bücher zu ordnen

**Emma Eberhard**  
Bahnhofstrasse 100, Zürich  
Telephon Klotten Nr. 37  
Revisionen - Expertisen

**Junge Tochter**  
aus guter Familie m. abg. schlossener Handelschulbildung, deutsch, französisch, englisch sprechend, sucht Volontärstelle als  
**SEKRETÄRIN**  
in Hotel im Tessin. Prima Referenzen.  
Offerten unter Chiffre O. F. 5033 B. an Orell Füssli-Annoucen Bern.

**Au pair**  
**Intendantin**  
(gouvernante) d'une grande maison, 3 langues, cherche occupation pour 3 u. 4 mois.  
Offres à Mme Deglise, av. de France 14, Lausanne.

**Zündhölzer**  
Kunstfeuerwerk und Kerzen jeder Art, Schmelzkerzen, „Ideal“, Bodenweiche, Boden-, Stahlspäne, Essig-Essenz 80%, etc. liefert in bester Qualität billigst  
**G. H. Fischer**  
Schweizer Zündholz- und Feinwaren-Fabrik Fehraltorf (Zürich)  
Gegr. 1860. Go'd. Medaille Zürich 1894. — Verlangen Sie Preisliste und Prospekte.

**FRACKS**  
für Kellner  
**GEHROCKE**  
für Concierges  
**JAQUETTES**  
für Sekretäre  
**LIVRÉES**  
für Lihiers  
erhalten Sie günstig bei  
**S. METH, ZÜRICH**  
Löwenstrasse 16, II. Et.  
Telephon 56.201  
Unverbindlicher Besuch mit Stoffmuster

**Schweizer English**  
3monat. Kurs in englischer Sprache. Def. früh. Stud. z. D. Pension u. Kurs p. Monat 410.-  
Mrs. Brewster, 66, Mortimer Street, Herne Bay (Kent).

**Gesucht**  
in grösseres Restaurant auf 1. Januar 1932:  
**1 Schenkbursche**  
**1 Casseroller**  
**2 Küchenmädchen**  
**1 Putzmädchen**  
**1 Lingère**  
muss gelernte Weissnäherin sein  
**1 Büffelochter**  
nicht unter 18 Jahren.  
Offerten mit Zeugnisabschriften und Lohnangaben unter Chiffre O. F. 6718 A. an Orell Füssli Annoucen Basel 1.

**Welcher Hotelier**  
würde gebildeter, flechtüchtiger und sprachkundiger  
**Hotellerstochter**  
welche kein Heim hat, zu einer Stelle verhelfen.  
Prima Zeugnisse.  
Geft. Offert. unt. Chiffre J. H. 2092 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

Sie lernen eine  
**Fremdsprache**  
in 2monatigem Kurs  
Schweizer Badener 3 Stunden täglich. Gewissen, Ausbildung, Referenzen.  
■ Bei Nichterfolg Geld zurück.  
Sprachschule Tamé, Baden 130.

**BUCHANAN'S BLACK & WHITE WHISKY**  
AGENCE GÉNÉRALE POUR LA SUISSE  
**FRED. NAVAZZA — GENÈVE**

**Schöne Hotelzimmer**  
sind für Sie eine gute Empfehlung und zugleich für Ihre Gäste eine Einladung zum Wiederkommen!  
**Moderne Tapeten und aparte Vorhangstoffe**  
finden Sie bei mir in unvergleichlicher reicher Auswahl. Verlangen Sie bitte kostenlose Offerte und Kollektionen.  
**THEOPHIL SPORRI**  
Wandstoffe \* Tapeten \* Vorhänge, Füsslistrasse 6, Zürich

**Christofle**  
**Réargenté et répare**  
Couverts et Orfèverie d'hôtels aux prix les plus justes  
**Dépose**  
réellement le poids d'argent annoncé  
**Garantit**  
la parfaite adhérence de l'argent déposé  
**USINE A PESEUX (NEUCHÂTEL)**  
**FILIALE DE CHRISTOFLE A PARIS**

**Hotel sucht**  
wegen Abbau, für seine erfahrene  
**Gouvernante**  
Stelle für sofort  
Geft. Off. unter Chiffre C. E. 2060 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

**Wir besorgen**  
im Dezember und Januar zu stark reduzierten Tarif  
**ZEUGNISABSCHRIFTEN**  
Benützen Sie diese Gelegenheit u. lassen Sie Ihre Kopien für Stellengesuche im Frühjahr jetzt schon anfertigen.  
**HOTEL-BUREAU - BASEL**  
Gartenstrasse 46

**Hotelbesitzer in der Zentralschweiz sucht**  
zur Leitung seines erstklassigen, altrenommierten Hauses fähigen, jüngeren  
**Schweizer Hotel-Direktor**  
mit Auslands-Praxis, guter Restaurateur, mit tüchtiger Frau als Gouvernante. Event. als Pächter. — Möglichkeit, mit der Zeit das Geschäft zu erwerben. — Offert. unt. Chiffre A. S. 2051 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

**Kauft bei den Inserenten der Schweizer Hotel-Revue**

Luxus eingebürgert habe, welcher diesen doch in erster Linie zur Erholung dienenden Stätten nachherge den Charakter von Grossstädten verliehen und dem wirklich Ruhebedürftigen die Möglichkeit dazu genommen hätte. Es fehlten selbst da und dort die üblichen Kasstrandriffe nicht, welche solchen Tun einmal ein Ende mit Schrecken prophezeiten und jetzt, wo eine Stokung des Fremdenbesuches einzusetzen droht, glaubt man den Zeitpunkt für gekommen, auf die „schädlichen“ Ausmassen hinzuweisen zu müssen, welche die Entwicklung unserer mondänen Kurorte angenommen hat.

Ist dem wirklich so? Hat diese Entwicklung unserem Lande geschadet? Hat sie nicht in Wahrheit der Schweiz zu einem wirtschaftlichen Aufschwung verholfen, um den uns unsere Nachbarländer mit Recht beneiden? Mit dem gleichen Recht könnte man heute der St. Galler Stickerei-Industrie, könnte man der westschweizerischen Uhren-Industrie den Vorwurf einer allzu grossen Expansion machen. Aber ebensoviel wie diese letzteren konnte die Hotellerie voraussehen, dass einmal in unserm scheinbar so festgefügt Europa Ereignisse eintreten würden, welche die stellenweise Lahmlegung der Betriebe mit sich führten.

Und gegen wen soll der Vorwurf erhoben werden? Die Hoteliers, die Kur- und Verkehrsvereine haben nur die Zeichen der Zeit in kluger Weise erkannt und wenn es ihnen gelungen ist, ein grosses, kaufkräftiges Publikum heranzuziehen, so folgten sie nur dem kategorischen Gebot der Stunde. Den Menschen, der ausschliesslich an der Natur Genüge hat, den ein einziger Tag, an dem es ihm vergönnt ist, unsere schneebedeckten Alpen-Riesen im Sonnengold leuchten zu sehen, für acht Regentage entschädigt, den Menschen, der, wie Beethoven, selbst bei Wind und Wetter, bei Sturm und Regenschauer draussen im Freien den Symphonien der Sphären lauscht, den muss man — wie Diogenes — mit der Laterne suchen.

Nun ist allerdings das gute Führen eines Hotels eine Kunst, und nicht die leichteste, aber dem Hotelier zuzumuten, das reisende Publikum umzumodeln und nach den Grundsätzen unseres grossen „Jean Jacques“ „zurück zur Natur“ zu rufen, wäre etwas viel verlangt, sientmalen die Hoteliers von Haus aus nicht zu den Nabobs zu gehören pflegen und die Hotellerie nicht zu den Gewerben gehört, bei denen alles, was man anführt, unter den Händen zu Gold wird, wie bei dem sagenhaften König Midas.

Wenn er, der Hotelier, schon Hotels baut, um dem reisenden Publikum, das auf den Höhen unserer Berge Erholung sucht, eine bequeme Unterkunftsstätte zu bieten, so muss er auch den Wünschen und den Launen dieses Publikums Rechnung tragen. Und wenn eine gewisse Gesellschaftsschicht ihre städtischen Gewohnheiten bis auf 2000 Meter Höhe mitnimmt, wenn sie selbst im Hochgebirge das nicht vermissen will, was ihr Ostende, Trouville, Monte Carlo oder Cairo bietet, dann bleibt dem Hotelier nichts anderes übrig, als sich demgemäss einzustellen.

Und wenn auf diese Weise gewisse Höhenkurorte der Schweiz nach und nach mit ihren

Kasinos, Kabarets, Dancings, mit ihren vornehmen Verkaufsmagazinen und allem, was drum und dranhängt, zu kleinen Luxusstädten geworden sind, so sind sie damit nur einer Entwicklung gefolgt, die, man mag sie beurteilen wie man will, lediglich durch die gesellschaftliche Mode bedingt ist, der man sich, so wie die Menschen heute nun einmal sind, nicht ungefragt entziehen kann.

Tempora mutantur — die Zeiten ändern sich. Mit diesem Spruch haben sich schon die alten Römer getröstet. Er kann auch heute zur Beruhigung dienen. Mag man auch heute mit gemischten Gefühlen der diesjährigen Wintersaison entgegenblicken, die Zeit wird wieder kommen — wo unsre grossen Bergpaläste wieder ihre volle Existenzberechtigung haben werden.

## Das schweizerische Forschungsklima- und Tuberkulose in Davos

(O. T.) Seit dreiviertel Jahrhunderten ist die Heilwirkung bekannt, die das Klima des Hochlandes gegenüber mannigfachen Krankheiten auszuüben vermag. Zur wissenschaftlichen Ermittlung der Wirkungen des Höhenklimas erfolgte im Jahre 1922 die Gründung des Schweizerischen Forschungsinstitutes für Hochgebirgsklima und Tuberkulose in Davos, das sich zur Aufgabe stellte, die physiologischen Wirkungen des Höhenklimas auf den gesunden und kranken Menschen zu erforschen und sodann seine Beeinflussung derjenigen Krankheit, die am eingehendsten in Davos behandelt wird, zu ermitteln.

Das Forschungsinstitut sollte darnach zwei voneinander unabhängige und je einem selbständigen Leiter unterstehende Abteilungen erhalten. Während die Tuberkulose-Abteilung aus Mangel an Mitteln offiziell noch nicht eröffnet werden konnte, wurde das unter der bewährten Leitung des Herrn Prof. Dr. A. Loewy stehende „Institut für Hochgebirgsphysiologie“, dem später das von Herrn Prof. Dr. C. Dornogegründete „Physikalisch-Meteorologische Observatorium“ angegliedert wurde, sofort in Betrieb gesetzt.

Um nicht bei den Untersuchungen über die Wirkungen des Höhenklimas allein auf die Höhe von Davos angewiesen zu sein, ist auf Muottas Muraiig im Engadin (2450 m ü. M.) ein Nebenlaboratorium errichtet worden. Ferner ist auf 3100 m Meereshöhe im Hotel Kulm auf Gorngrat eine dritte Arbeitsstätte geschaffen, indem dort, dank dem Entgegenkommen der Gemeinde Zermatt, ein Arbeitsraum mit den notwendigen Behältern an Wasser und Elektrizitätsversorgung bereitgestellt wurde. Den Forschern wird das Erreichen dieser Punkte in dankenswerter Weise durch

Gewährung von Freifahrt seitens der Rhätischen Bahn, der Muottas-Muraiig-Bahn, der Furka-Oberalp-Bahn, der Visp-Zermatt- und der Gorngratbahn erleichtert. Die Rhätische Bahn hat ausserdem ihr grosses Verständnis für die wissenschaftliche und wirtschaftliche Bedeutung des Forschungsinstitutes durch die neuerdings beschlossene Ausrüstung einer jährlichen Subvention von 10,000 Fr. dokumentiert.

Die wirtschaftliche Krise hat auch bei diesem Unternehmen eine Abnahme der zur Verfügung stehenden Betriebsmittel bewirkt, wodurch man im letzten Betriebsjahr zu Sparmassnahmen gezwungen war, ohne jedoch eine Einschränkung der wissenschaftlichen Aufgaben vorsehen zu müssen. Es waren während desselben 34 Forscher aus 11 verschiedenen Ländern tätig; 18 Veröffentlichungen erschienen als Resultat ihrer Untersuchungen. Diese Arbeiten befassen sich teils mit dem Höhenklima und seinen Wirkungen im allgemeinen, teils mit den Wirkungen der Luftverdünnung und der Sonnenstrahlung, teils mit Untersuchungen über die Wirkungen des Sports auf den menschlichen Organismus, alles Probleme, die für unsere Höhenkurorte von allgemeinem Interesse sind. In den 8 Jahren seines Vollbetriebes haben im Forschungsinstitut über 200 Forscher, die aus der Schweiz, Deutschland, Österreich, Tschechoslowakei, Italien, Ungarn, Rumänien, Japan stammten, gearbeitet. Die bisher fast ausschliesslich in schweizerischen und deutschen Zeitschriften erschienenen Arbeiten beziffern sich auf über 140 und sind auch vom Standpunkt der wissenschaftlichen Propaganda für unsere Höhenkurorte sehr wertvoll.

## Aus der „Union Helvetia“ Porto-Beilagen.

In Nr. 48 der „U. H.“ wird der Administration der „Hotel-Revue“ ein Vorwurf gemacht, weil sie von den Offertenstellern auf Stellenausschreibungen das Porto für Weiterleitung erhebt. Wir möchten der „U. H.“ darauf erwidern, dass der Stellenanzeiger keine Rendite abwirft und von einem „erkeklichen Geschäft“ nicht die Rede sein kann. Der Verzicht auf das Porto für Weiterleitung der Offerten würde eine Erhöhung des Insertionstarifs auch für Stellensuchende zur Folge haben, und damit wäre den Stellensuchenden nicht gedient. Ferner würden bei Wegfall des Portos für Weiterleitung noch mehr als bisher ungeeignete oder unvollständige Offerten einlaufen, was wir schon im Interesse der Arbeitgeber und Arbeitnehmer verhindern möchten. Ein Überschuss an Briefmarken aus Sammelendungen wird für die zahlreichen Offerten verwendet, denen Porto für Weiterspedition nicht beigelegt wird. Dann handelt es sich bei den Offertenstellern auch zum grössten Teil um Bewerber, die in Stellung sind und sich zu verändern suchen. Selbstverständlich verzichten wir auf Porto für Weiterleitung der Offerten von Arbeitslosen, die sich in einer Notlage befinden.

Die Ausschreibungen unter „Hotel-Bureau“ erfolgen auf Kosten unseres Plazierungsdienstes. Den Stellensuchenden wird damit Gelegenheit geboten, sich um die offenen Stellen zu bewerben, ohne dass eine Einschreibgebühr zu entrichten ist. Die Berechnung des Portos für Weiterleitung der Offerten ist hier jedenfalls gerechtfertigt. Die hohen Portoauslagen für Spedition der Offerten könnte der Stellendienst gar nicht bestreiten, ohne die Mitgliederbeiträge für den Plazierungsdienst zu erhöhen und den Mitgliedern des S. H. V. bei der herrschenden Krise weitere Opfer für die Unterhaltung der Stellenvermittlung zuzumuten. Oder aber es müsste bei Wegfall der Porto-Beilagen eine Erhöhung der Einschreibgebühr der Stellensuchenden ins Auge gefasst werden.

## Geschäftliche Mitteilungen

Ohne Verantwortlichkeit der Redaktion

„Was schenke ich?“ Mindestens einmal im Jahr, zu Weihnachten, dem Fest der Freude und der Liebe, wird sich diese Frage jeder stellen.

Der Weihnachtsmarkt ist gross. Er bringt vieles und daher jedem etwas. Das unfreudliche Wort, mit welchem die heutige Zeit charakterisiert ist, wollen wir zwar unterdrücken, weil seine ständige Wiederholung ja zu nichts führt, aber in diesem Jahr ganz besonders wird die praktische Seite bei der Auswahl der Objekte mehr denn je zu ihrem Recht kommen müssen. Der Luxus wird für eine bessere Konjunktur zurückzustellen sein, wenigstens für die überwiegende Mehrheit unter uns.

Allerdings, in jedem Falle verdient nur das Gute auf die Dauer Beachtung. So denkt die bekannte Kaffee Hag. Sie bietet zu Weihnachten wiederum ihren unschädlichen Kaffee Hag an, in einer Packung nach Altsilber-Art, die aber nichts kostet.

Welche Freude für jede Hausfrau, wenn ihr eine oder mehrere dieser künstlerischen Dosen, mit dem herrlichen Kaffee Hag gefüllt, auf den Weihnachtstisch gelegt werden! Kaffee Hag ist ja der Festkaffee par excellence. Dazu leisten die Dosen jahrelang in Küche und Haushalt als Behältnisse für alle möglichen Küchenartikel gute Dienste. Da sie eine Zugabe zu einem halben Kilo Kaffee Hag sind, so ergibt sich ein Weihnachtserabatt von 10%, den die Kaffee Hag ihrer Kundschaft ausrichtet.

(Textfortsetzung zweitletzte Seite)

Comestibles - Weine

# RENAUD BASEL

Alles für Küche und Keller



**Das Gesundheitswasser!**  
In allen guten Hotels erhältlich

**LUZERN**  
Hotel Wagner  
Vornehmes Familienhotel. Nähe Bahnhof, Jahresbetrieb.  
C. Wagner, Prop.

Jüngere, tüchtige  
**Hotel- und Restaurationsköchin**  
für sofort evtl. Anfang Januar in Jahresstelle in die Ostschweiz gesucht.  
Offerten mit Zeugniskopien u. Bild unt. Chiffre L. G. 2064 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

Legen Sie Ihrer Offerte eine **Photo-Briefmarke** bei. Vom Dingsberger sehr erwünscht. Anfertigung nach jeder eingesandten Photographie.  
**Hergerts PHOTOZENTRALE** in Aarau  
20 Stöck Nr. Fr. 3. — 50 Stöck Nr. Fr. 5.50.

**Englische Sprachschule**  
Das beste Institut in London für Hotelangestellte, beid. Geschl. zur Erlernung der engl. Sprache. Preise £ 33 für 10wöchigen Kurs mit voller Pension, Einzelzimmer mit fliess. Kalt- und Warmwasser und Zentralheizung. Unterr. nur durch erstkl. engl. Sprachl.  
Mansfield School of English, e, Nicoll Road, London N. W. 10

**Gesucht**  
tüchtiger  
**Hotelfachmann**  
zur Uebernahme vornehmer Familienpension bei St. Moritz, 25-30 Betten, fliessendes Wasser, äusserst günstig. — Offerten unter Chiffre Ec 13059 Z an Publicitas Zürich.

A reprendre de suite  
**Auberge Hostellerie**  
merveilleusement placée, grande route Paris-Vichy-Nice, rien analogue alentours, ferme transformée meublée ancien, propriétaire cédant (cause accident) bail installation matériel, cave, fonds, le tout fr. suisses 30.000. Offres à M. S. Grosselin, Les Templiers, Nogent s. Vernisson (Loiret).

**Je cherche à louer**  
**Hôtel-Pension**  
(tout confort, eau courante) Restaurant ou Tea-Room dans ville ou centre d'étrangers. Bon rendement doit être prouvé. Adresser offres détaillées avec vue, photogr. et conditions sous chiffre F. N. 2066 à la Revue Suisse des Hôtels à Bâle 2.

**HOTEL oder PENSION**  
en 40-60 Betten von kapitalkräftigem Hotelfachmann zu kaufen eventl. zu pachten gesucht. Zweijahresfrist, bzw. Kurort bevorzugt.  
Ausführl. Offerte unter Chiffre L. G. 2069 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

Jahrelang eingespieltes schweizer.  
**DUO**  
(Klavier und Violine) (Schwestern)  
sucht Engagement in Tea-Room, besseres Restaurant od. Wintersaison. Beste Referenzen u. Zeugniskopien zur Verfügung. Gef. Offert. an Frt. Jenny, bei H. Hügli, Zurlindenstr. 108. Zürich 3.

Jeune  
**Maitre de plaisir**  
distingué, 5 langues  
**cherche situation**  
pour de suite. Offres sous Chiffre P. A. 2068 à la Revue Suisse des Hôtels à Bâle 2.

**ENGLISCH IST GELD**  
Professor, Engl., dipl. in Französisch, Deutsch und Spanisch, würde 2-3 junge Leute ins Haus nehmen. Perf. Erlernung des Englischen und familiäre Behandlung zugesichert. Engl. Konvers. Volle Pension 2 1/2 gns. **James Davis**, Windsor House, Canterbury Road, Herne Bay, Kent, England.

**Gesucht**  
von grossem Hotel ins Engadin, für Wintersaison, verschiedene, tüchtige  
**Chefs de rang und Commis de rang**  
Offerten mit Zeugniskopien und Photo an Postfach 128 St. Moritz.

**Gouvernante** von Gross- hotel. Rom **gesucht**  
4 Hauptsprachen. Allerbeste Referenz. erwünscht. Eintritt sogleich. 193, Veneto, Rom.

Erfahrener, langjähriger  
**Hotel-Direktor**  
sucht bei bescheidenen Ansprüchen sofort Befügung. Bittet auch als Adm.-Direktor oder Chef de réception. Offerten gef. unter Chiffre T. W. 2052 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

**TÄNZERPAAR**  
von internationalem Format, mit elegantem, kultiviertem Auftreten sucht Engagement in erstklassigen Etablissements. Beste Referenzen.  
Angebot an d'Abing, Prinz Jürgensgade 7, Kopenhagen N. Dänemark.

**Hotel-Sekretär-Kurse**  
Gründl. u. praktische Ausbildung in allen kommerziellen Fächern (Bureau- u. Verwaltungsdienst) einschliessl. allen Bilanz- u. höheren Disziplinen der modernen Hotel- u. Restaurantbetriebe. Spezialkurse für die deutsche Sprache und alle Fremdsprachen. Kurse von kürzerer u. längerer Dauer. Höhere Kurse: Diplom. Neuaufnahmen: Monat. Man verl. Prospekt H. Gedemanns Fachschule Zürich

Logisch denkende  
**HOTEL-LIEFERANTEN**  
bedienen sich zu allen Zeiten zweckmässiger Empfehlungen - Anzeigen in der  
**HOTEL-REVUE**

Wer weiss  
wo sich Fräulein  
**Lina Schärner**  
Hotellangestellte, aus Neuhausen, gegenwärtig aufhält? Fräulein Schärner war s. Zt. in Champey in Stellung und hielt sich nachher in Luzern und Gerolshaus auf. Gef. Zuschrift, unt. Chiffre B. C. 2049 an d. Administr. d. Schweizer Hotel-Revue, Basel 2, erbeten.

**HOTEL MIT 60 BETTEN**  
in aufblühendem Sommer- und Winterkurort in Graubünden zu verkaufen eventl. zu verpachten. (Rendite nachweisbar). In Frage kommen nur Käufer, die Fr. 80,000.- Anzahlung leisten können.  
Gef. Offerten unter Chiffre H. O. 2065 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

# Bonbücher

in vorzüglicher Qualität liefert zu billigsten Preisen das  
**Zentral-Bureau des Schweizer Hotelier-Vereins, Basel**  
Verlangen Sie Mustersendung!

### Médailles de mérite

C'est le dernier moment !

On voudra bien nous passer pour le 12 décembre au plus tard les commandes de médailles de mérite qui doivent être exécutées pour Noël. A cause du délai absolument nécessaire à l'établissement fournisseur, les commandes qui nous parviendront après cette date ne pourront plus être prises en considération comme livrables au 25 décembre.

Bureau central de la S. S. H.

### Avis aux Sociétaires

#### Introduction des voyages à forfait

Nous attirons l'attention sur l'article publié dans la partie allemande de ce numéro au sujet de l'organisation des voyages à forfait à destination de la Suisse, avec réduction des tarifs des chemins de fer et des hôtels. La traduction française paraîtra dans le prochain numéro.

### Chemins de fer et tourisme

#### Une sage mesure

Dans la séance du 1er décembre du Conseil fédéral, M. Pilet-Golaz, chef du Département des postes et chemins de fer, a informé ses collègues de la requête, présentée par les milieux suisses de l'hôtellerie et du tourisme, demandant une réduction des taxes ferroviaires pendant la prochaine saison d'hiver, en faveur des voyageurs venant de l'étranger pour la pratique des sports hivernaux dans notre pays. Cette mesure serait le corollaire de la baisse des prix d'hôtel décidée par la Société suisse des hôteliers, dans l'idée que les entreprises de transport suivraient son exemple. Les Chemins de fer rhétiques s'étaient déjà déclarés d'accord de consentir une réduction de 10% et l'on s'attendait à voir d'autres compagnies privées faire de même. Mais la mesure, pour être efficace, devait être prise aussi par les Chemins de fer fédéraux.

Après une longue discussion et non sans émettre des objections, le Conseil fédéral se déclara finalement d'accord en principe, dans l'intérêt du tourisme, d'autoriser les C. F. F. à prendre la mesure envisagée. Toutefois, il devrait s'agir strictement d'une mesure d'exception et de caractère temporaire.

Deux jours plus tard, les journaux publiaient l'information suivante:

«La crise économique actuelle et les mesures prises par certains Etats risquent de nuire fortement l'hiver prochain au mouvement des touristes venant de l'étranger et d'être préjudiciables par conséquent à la balance commerciale suisse.

«Afin de contribuer à surmonter ces difficultés exceptionnelles, dues aux circonstances spéciales à l'époque actuelle, les entreprises de transport suisses ont décidé d'accorder, dès le 15 décembre 1931 et jusqu'à nouvel avis, soit jusqu'au 20 février 1932 au plus tard, sur les billets suisses d'aller et retour et circulaires vendus à l'étranger, une réduction de 10% pour le parcours des stations de la frontière aux stations de sports et de villégiatures d'hiver, lorsque les voyageurs prouveront qu'ils ont conclu avec un hôtel du lieu de sports ou de villégiatures où ils se rendent un arrangement à forfait pour une semaine au moins et qu'ils ont payé d'avance le prix de leur séjour.»

### Souhaits de nouvelle année 1932

Comme nos lecteurs le savent, les dons versés dans les milieux hôteliers, suivant une louable tradition, en remplacement de l'échange des vœux habituels de nouvelle année, sont maintenant attribués au

#### Fonds de secours

créé en faveur des membres de la Société tombés dans le besoin. Ce fonds a atteint 143.000 francs.

Du moment qu'il s'agit ici d'une belle œuvre d'assistance et de solidarité, nous nous permettons une fois de plus, à l'approche du nouvel an, de prier nos sociétaires, les membres de leurs familles et les maisons avec lesquelles ils sont en relations d'affaires d'y participer de nouveau, en se montrant généreux malgré les difficultés économiques présentes.

Les dons peuvent être versés au compte de chèques de notre Bureau central à Bâle, No. V 85, en indiquant la destination du montant.

Les donateurs et les donatrices, dont les noms seront publiés comme d'habitude dans l'organe de notre Société, peuvent se considérer comme dispensés d'envoyer à leurs amis, collègues et connaissances les souhaits accoutumés.

Zermatt et Bâle, le 10 décembre 1931.

Avec nos salutations distinguées et confraternelles,

#### Société Suisse des Hôteliers:

Le Président central:  
Dr H. Seiler.

Le Directeur du Bureau central:  
Dr M. Riessen.

C'est en somme le système des voyages à forfait, recommandé par l'une au moins de nos représentations touristiques à l'étranger, et qui a donné d'excellents résultats dans d'autres pays. On est en droit d'espérer que l'annonce de cette mesure, faisant suite à celle de la baisse importante des prix d'hôtels, engagera nombre d'indécis à l'étranger à venir, malgré les difficultés des temps, faire en Suisse leur séjour de sports d'hiver.

Certains journaux, à ce propos, ont l'air de dire que la mesure prise par les entreprises de transport a pour but de favoriser l'hôtellerie. Un enseignement professionnel pour les journalistes devient décidément de plus en plus nécessaire. On ne confond pas, dans le domaine économique, le tourisme avec l'hôtellerie. Tout compte fait, les touristes dépensent généralement autant d'argent en dehors de l'hôtel que dans l'hôtel lui-même et, sur l'argent des touristes encaissé par l'hôtel, les  $\frac{4}{5}$  en ressortent bientôt pour payer ce que l'hôtel doit tirer du dehors, denrées et marchandises diverses. Laisser croire que l'hôtellerie est seule ou presque seule intéressée au tourisme, c'est faire preuve d'une triste ignorance des choses économiques actuelles. Le tourisme profite au pays tout entier et joue un rôle très important dans l'établissement de notre balance commerciale.

### Un autocar à l'hôtel?

Notre grand confrère parisien *L'Hôtellerie* s'est demandé il y a quelque temps si les hôteliers doivent posséder des cars automobiles. Il a conclu que cette question semble appeler une réponse affirmative et il a cité à l'appui de cette thèse les arguments suivants:

Les services publics de cars automobiles sont encore inférieurs aux nécessités du moment. Les heures de départ sont souvent par trop matinales et, pour une certaine clientèle, la promiscuité que ces services imposent est parfois déplaisante.

Si l'hôtelier disposait d'un autocar dans sa maison et pour son propre compte, il pourrait lui-même organiser, avec départ à l'heure la plus commode, les excursions projetées par sa clientèle elle-même, un jour dans une direction, un jour dans une autre.

Les clients de l'hôtel resteraient ainsi dans leur milieu, avec des compagnons de voyage de la même condition sociale.

Le car de l'hôtel constituerait pour l'établissement un élément nouveau de recettes et permettrait de retrouver rapidement la contre-partie du prix payé pour l'achat de la voiture et des frais d'exploitation.

A l'objection de l'inopportunité d'une dépense nouvelle dans la crise présente, on répond que c'est au moment du déficit qu'il faut s'ingénier à rechercher de nouvelles sources de recettes, sans être arrêté par la crainte d'engagements auxquels le perfectionnement du crédit donnerait d'ailleurs aisément des modalités très supportables.

\* \* \*

Comme la plupart des idées, celle-ci a son bon et son mauvais côté.

Il nous semble qu'il faut considérer, outre les arguments ci-dessus, d'autres facteurs qui ne sont pas non plus négligeables.

Et d'abord les possibilités de rendement du service particulier d'autocar exploité par l'hôtel.

Il est évident que si l'hôtelier est en bons rapports avec un ou plusieurs garagistes disposés à effectuer des courses pour ses clients à des conditions favorables de prix, de temps, de programme, etc., il est inutile pour lui de créer à ces industriels une concurrence dont il ressentirait aussi les désagréments, d'une manière ou d'une autre.

Un hôtel qui reçoit des automobilistes en grand nombre, avec leur propre voiture, trouverait-il chaque jour ou à peu près des amateurs pour ses excursions en autocar?

Un hôtel dont la clientèle est surtout sédentaire, désireuse avant tout de repos et de petites promenades pédestres, n'a aucun intérêt à risquer la dépense d'un autocar.

Et ainsi de suite. Toutes déductions faites, le nombre des hôtels qui pourraient tirer profit de l'achat et de l'exploitation d'un autocar se trouverait considérablement réduit.

Il y a aussi à compter avec les autocars des services postaux officiels, dont les courses très bien organisées, sur des voitures parfaitement adaptées à leur but, donnent, semble-t-il, toute satisfaction à nos hôtes. Entamer une lutte de concurrence contre les voitures fédérales serait évidemment courir un gros risque.

Conclusion: En attendant l'été prochain, rien n'empêche cependant de retenir l'idée, de l'étudier même, en se plaçant au point de vue des conditions spéciales de l'hôtel et de la contrée. Deux ou trois hôteliers pourraient entreprendre la chose en commun. On commencerait par une petite voiture de 10 à 12 places seulement, ayant ses sièges disposés dans le sens de la marche et portant le nom de l'hôtel, ce qui ferait de la publicité ambulante. Des arrangements seraient pris avec des collègues en vue des repas de midi.

Mais nous le répétons, si l'idée peut être bonne pour un certain nombre, elle ne l'est pas pour beaucoup d'autres placés dans une situation différente.

### Les moyens publicitaires de l'hôtellerie

L'utilité de la publicité hôtelière ne peut plus être mise en doute.

Il faut toutefois que l'hôtelier se rende bien compte que ce moyen de se faire connaître et d'attirer le client demande à être manié avec de grandes précautions, à la suite d'une étude approfondie des moyens dont on dispose et de leur modalité d'application pour le cas particulier que l'on envisage.

Les résultats, parfois surprenants, donnés par de modestes actions publicitaires, ont permis de comparer la publicité à une fée moderne. Pour si juste que puisse être cette comparaison, il est nécessaire de se rendre compte, pour quiconque veut en appeler aux bienveillants services de la publicité, qu'il ne s'agit pas là d'une magicienne asservie à toutes les volontés, ou de quelque divinité partielle distribuant ses faveurs à l'aveuglette, comblant les uns et ruinant les autres. La publicité serait bien plutôt une puissance moderne parfaitement organisée, exigeant de ses adeptes la science, la réflexion et l'effort, n'accordant ses faveurs qu'à ceux-là seuls qui la comprennent.

\* \* \*

Pour réussir dans toute action publicitaire, la première condition réside donc dans la connaissance des moyens que la publicité met à disposition.

On classe ces moyens en quatre catégories principales constituant:

**La publicité directe.** — Qui assure le contact avec les personnes dont on connaît les adresses à l'aide de lettres ou de circulaires, de prospectus ou de dépliants, de brochures ou de catalogues.

**La publicité indirecte.** — Qui permet d'atteindre le public anonyme par les moyens de l'annonce ou des échos et chroniques insérés dans les journaux, revues et quotidiens, ainsi que de l'affiche apposée sur les murs ou les panneaux.

**La publicité sédentaire.** — Qui comprend les moyens se réalisant sur place, tels que les étalages et, particulièrement pour l'hôtelier, les vitrines des hôtels.

Enfin, une série de moyens, qui peuvent tout à la fois s'adresser directement et indirectement, et se caractérisent par leur matérialité d'objet. Ce sont les tableaux-réclame et les affiches intérieures, ainsi que les multiples primes constituant ce qu'on a dénommé la publicité par l'objet.

\* \* \*

Les moyens qui sont le plus à la portée de l'hôtelier sont particulièrement:

Tous les moyens de publicité directe à l'exception du catalogue et plus spécialement la lettre, le dépliant et parfois la brochure.

Certains moyens de publicité indirecte. Laisant l'affiche au tourisme ou à l'action collective, l'hôtelier peut, dans cette classe, envisager l'annonce et la petite annonce, l'écho et parfois la chronique.

Comme publicité sédentaire, nous ne pouvons guère citer que les vitrines des halls, mais encore ce moyen-là est-il plutôt un adjuvant, les objets qui y sont exposés conduisant les intéressés dans les magasins locaux. Ce moyen ne peut donc servir qu'à titre de réciprocité pour les services publicitaires rendus par les commerçants avec lesquels on est en relation en vue d'un échange de publicité.

Ces services consistent tout particulièrement dans l'acceptation et l'apposition, dans les magasins ou locaux, d'affichettes, de tableaux-réclame supportant la publicité de l'hôtel.

Par ailleurs, cette publicité par l'objet présente à l'hôtelier toutes les possibilités de primes, de petits cadeaux qui sont dans bien des cas d'une large efficacité.

\* \* \*

Nous verrons ci-dessous comment diriger notre choix parmi tous ces moyens, aussi variés que multiples.

Envisageons tout d'abord l'importante question de la présentation des publicités.

Quelles qu'elles soient, qu'il s'agisse de l'annonce ou de l'affichette, de la lettre ou du dépliant, l'exécution doit être soignée. Nous ne disons pas luxueuse, car une trop riche présentation risque très facilement d'être désastreuse par son prix non en rapport avec les possibilités de l'hôtel comme par des promesses implicites qui ne peuvent être tenues.

A bien considérer, le moyen publicitaire quelconque qui a été choisi constitue en quelque sorte le représentant de l'hôtelier auprès des intéressés éventuels. Il lui faut donc constituer en quelque sorte la synthèse des particularités, des caractéristiques de l'hôtel qu'il représente. Comme tout établissement doit l'être, il lui faut toujours être soigné afin de donner une impression favorable. Mais il doit, en plus, donner par sa réalisation l'idée de ce qu'est l'hôtel: simple, modeste et pour petites bourses, ou sélect, first class, pour riches touristes.

Dans le cas contraire, on risque de faire des dépenses inutiles, et, ce qui peut encore être plus grave, d'attirer à soi des gens qui ne seront pas à leur place.

Cette obligation de faire pressentir l'hôtel au travers du moyen publicitaire est grandement facilitée par les possibilités d'argumentation qu'offre, qu'exige même tout moyen publicitaire.

A bien considérer, l'argumentation est la base de la publicité. On ne le reconnaît encore pas suffisamment et, en trop grand nombre, ceux qui utilisent ce moyen de vente s'imaginent qu'il suffit d'insérer leur nom et leur adresse dans un journal, ou de les présenter avec l'image de l'hôtel sur un imprimé pour faire affluer les clients.

C'est là une erreur profonde. Que dirait-on d'un représentant qui se contenterait d'offrir sa marchandise sans en expliquer l'usage, sans en faire valoir les qualités? D'autant plus qu'un hôtel ne vaut que par les services qu'il rend à ses clients: confort moderne, bonne nourriture, et le reste...

Pour tout hôtelier qui connaît son métier, il est donc facile d'argumenter.

\* \* \*

Le choix du support est, par ailleurs, très délicat et exige une parfaite connaissance de la catégorie de clients à atteindre, comme de la psychologie des touristes, baigneurs et autres voyageurs.

Une annonce d'une réalisation parfaite à tous points de vue ne rendra que si elle est insérée dans un journal touchant bien la clientèle à prospecter. De même, une brochure au papier trop riche, à l'impression trop luxueuse, risque, ainsi que nous l'avons vu, d'être déplacée auprès d'une clientèle modeste. La réalisation doit donc être parfaitement adaptée à la clientèle que l'on veut atteindre. De là, la nécessité de faire une judicieuse sélection des adresses utilisées pour une publicité directe, comme d'étudier également avec soin la distribution.

Ces conditions étant remplies, la publicité rend alors d'inappréciables services, car, étant bien adaptée, elle n'est jamais trop coûteuse.

(L'Hôtellerie, Paris) H.-L. Rumpf.

### En auto-chenille au Simplon

Le correspondant de la Gazette de Lausanne en Valais signalait dernièrement à son journal l'existence à Brigue d'un groupe de citoyens pleins d'esprit d'initiative, qui cherchent à favoriser le développement de leur localité et en même temps du Valais.

C'est ce groupe qui a obtenu le déblaiement, une quinzaine de jours avant l'époque habituelle, de la route du Simplon après l'hiver, ce qui augmente de deux semaines la saison touristique valaisanne. D'autant plus que ce moment est celui précisément où les touristes ayant passé l'hiver en Italie remontent vers le nord dans leurs migrations saisonnières. Le Simplon, l'un des cols les plus bas des Alpes du reste, se trouve ainsi la première porte ouverte au trafic automobile, le printemps, entre l'Italie et les pays communiqant avec la vallée du Rhône suisse.

Mais à Brigue, dit M. Eug. M., on a étudié la possibilité de franchir le col en hiver pour favoriser dans la région la pratique des sports de neige. De l'examen de l'idée on a passé aux essais pratiques. Un beau jour, dernièrement, M. Antoine Escher, de l'hôtel Couronne et Poste à Brigue et M. Alder, garagiste, partent de Milan sur une auto-chenille Citroën et réussissent sans difficulté le passage du Simplon, bien qu'il y ait eu au sommet un mètre et demi de neige. Le véhicule passa partout sans encombre, dé-

laissant même volontairement la route en certains endroits pour circuler en plein champ. A l'Hospice, les chamois exécutèrent sur la Citroën une promenade originale à travers les pâturages enneigés. Deux jours plus tard, l'auto-chenille repartit de Brigue; elle mit une heure pour monter au col et 45 minutes pour descendre à Simplon-Village. Le retour s'effectua dans le même temps. Les essais se poursuivent depuis lors.

Il ne semble pas que l'auto-chenille puisse ouvrir suffisamment la route pour en permettre ensuite l'accès à des automobiles ordinaires. Elle n'enfonça guère de plus de trente centimètres dans la neige. Si la couche de neige est de plus d'un mètre, il en reste trop, et non tassée, pour le passage d'une automobile.

La solution consisterait donc à n'utiliser que l'auto-chenille. Le véhicule peut transporter rapidement jusqu'à douze skieurs à la fois au sommet du Simplon, où l'on trouve de vastes champs de neige. La voiture les ramènerait à la plaine. Elle pourrait également servir de voiture de secours et assurer d'autres transports.

Ce serait un commencement. Avec le temps, on pourrait utiliser plusieurs auto-chenilles. Mais il fallait essayer. C'est ce qu'on a fait, et non sans succès.

### Des nouvelles de l'hôtellerie italienne

M. Suvich, commissaire pour le tourisme, a présidé une assemblée de représentants des stations thermales italiennes. Il a exposé la nécessité de mieux mettre en valeur les ressources hydrominérales et d'étudier les moyens d'atteindre ce but. M. Rebutti, président de la Fédération thermale, a énuméré les problèmes les plus urgents à résoudre. Après une instructive discussion, M. Suvich a indiqué les solutions pratiques à rechercher immédiatement par les organes compétents.

Les hôteliers de Naples et de la Campanie, en présence de la réduction du nombre des touristes et du raccourcissement de la durée des séjours, ont décidé, malgré les lourdes charges qui pèsent sur l'hôtellerie et qui ne permettent guère une diminution des frais généraux, de réduire leurs tarifs dans toute la mesure possible. Ces nouveaux prix seront publiés par l'Office national italien du tourisme. — L'association des hôteliers de la Campanie a en outre pris des accords avec les diverses entreprises de transports ferroviaires, automobiles et maritimes pour discipliner la vente des billets, qui s'effectuait en partie par l'entremise du personnel des hôtels. Les tarifs seront désormais publiés, afin que les touristes en aient connaissance et ne tolèrent plus les abus.

Le 5 novembre a eu lieu la réouverture des cours pratiques et théoriques de l'Ecole d'hôtellerie créée en 1927 par l'ENIT à Bolzano. Pendant la saison d'été, les élèves des deux sexes seront occupés dans différents hôtels de la ville. Ils ne recevront pas de salaire proprement dit, mais ils seront logés et nourris par l'hôtel. Les étrangers des deux sexes sont aussi admis à ces cours.

Le cours biennal de cuisine hôtelière organisé par l'Académie gastronomique nationale avec

le concours de l'ENIT s'est ouvert à Rome. Le cours 1931/32 durera sept mois. Il est suivi par le personnel des cuisines d'hôtels qui tient à se perfectionner dans la profession.

Une nouvelle station alpestre de tourisme va se créer à Colle Sestiere, situé à 2600 mètres d'altitude et à deux heures et demie de Turin en chemin de fer ou en automobile. Pour atteindre la station, on a déjà installé un funiculaire aérien comprenant deux tronçons. Le premier, desservi par une cabine pouvant transporter 35 personnes, arrive jusqu'à Monte Alpette, à 2277 mètres. Le second a une cabine pour 24 personnes et parvient jusqu'au pied de la cime du mont Sises.

En 1927, grâce à l'intervention du chef du gouvernement italien, l'artiste Villa Carlotta, sur le lac de Côme, a échappé au danger de se voir vendre avec son musée et ses jardins. Elle a été confiée à une administration juridique reconnue par décret royal, avec mission de conserver la villa et de la maintenir ouverte au public comme attraction touristique. Après trois ans de cette gestion, on constate que la Villa Carlotta est non seulement conservée, mais améliorée et qu'elle est visitée annuellement par plus de 50.000 personnes.

On a commencé les travaux de construction d'une route carrossable, qui sera ouverte au trafic automobile et qui reliera directement le Valtournanche au massif du Cervin. La dépense prévue dépassera deux millions de lires et la route devra être achevée en 1933. On en attend de bons résultats pour le développement du mouvement touristique dans le Valtournanche, le Giomein et vers Zermatt.

### La Maison de France

Débarassée de ses échafaudages et de ses palissades, la Maison de France étale désormais sa belle façade à Paris, sur l'Avenue George V, à droite de l'Avenue des Champs-Élysées en descendant de l'Arc de Triomphe de l'Étoile. A la prochaine Noël, elle ouvrira ses portes au public.

M. Vallat, l'actif directeur de l'Office national français du tourisme, n'a pas épargné ses peines pour que cette maison soit agréable, plaisante et adaptée à son but. Il a réussi à créer une centralisation des services touristiques dont il peut être fier.

Le centre du bâtiment est occupé par un immense hall. Six piliers de granit en soutiennent l'armature. Dans des comptoirs, le visiteur trouve tout ce qui est nécessaire ou utile au tourisme pratique. De grandes baies vitrées les éclairent.

La plupart des importants services de transports ont là une succursale: les réseaux des chemins de fer, l'Automobile-club et le Touring-

**RIVINIUS**  
H. RIVINIUS & C<sup>o</sup> ZÜRICH  
PAPIERS POUR HOTELS



**Ein Meisterkoch**

weiss, dass er seinen Ruhm zum grossen Teil dem verwendeten Material zu verdanken hat. Er braucht nur feine, edle Speisefette, denn diese sind es vor allem, die den Geschmack seiner Gerichte in vollkommener Weise zur Geltung bringen. Dabei wird das Kochen erst noch sparsamer. Lernen Sie von Meistern des Faches und kochen Sie mit oben angeführten Speisefetten!

### Walliser-Weine

Auskunft: Office cantonal de l'Union des Négociants en Vins du Valais, Sion.

### GLÜHLAMPEN

Wir offerieren erstklassige Lampen (laut amtlich. Prüfstatt 1000 Brennstunden) wie folgt:

15 - 40 Watt	Fr. 1.-
60 Watt	Fr. 1.25
75 Watt	Fr. 1.50
100 Watt	Fr. 1.80

Opallampen 20% mehr.  
Bei Hundert Lampen 10% Kassa.

Geft. Spannung angeben.

„SELBSTHULFE“  
St. Jakobstrasse, Zürich



### ZENTRAL HEIZUNGEN

Ventilations-, Trocknungs- & Warmwasserbereitungsanlagen

MOERI & CIE LUZERN

Viandes fraîches de choix  
—  
Charcuterie fine  
—  
Conserves de viandes  
E. & C<sup>o</sup>. Suter  
Montreux

Jedes Hotel rechnet

**GERVAIS**  
Rahmkäse zur vornehmsten Klasse

Der Erfolg eines Hotels hängt in hohem Masse von der Güte seiner Küche ab. Für die Gäste bedeutet GERVAIS Rahmkäse zum Nachtschiff eine Aufmerksamkeit, die sie besonders zu schätzen wissen. Es gibt wohl keinen, dem GERVAIS mit seinem wundervoll erfrischenden Geschmack nicht zusagt.

Durch GERVAIS erlangt das Menu einen höheren Wert und das Hotel eine höhere Klasse.

FROMAGES GERVAIS S. A.  
EXTENSION SUISSE - ACACIAS-GENÈVE

Petit-Suisse GERVAIS "Doppelrahm" Ein Genuss!

**CH GERVAIS**

Favorisez les Maisons qui font de la publicité dans votre journal

Les annonces répétées multiplient l'efficacité de vos insertions!

club, les compagnies de navigation maritime et aérienne et même l'Agence Havas. Dans un bureau de poste modèle, les employés parlent toutes les principales langues de l'univers.

A l'entresol, un bureau spécial donne des renseignements sur tous les réseaux ferroviaires français. Michelin y a organisé un bureau de renseignements sur les routes. La Société des transports en commun y a aussi son bureau de tourisme. Là encore se trouve une exposition documentaire sur Paris et les beaux-arts à Paris. Enfin ce sont les bureaux des syndicats d'initiative et les nombreux sections de l'Office national français du tourisme.

Six ascenseurs transportent les visiteurs au premier étage, où l'on trouve une exposition touristique de la France et de ses colonies. La préfecture a installé à cet étage un bureau des passeports.

Les sous-sols ont été aménagés en vastes salles pour des défilés de mannequins, pour les journalistes, pour la T. S. F., pour le cinéma touristique. Il y a même un bar pour se distraire en attendant l'établissement d'un billet de chemin de fer composé.

L'immeuble ne compte pas moins de huit étages.

Une installation téléphonique de 250 postes répond à tous les besoins. La chaufferie est au mazout.

Les employés de l'Office national français du tourisme parlent la plupart des langues.

(D'après la Belgique Hôtelière)

## Salons de l'automobile

Le prestige du Salon de l'automobile de Paris est tel, sa vogue s'est étendue si largement sur toute l'Europe et les pays d'outre-mer que le Grand Palais devient annuellement, au mois d'octobre, le cœur mondial de l'automobilisme.

Cette année, les sceptiques doutaient du succès, invoquant la crise, cette crise générale qui s'étend à tous les domaines de l'activité humaine. Certes, tous les pays en souffrent, mais pas tous au même degré. La France est peut-être moins atteinte; elle l'est cependant. Malgré cette situation défavorable, le Salon de Paris a connu cette année une belle réussite. Les entrées enregistrées, sans atteindre des chiffres records, côtoyaient cependant ceux des meilleures années.

Ces succès tendraient à prouver que des initiatives comme le Salon de Paris pourraient même hâter le retour à la prospérité, en recréant la confiance.

C'est pourquoi il faut applaudir à la nouvelle annonce que notre Salon suisse aura lieu, comme d'habitude, à Genève, du 11 au 20 mars 1932.

Le Salon de l'automobile à Genève fait partie des grands Salons automobiles européens, avec Paris, Londres et Berlin. Il y en a évidemment d'autres; mais aucun ne revêt l'importance de ceux qui constituent le quadrilatère franco-anglo-germano-suisse.

Notre Salon est le reflet exact de l'exposition du Grand Palais de Paris, avec toute la différence peut-être qu'en raison de sa situation géographique, Genève engage à plus d'internationalisme.

L'optimisme dont font preuve les organisateurs du Salon de Genève se trouve justifié par le fait qu'à la même époque que lui dernier les inscriptions sont aussi nombreuses, dans tous les compartiments que comporte une exposition de cette envergure. (Communiqué)

## Informations économiques

**Société immobilière du Kursaal de Montreux.** — Pour l'exercice 1930/31, le produit des estampilles, loyers, etc. se monte à 134.037 francs. Les charges courantes absorbent 105.014 fr. 28, laissant une perte de 31.367 fr. 28 qui s'ajoute au déficit antérieur. Le solde débiteur de profits et pertes s'élève ainsi à 53.547 fr. 25; il est reporté à nouveau. Le capital de la société est de 600.000 francs.

**Encore des renchérisseurs.** — L'assemblée des délégués de la Société suisse des maîtres bouchers, après avoir entendu un rapport du président, M. E. Bürki (Thoune), a voté une résolution attirant l'attention du Département fédéral de l'économie publique sur l'«énorme» importation de viandes préparées qui s'effectue au détriment des bouchers suisses et de l'agriculture. La résolution demande au Conseil fédéral de prendre des mesures efficaces contre cet état de choses. — Voilà qui va faire les affaires de nos hôteliers, si l'on se produit un renchérissement de tous ces produits, au lieu de la baisse de la viande escomptée lors de la décision de réduction des prix d'hôtels.

**Escarmouches douanières.** — Les restrictions d'importations décrétées depuis assez longtemps en Suisse et nos hausses de tarifs ne sont pas restées sans effet à l'étranger, comme on pouvait s'y attendre. On a vu que la France contingente maintenant l'importation du fromage. D'autres pays voisins prennent également des mesures protectionnistes. Pour y répondre, nos organisations paysannes réclament l'introduction immédiate d'un droit d'entrée sur le lait, y compris le lait des zones arides de Genève, afin de pouvoir diriger sur les villes importatrices le lait rendu disponible en Suisse par l'arrêt des exportations de nos produits laitiers. Et c'est naturellement le consommateur qui fera les frais de ces escarmouches douanières entre producteurs.

**Hôtel des Trois-Couronnes à Vevey.** — Le produit de l'exploitation a fléchi en 1930/31 de 98.000 à 71.000 fr., tandis que les revenus locatifs ont augmenté de 33 à 34.000 francs. Le rendement industriel a diminué de 7,1 à 5,7%, mais il reste toujours sensiblement supérieur au prix de revient des capitaux empruntés, qui est d'environ 4 1/2%. Le bénéfice net s'élève à 61.000 fr. au lieu de 88.000 il y a un an. Le conseil d'administration a proposé une réduction du dividende de 8 à 5%, ce qui absorbera 30.000 francs. Les versements aux différentes réserves atteindront 30.000 fr. également, au lieu de 40.000 fr. pour l'exercice précédent. Le total des réserves ouvertes s'élève ainsi à 290.000 fr. pour un capital de 600.000 francs. On constate que le dividende distribué pour 1930/31 est inférieur au revenu des locations; le bénéfice de l'hôtel est donc intégralement utilisé pour la

dotation des réserves. C'est une politique prudente en temps de crise.

(D'après le Bulletin financier, Lausanne)

**Achats de fin d'année.** — L'Association de la Semaine suisse a fait distribuer dans les magasins des principales localités de la Suisse des affiches de propagande invitant le public à donner sa préférence aux produits du pays lors des achats de fin d'année. L'affiche en question est éditée sous forme d'une bande portant une croix fédérale et le texte: « Achetez les produits suisses. Donnez du travail à vos compatriotes ». L'affichage de ces bandes ne comporte aucune obligation de l'exposer en vitrine que des produits suisses. Il faut savoir qu'à l'heure actuelle une propagande intense pour les produits nationaux s'exerce dans la plupart des pays européens, notamment en Autriche, en Allemagne, en France et surtout en Grande-Bretagne. Dans ce dernier pays, c'est une campagne formidable qui est en cours, où l'on utilise la radio et le cinéma sonore, les timbres à apposer sur les lettres et les affiches placardées jusque dans les trains et les taxis, les notes dans les programmes des divertissements publics, les imprimés jetés par des avions et des articles innombrables dans la presse grande et petite. Dans ces conditions, même les milliers de partisans de l'internationalisme du trafic ne peuvent pas s'offusquer de notre modeste affiche de la Semaine suisse.

## Nouvelles diverses

**Genève.** — Le 1er décembre a eu lieu l'inauguration du nouvel hôtel situé à l'angle de la rue de Lausanne et de la rue des Alpes et qui, géré par une société grisonne, porte le nom d'hôtel Bernina. M. Dominique A. Porta, directeur, a fait les honneurs de la maison, qui compte 77 lits. L'aménagement de ce nouvel hôtel, réalisé par l'architecte Jean Camoletti, a coûté 260.000 francs.

**Nos sports d'hiver à Paris.** — Appelé par la section de Paris du Club alpin français, M. Henri Esnes, ancien président central du Club alpin suisse, a donné à Paris une conférence sur le ski en haute montagne. Le public qui remplissait le grand auditorium jusqu'à la dernière place a fait un chaleureux accueil au conférencier et a salué par d'enthousiastes applaudissements les projections choisies représentant les plus beaux sites de la Suisse en hiver.

## Trafic et Tourisme

**Relations téléphoniques avec la Grande-Bretagne.** — Les conversations avec préavis sont admises dans les relations avec la Grande-Bretagne. Le préavis permet à l'abonné de prévenir son correspondant qu'il lui téléphonera à telle ou telle heure. Une communication avec préavis à destination de Londres coûte 13 fr. 10 le jour et 7 fr. 90 la nuit.

**Pour les sports d'hiver.** — Le chemin de fer Arth-Rigi délivre cet hiver des billets de sports à prix réduits. — On signale les ouvertures

suyantes à l'exploitation hivernale: le 12 décembre, pour les funiculaires St-Moritz-Chantarella-Corviglia et pour le funiculaire Punt-Muraigl-Muottas-Kulm; le 15 décembre pour le service d'hiver sur toute la ligne Brigue-Viege-Zermatt; le 20 décembre, pour le chemin de fer du Gornergrat de Zermatt à Riffelboden; le 24 décembre, pour des trains de sport sur la ligne de la Furka entre Andermatt et Nâtschen.

**Automobiles étrangères en Suisse.** — Pendant le mois d'octobre 1931, nos douanes ont enregistré l'entrée temporaire en Suisse de 5983 automobiles avec la carte d'entrée provisoire (4686 en octobre 1930), de 551 autos avec passavant (543), de 4824 autos avec triptyque ou carnet de passage (4456) et de 76 motocyclettes (111), soit au total de 11.434 véhicules étrangers à moteur, au lieu de 9796 l'année dernière durant le même mois. Nous constatons une fois de plus que le tourisme automobile maintient ses positions; c'est là une utile indication pour l'organisation de notre propagande d'une part et pour une modification nécessaire de nos tarifs ferroviaires d'autre part.

**La Revue des C. F. F.,** qui a certainement pris la tête de nos publications de propagande, donne dans son dernier numéro d'intéressants renseignements sur la construction de locomotives géantes que les Chemins de fer fédéraux vont mettre en service sur la ligne du Gotthard, pour supprimer les inconvénients de la double traction. Ce type de machine bat tous les records de dimensions existants. Elle roule sur 14 essieux et a une longueur totale de 34 mètres; sa force est de 8500 chevaux et sa vitesse maximum de 100 km. — Une partie du numéro de novembre est consacrée à l'instruction professionnelle des hôteliers et des restaurateurs dans nos diverses écoles spéciales. — Les sports d'hiver en Suisse, comme il convient en cette saison, occupent dans le fascicule une place d'honneur.

**Un Congrès international du tourisme,** auquel participent plusieurs pays d'Europe, est organisé par la ville de Nice, le Conseil général et la Chambre de commerce. Un grand nombre d'organismes ont été créés dans chaque pays pour servir les intérêts du tourisme. Certains de ces organismes déploient une activité remarquable et rendent les plus grands services. Toutefois leur efficacité se trouve réduite à défaut d'une coopération permanente dans le cadre international. Le but principal de la manifestation qui se prépare pour l'année prochaine à Nice est précisément de rechercher les moyens d'établir cette coopération européenne et de créer ainsi entre tous les pays intéressés une collaboration suivie, des habitudes de travail en commun et une confiance mutuelle de plus en plus nécessaire.

# WHITE HORSE WHISKY

Agents généraux pour la Suisse  
**LATELTIN S. A. ZURICH**

**Offerten von Vermittlungsbureaux**  
auf Inserate unter Chiffre bleiben von der Weiterbeförderung ausgeschlossen.

Fabrikation von **Küchen- und Cheschürzen**  
In Ia Reinleinen und Halbleinen zu den niedrigsten Engrospreisen. Muster zu Diensten.  
**Leinenhaus Jules Guth, Basel**  
Schweizergasse 60

Für Tag und Nacht wirksam  
**LETRA**  
Schutzmarke  
Verlangen Sie Prospekt!  
**E. KREBS & Co. DIETLIKON**  
Postfach Hauptpost  
Zürich

**Fr. 2 Millionen**  
haben schweiz. Geschäftsleute dadurch erspart, daß sie vor Ankauf oder Reparatur einer

**Nationalkasse**  
Offerten von mir einholen.  
Ihre kaufmännische Bildung gebietet Ihnen, dasselbe zu tun. Auch Vermietung mit Kaufrecht. Kontrollkassenhaus G. Brunner, Zürich, Seefeldstr. 59, Telefon 24.751.

**Gesucht von tüchtigem HOTEL zu kaufen oder zu pachten.**  
ca. 30 bis 40 Betten  
Anzahl 30 Mille. Agenten verboten. Offerten unter Chiffre E. F. 2058 an die Schw. Hotel-Revue, Basel 2.

# COGNAC MARTELL

Gegründet im Jahre 1715



General-Vertretung für die Schweiz: **Fred. Navazza Genf**

Verlangen Sie überall die Reise-FLASCHE MARTELL\*\*\*

**Zu verkaufen**  
an schöner, aussichtreicher Lage, unweit des Thurnersees, gutgehendes, kleineres  
**Hotel-Restaurant**  
mit ca. 17 Zimmern, gr. Saal, geräumig, Restaurant, Veranda, gr. Garten, etc. (Zentralheizung).  
In Tausch würde eventuell Geschäft, Renditehaus oder Wirtshaus geümt.  
Verkaufspreis sehr vorzuziehlich. — Auskunft erteilt gegen Rückporto unter Nr. 9192  
**Hr. Berger, Sachwalter, Bern, Neugasse 39, Telefon Christoph 17.39.**

**Pour cause de santé à vendre**  
superbe  
**Thé-Dancing**  
Salle unique et clientèle sélecte  
Chiffre d'affaires prouvé. S'adresser sous le chiffre G. 2041 à la Revue Suisse des Hôtels à Bâle 2.  
**Inserieren bringt Gewinn!**

**Vollautomatische Kühlchränke**  
in verschiedenen Grössen und Anordnungen, luft- oder wassergekühlt.  
Grösste Zuverlässigkeit und Betriebssicherheit.

**„ARTOFEX“ F. Aeschbach & Co. Aarau**  
Paris, Mailand, London, New-York

**Vollautomatische Konditorei- u. Hotel-Kühlanlagen**  
in modernster, bestbewährter Ausführung.  
Keine Wartung, Geräuschloser Gang. Höchste Leistung.

**Zum Kochen und Braten**  
für Salat und Mayonnaise  
verwenden Sie nur  
**Speiseöl AMBROSIA**



Zu einem guten Tropfen gehören die guten

**Herb** Frankfurterli  
Benzburgerli  
Schüblinge  
Rauchwürste  
Bratwürste

Wurst- und Fleischwarenfabrik Lenzburg

Verlangen Sie bitte Preisliste und Bezugsquellennachweis.

# DER NEUE WASCHTISCH

mit unsichtbaren, verdeckt montierten Konsolen  $\oplus$  Patent, in Feuerton oder in Duraba, wird täglich mehr verlangt

WO SIND DIE KONSOLEN?



Besuchen Sie unsere reichhaltigen modernen Ausstellungsräume

**SANITAS A. G.**

Zürich, Limmatplatz 7 Bern, Effingerstr. 18  
St. Gallen, Sternackerstr. 2 Basel, Spitalstr. 18

Referenzen und Prospekte stehen zu Ihren Diensten

## Curling Spiel zu kaufen gesucht

evtl. auch andere, „indoor“ od. „outdoor“, für die Wintersaison geeignete Spiele. Hotel Post, Piotta (Tessin).

## Hôtel-Restaurant in Lugano

zentrale Lage, moderne Zimmer mit fließendem Wasser eingerichtet, grosse Restaurationssäle, nur an tüchtige, kapitalkräftige Fachleute, sof. od. später

**zu verpachten**

Anfragen an Postfach 23590, Lugano.

## ZU VERKAUFEN

### HOTEL MIT 30 BETTEN.

Jahresbetrieb, an Bahnhof, mit Sommer- u. Winter-saison in weltbekanntem Kurort. Das Objekt ist sehr gut erhalten, hat Doppelfenster und -Türen. Zentralheizung, neueste Kälteanlage, muschelnell eingerichtete Waschküche, elektrische Mänge, schöne, geschlossene Veranda, 140 m<sup>2</sup> Terrasse, 6 Autogaragen, grosser Umschwung mit Parkanlage. Das Geschäft wird umständehalber sofort betriebsfertig abgegeben. Kaufpreis u. Anzahlung nach Uebereinkunft. Rendite nachweisbar. An seriöse Refl. wird unverzüglich, jede weitere Auskunft erteilt. Off. gef. unter Chiffre M. S. 2038 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

## À REMETTRE dans station climatique du Valais

### Restaurant - Tea room - Pension

Situation magnifique. Affaire de grand avenir. Faire offre sous chiffre N. R. 2046 à la Revue Suisse des Hôtels à Bâle 2.

## GASTHAUS-VERKAUF

Wegen Erkrankung des Besitzers wird füsserst günstig, bei kl. Anzahlung sofort verkauft **Gasthaus zur Sonne**, direkt beim Bahnhof des Dorfes Goldach, nahe Bussnadi u. Bodensee. Für tüchtige (katholische) Leute gesicherte Existenz. Auskunft unt. O.F. 2048 an die Hotel-Revue, Basel 2.

## Altershalber zu verkaufen

in grösserer Stadt des Kant. Bern, nachweisbar rentables, bestbekanntes

## Restaurant

mit Speise- und Vereins-schiff, gr. Küchen, schön. Kellern, sowie drei gut vermiet. Wohnung. Alles prima eingerichtet u. in tadellosem Zustande. Jahresumsatz nachweisbar Fr. 120'000. — Kaufpreis nur Fr. 225'000. — Zahlungsfäh. Käufer erh. Ausk. unt. No. 9/148 bei Chr. Berger, Sachwalter, Zora, Neuen-gasse-89, Telephon Christoph 17.39.

## 1 gratismusier

mit dem katalog nr. 10 über hygienische bedarfsartikel usw. (bandagen, irrigateure, diskrete hygiene) versendet franko und verschlossen

## P. Hübscher

Zürich, Seefeldstrasse 4

## Eine Annonce in der Hotel-Revue ist eine vorzügliche Geschäftempfehlung.

## Hotels Kurhäuser Pensionen Restaurants zu verkaufen

in allen Grössen u. Preislagen in der ganz. Schweiz

## zu verkaufen

Verlangen Sie Gratis-Auswahl-liste. — Gute Objekte werden stets zu günstigen Bedingungen aufgenommen. Seriöse und diskrete Behandlung. — Vieljährige Erfahrung.

Liegenschaftsbureau  
A. Macek-Kössler, Luzern  
Pilatusstrasse 3a

## Côte d'azur

### HOTELS

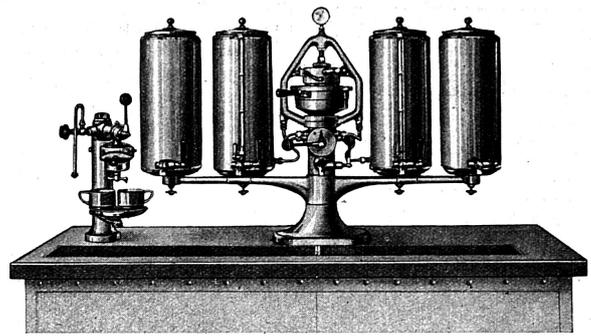
à remettre, s'adresser à

**M. NOCEREAU**

Spécialisé sous patronage du journal

### L'Hôtellerie

43 avenue de la NICE victoire



## Neue Gross-Kaffeemaschinen-Anlagen

Die geniale Konstruktion dieser Kaffeeanlage zeigt alle Neuerungen der modernen Technik. Der bekannte, rostfreie und säurebeständige Edelmetall Cromargan findet hier weitgehende Verwendung. Die Zusammensetzung der einzelnen Teile erfolgt ganz nach den Wünschen der Besteller.

Dürfen wir Sie mit den interessanten Details dieser Anlage bekannt machen? Unverbindliche Kostenvoranschläge mit Plänen und Abbildungen, sowie Vertreterbesuch stehen zu Diensten.



**SCHWABENLAND & CO. A.G.**  
HOTEL-KUCHEN- & KONDTOREINRICHTG. Tel. 53740 ZÜRICH  
Felderstr. 17

## Hotel I. Ranges

vorzügliche Lage an der Adria, nächst Abbazia, 80 Zimmer mit 120 Betten, mod. Komf., günstig

### zu vermieten

Auskünfte u. Prospekte: Abbazia, Postfach 19.

## Revue-Inserate haben Erfolg!

# HOTEL'S

Jahres- und Saison-Geschäfte

vermittelt

die führende, seit über 25 Jahren bestehende Spezial- und Vertrauens-Firma

## G. Kuhn, Zürich

Hotel-Immobilien

56 Bahnhofstrasse 56

Feinste Referenzen. Strengste Diskretion

# Die Küche begründet den Ruf des Hauses



Gasküchen leisten das Höchste

Das Gaswerk gibt unverbindlich Auskunft





# Aus unserer Praxis

Eine Verkäuferin, die sich zur Einrichtung einer Verkaufsfiliale im Automobil in eine benachbarte Stadt begab, verunglückte bei dem Zusammenstoß mit einem andern Automobil tödlich. Wir zahlten den Hinterbliebenen Fr. 5000.—.

Der Verkehr nimmt zu und mit ihm wächst die Unfallgefahr. Eine Unfallversicherung ist für jedermann notwendig.



Wenden Sie sich um kostenlose Beratung an die

**„ZÜRICH“ Allgem. UNFALL- und Haftpflicht-Versicherungs-Aktiengesellschaft**  
Generaldirektion in ZÜRICH Mythenquai 2

Vergünstigungen gemäss Vertrag mit dem Schweizer Hotelier-Verein beim Abschluss von Unfall- u. Haftpflicht-Versicherungen

Bei Bedarf in

## SITZMÖBELN U. TISCHEN

für Restaurants, Cafés, Speisesäle etc.  
Verlangen Sie die erstklassigen und preiswürdigen Schweizerfabrikate der



## A.-G. MÖBELFABRIK HORGEN-GLARUS IN HORGEN

Bestes schweizer. Unternehmen für die Herstellung gesigter und gebogener, sog. „Wiener“-Möbel

## Zu den Weihnachtsfreuden unserer Jugend

gehört unbedingt der Pestalozzi-Kalender. Die Jubiläums-Ausgabe 1932 (25. Jahrgang) steckt voll herrlicher, neuer Dinge, jedem Schweizerkind zu fröhlicher Unterhaltung und nützlicher Belehrung. Der Pestalozzi-Kalender kennt hunderterlei Arten, die Lust an selbständiger Arbeit und eigenem Nachdenken, die Begeisterung für alles Gute und Schöne zu wecken. — Erhältlich zu Fr. 2.90 in allen Buchhandlungen und Papeterien, sowie direkt beim Verlag

Kaiser & Co. A.-G. in Bern

## RÉNOVATION DE BILLARDS

de tous systèmes. Accessoires, bandes, drop de billards, billes, queues etc. Prestige réformés. Se recommande: P. BAERISWYL SAPEWIL (ARGOVIE)



Alle Feinschmecker wissen, dass

## LEA & PERRINS SAUCE

bei weitem die beste ist.

Generalvertrieb für die Schweiz  
GUSTAV GERIG  
Zürich, Kaspar-Escher-Haus



## Nerven-Heilanstalt „Friedheim“ Zihlschlacht (Thurgau)

Eisenbahnstationen: Amriswil, Bischofszell Nord  
Sorgfältige Pflege - Gegründet 1891  
Drei Aerzte - Telephon Nummer 3  
Chefarzt und Besitzer:  
Dr. Krayenbühl

# DAS GESCHENK



Den Bekannten die bekannten Dosen  
Inhalt: Kaffee Hag. Preis nur Fr. 3.75  
Dosen gratis = 10% Weihnachtsrabatt

## Hoteliers

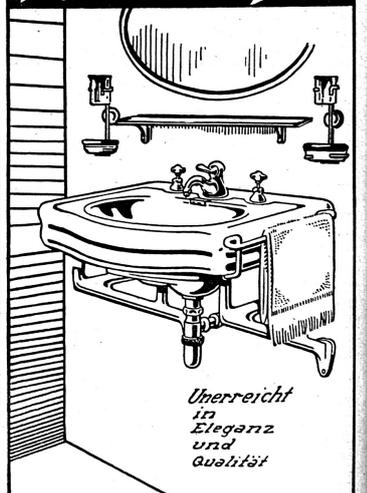
berücksichtigt in erster Linie die Inserenten unseres Fachorgans.

## Körper- u. Schönheitspflege

Präparate sämtlicher Kosmetischer, sanftener und hygienischer Art, gegen 30 Sp. für Späse, Gürtel, versch. Arten. Cass. Dose, Preis 4.50, 5.00, 6.00.



# TROESCH'S HOTEL-ZIMMER-TOILETTE Triumph



Unerreicht in Eleganz und Qualität

TROESCH & Co., A.-G. BERN - ZÜRICH - ANTWERPEN



**Madas**  
Portable-Rechenmaschinen

**Gardner**  
Schreibende Saldier- u. Buchhaltungsmaschinen

**Madas u. Millionär**  
Schweizer Rechenmaschinen für alle 4 Rechenarten



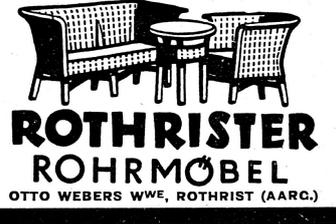
**Barrett**  
Schreibende Pultaddiermaschinen - Modelle ab Fr. 650.—

**Kleinrechenmaschinen f. alle 4 Rechenarten - Textschreibende Buchungsmaschinen - Ekaha-Schnellsicht**

Miete v. Addiermaschinen über Abschlusszeit

## Additions- & Rechenmaschinen A. G. Zürich

S. A. pour Machines à Additionner et à Calculer  
Limmatquai 34 Telephon 26.930 u. 26.931  
Vertreter in Basel, Bern, Genf, Lausanne, St. Gallen, Biel und Luzern



**ROTHRISTER ROHRMÖBEL**  
OTTO WEBERS WVE, ROTHRIST (AARG.)



Unvollständig ist jede Telefonanlage ohne ANTIPHON  
Die schalldichte Telefonkabine  
Höchst erreichbare Schalldichtigkeit mit bester Ventilation - ohne Innenpolsterung, daher keine Stickluft und staubfrei - von der einfachsten bis zur feinsten Ausführung in jeder Holz- und Stahlarb. Prospekte und Offerten durch

A. Blaser & Söhne, Telefonkabinenbau: „Antiphon“ Schwyz - Telephon 76



**ONLIWON-Klosettpapier**  
empfehlen  
Fritz Danuser & Co.  
Neue Beckenhofstrasse 47  
Zürich 6  
Allein-Verkauf für die Schweiz

## Sektionen

### Hoteller-Verein Lugano und Umgebung.

In der ausserordentlichen Generalversammlung vom 4. Dezember ist der Vorstand des Hoteller-Vereins Lugano und Umgebung für die Jahre 1932/33 folgend bestellt worden: Präsident Walter Fassbind, Vizepräsident Emil Huhn, Sekretär Hans Gerber, Kassier Hermann Wyss, Beisitzer H. H. Eduard Camenzind, Guido Clericetti, Artur Maspoli. — Zu Rechnungsrevisoren wurden gewählt die H. H. Johann Müller und F. Müller-Huwiler.

**Lugano und Locarno.** Die Hoteller-Vereine von Lugano und Locarno haben gemäss den Beschlüssen der ausserordentl. Delegiertenversammlung des S. H. V. in ihren kürzlichen Sitzungen einstimmig beschlossen, die Pensionspreise bis zu 10 Prozent herabzusetzen. — In der von den beiden Sektionen gefassten Resolution wird dieser Schritt mit wirtschaftlichen Notwendigkeiten des Tessins sowie mit der steigenden Konkurrenz des Auslandes begründet und zum Schluss der Erwartung Ausdruck gegeben, dass die andern Wirtschaftsgruppen, die Lieferanten der Hotellerie, die Banken und Transportanstalten ähnliche Massnahmen pro Einleitung eines allgemeinen Preisabbaues treffen und darin von den Behörden tatkräftig unterstützt werden.

## Wintersport

### Wintersport im Leventina-Tale.

Das Hotel de la Poste in Ambri-Piotta veranstaltet vom 26. Dezember 1931 bis 3. Januar 1932 einen Ski-Kurs, der von einem tüchtigen Ski-Lehrer geleitet wird. Die Kurorte des oberen Leventina-Tales sind das bevorzugte Gebiet der Wintersportfreunde des Tessins. Ihre Gegend bietet prächtige Skigelände, vor allem auf den Anhöhen des rechten Talufers und am Ritomsee, der auch im Winter mit Drahtseilbahn erreichbar ist. Die erwählte Veranstaltung ist geeignet, den Ski-Sport auch in unserem Südkanton zu fördern.

### Internat. Eisswettläufen 1932 in Davos.

Der Internat. Schlittschuh-Club Davos veranstaltet soeben die Ausschreibungen für die vom 8.—10. Januar 1932 auf der Davoser Eisbahn stattfindenden Eisswettläufen. Das Programm sieht folgende Konkurrenzen vor: 1. Europameisterschaft im Schnelllaufen 1932; 2. Internationale Kunstläufe für Herren und Damen; 3. Internationales Paarlaufen und 4. Internat. Schnelllaufen um den Preis von Davos.

## Saison-Eröffnungen

St. Moritz-Dorf: Hotel La Margna, 12. Dezember.

## Auslands-Chronik

### Hotelmisere in Österreich.

Wie wir der Wiener „Reichspost“ entnehmen, sprach am 3. Dezember eine Abordnung der niederösterreichischen Hotellerie beim Bundeskanzler Dr. Buresch vor, um eine Denkschrift über die unhaltbar gewordene Lage des Gastgewerbes zu überreichen. Die Krise der Hotels erreicht laut Meldung genannten Blattes ihren Gipfelpunkt durch Erhöhung der Bahntarife und durch die Devisenbewirtschaftung, welche die Einreise aus dem Ausland vollständig unterbunden haben. Dadurch ist die durch Schlechtwetter in der Saison, Pengosturz, Marktsperre, Bankbrüche und verminderte Frequenz schon während des Sommers notleidend gewordene Hotellerie von einer Krise sondergleichen erfasst worden. Zur Verhinderung des Zusammenbruchs der zehnjährigen Aufbauarbeit am Fremdenverkehr verlangte der Sprecher der Abordnung besondere Massnahmen für die Hotellerie, wie Abschreibung von uneinbringlich gewordenen Steuerrückständen, Steuerermässigung und Abbau von Sondersteuern überhaupt. Der Bundeskanzler versprach, die Anregungen und Wünsche im Ministerkomitee zur Beratung zu stellen.

## Finanz-Revue

**S. A. Grand Hôtel de Territet.** — Der Betriebsergebnis hat sich im Rechnungsjahr 1931/32 weiterhin verringert; er betrug 151,000 Fr. gegen 250,000 Fr. in 1929/30 und 369,000 Fr. in 1928/29. Gegenüber einem Aktivsaldo von 55,000 Fr. im Vorjahre schliesst die Rechnung mit einem Passivsaldo von rund 50,000 Fr., welcher durch Entnahme aus dem Reservofonds getilgt wird. („Basler Nachrichten“)

## Verkehr

### Bahnen

### Neue Riesenlokomotiven für den Gotthard.

Einen interessanten Blick in den Werdegang der beiden elektrischen Riesenlokomotiven, welche die Bundesbahnen in nächster Zeit im Gotthardverkehr einsetzen, gewährt uns die neue SBB-Revue. Die aus zwei symmetrischen Hälften bestehende Maschine schlägt alle bisherigen Grössenrekorde. Sie rollt auf 14 Achsen, hat eine Gesamtlänge von 34 Metern, verfügt über 8500 Pferdekraft und entwickelt eine maximale Geschwindigkeit von 100 km. Sie wird es fertig bringen, die Last von 750 Tonnen ohne Vorspann über die Steilrampen des Gotthard zu schleppen. Die beiden auf verschiedenen Konstruktionen beruhenden Maschinen werden in der ganzen Welt Aufsehen erregen. Der schweizerischen Maschinenindustrie stellen sie ein glänzendes Zeugnis aus.

Aus dem weiteren Inhalt des Novemberheftes sind die Seiten hervorzuheben, die sich mit der Berufsausbildung des schweizerischen Hotel- und Wirtspersonals befassen. Sie zeigen, mit welcher Sorgfalt der Nachwuchs unseres repräsentativsten Berufes betreut wird und wie vielseitig die Ausbildung unserer Hotelfachschulen ist. Ein französischer Artikel singt das Lob der schweizerischen Bahnhofbuffets und verbindet geschickt die kulinarische mit der psychologischen Betrachtung. Aus geschichtlicher Erinnerung schöpft ein Beitrag, der mit wertvollen alten Bildern ergänzt ist und von der Escalade in Genf erzählt.

Der Rest der Nummer gehört dem Wintersport, der in italienischer, französischer und englischer, vor allem aber in der Bild-Sprache reichlich zum Worte kommt. Aus englischer Perspektive erfahren wir eine Wärdigung des Eislaufes, die uns mit Stolz erfüllt. Gute praktische Dienste leistet die Karte mit den Stationen, für welche die billigen Wintersportbillette herausgegeben werden, die dieses Jahr auch den ganzen Montag ihre Gültigkeit behalten. Ein farbig empfundenes Titelbild mit einer sonnigen Skifahrerin von Elsy Germann gibt dem Heft eine über den Tag hinausreichende künstlerische Bedeutung.

### Beiträge des Bundes an die Elektrifizierung von Bahnen.

In Zürich fand kürzlich eine vom Schweizer Wasserwirtschaftsverband einberufene Diskussionsversammlung statt. Thema: Der Treibspann. Darunter ist ein elektromotorischer bewegter Autobus zu verstehen. Der Motor erhält aber den Strom nicht durch eine Akkumulatorenbatterie, sondern durch eine Fahrdrathleitung (wie die elektrischen Strassenbahnen) und einen Stromabnehmer. Es wurde gezeigt, dass solche Anlagen im Hinblick auf die ständig steigende Benzineinfuhr in manchen Fällen erwünscht wären. Im Laufe der Diskussion ergriff auch Direktor Zehnder von der Montreux-Oberland-Bahn das Wort und bemerkte u. a., dass ein eidgen. Gesetz vom Jahre 1917 bestünde, wonach der Bund den Privatbahnen für die Elektrifizierungskosten Beiträge entrichte, dass aber jene Bahnen, die speziell im Interesse der Hotellerie erstellt wurden, von dieser Vergünstigung ausgeschlossen seien. Herr Zehnder regte an, der Wasserwirtschaftsverband möge bei den Behörden um Aufhebung oder liberale Handhabung dieses Passus vorstellig werden und wies auf die allgemeine volkswirtschaftliche Bedeutung der Hotellerie hin.

**Berninabahn.** Auf der Berninabahn gelangen auf die kommende Saison Sportsbillets ab Tirano nach St. Moritz, Pontresina und

Celerina zur Ausgabe, bei denen als Fahrpreis die normale Taxe einfacher Fahrt Anwendung findet. Die Sportsbillets werden Samstag und Sonntag ausgegeben und besitzen Gültigkeit für die Rückfahrt am Sonntag oder Montag. Andererseits werden Sport-Abonnemente III. Klasse geschaffen, die 10 Tage gültig sind und innert dieser Zeit auf der Strecke St. Moritz-Berninabahn zu beliebig vielen Fahrten in fahrplanmässigen Zügen verwendet werden können. Diese Sportsabonnemente sind vom 1. Dezember 1931 bis 31. März 1932 erhältlich. Dr. L.

## Post, Telegraph u. Telephon

**Weihnachts- und Neujahrsglückwunschkarten.** (svz) Wie in den letzten Jahren werden auch für die nächsten Weihnachts- und Neujahrstage im Verkehr mit dem Ausland wieder Glückwunschkarten zu bedeutend ermässigten Tarifen angenommen.

## Automobilverkehr

**Automobilverlad.** Um den Verlad von Automobilen durch den Gotthardtunnel auf eine möglichst kurze Strecke zu beschränken, wird von den Behörden des Kantons Uri die Gotthardstrasse den Winter über bis Göschenen freigehalten werden, so dass ein Transport nur auf der kürzesten Strecke Göschenen—Airolo oder umgekehrt nötig sein wird. Ein Verlad ist ebenfalls möglich durch Lötschberg- und Simplontunnel sowie mit der Albulabahn (ins Engadin). ET

### Vorübergehende Einfuhr von Motorfahrzeugen in die Schweiz während des Monats Oktober in den Jahren 1931 und 1930.

	1931	1930
Automobile mit provisorischer Eintrittskarte . . . . .	5,983	4,686
Automobile mit Freipass . . . . .	551	543
Automobile mit Triptyk oder Grenzpassierschein . . . . .	4,824	4,456
Motorräder . . . . .	76	111
Total	11,434	9,796

**Neue Möglichkeiten für den Passverkehr im Winter.** Ein Raupenautomobil hat den Simplonpass bei hoher Schneelage von der italienischen Seite (Domodossola) nach Brig ohne grosse Schwierigkeiten überquert. Dadurch sind neue Aspekte für den Postverkehr im Winter über die Alpenpässe eröffnet. ET

## Propaganda

„Winter in der Schweiz“, illustrierte Broschüre, herausgegeben von der Schweizerischen Verkehrszentrale, Zürich und Lausanne, 1931.

Im Zeichen des beginnenden Winters hat die Schweizerische Verkehrszentrale eine neue Auflage ihrer Winterbroschüre in deutscher und englischer Sprache herausgegeben, die als erprobtes Werbemittel ihren Zweck zweifellos auch diesmal nicht verfehlen wird. Nach einem kurzen Einführungswort gibt sie übersichtlichen Aufschluss über sämtliche Winterstationen der Schweiz, die dortigen Sporteinrichtungen, Skihütten, Sportclubs, die den Wintergästen zur Verfügung stehenden Sportlehrer und Führer, Kurtaxen, Postbureaux, Ärzte, Apotheken, Gottesdienst, durchschnittliche Sonnenscheindauer. Anziehend wirkt das in lebhaften Farben gehaltene Titelblatt nach einem Entwurf von Mäker Laubi. Eine Reihe von Bildern mit Wintersportscenen begleiten den Text und geben der Publikation eine anregende, heitere Note. Es ist zu hoffen, dass sie trotz der überall herrschenden Krisenzeit nicht wenige Freunde des winterlichen Schweizerhochgebirges anlocken und ihnen als nützlicher Leitfaden dienen wird.

**Neuerscheinungen von Werbeschriften.** „Schweiz. Wintersaison 1931/32“, Verzeichnis der sportlichen und gesellschaftlichen Veranstaltungen, herausgegeben in Deutsch, Französisch und Englisch von der Schweizerischen Verkehrszentrale in Zürich und Lausanne.

Transport von Automobilen durch die schweizerischen Alpentunnels: Broschüre mit Fahrplan, herausgegeben in Deutsch von der Sektion Zürich des A. C. S.

\*Andermatt: Wintersportsprogramm 1931 bis 1932, herausgegeben in Deutsch, Französisch und Englisch.

Arosa: Wintersportsprogramm mit Hotelliste und Geschäftsanzeiger. Herausgegeben in Deutsch, Französisch und Englisch vom Kur- und Verkehrsverein Arosa.

Bergün: „Der Mittelpunkt vom Winterparadies“, mit Pensionspreisen und speziellen Sportarrangements. Herausgegeben in Deutsch und Englisch vom Verkehrsverein Bergün.

Bergün: Prospekt über die Privatskikurse im Februar mit spez. Hotelarrangements. Herausgegeben in Deutsch vom Offiziellen Verkehrsverein Bergün.

Champéry: Illustrierter Pliant mit Fahrplan, Hotelliste und Tourenverzeichnis. In Deutsch, Französisch und Englisch herausgegeben vom Verkehrsverein Champéry.

\*Davos: Wintersportsprogramm 1931/32, herausgegeben in Deutsch, Französisch und Englisch. \*Graubünden: Winter in . . . Hotelliste. In Deutsch, Französisch und Englisch herausgegeben vom Verkehrsverein für Graubünden, Chur.

\*Gstaad: Illustrierter Pliant, Gstaad im Winter. In Deutsch, Französisch und Englisch.

Klosters: Hotelliste Winter 1931/32 in Deutsch und Englisch sowie illustrierter Winterprospekt in Deutsch, Französisch und Englisch herausgegeben vom Kur- und Verkehrsverein, Klosters.

Sils: Illustrierter Winterprospekt mit Hotelverzeichnis. In Deutsch vom Verkehrsverein herausgegeben.

Zermatt: Reich illustrierter Winterprospekt in Deutsch, Französisch, Englisch und Italienisch vom Verkehrsverein Zermatt.

Zermatt: Wintersportsprogramm mit Hotelliste und Fahrplan in Deutsch, Französisch, Englisch und Italienisch herausgegeben vom Verkehrsverein Zermatt.

\*St. Gallen-Gais-Appenzellbahn: Illustrierter Pliant mit Hotelverzeichnis. Herausgegeben in Deutsch und Französisch von der Betriebsdirektion in Teufen.

Die mit \* bezeichneten Broschüren werden von der Schweizerischen Verkehrszentrale ins Ausland versandt; für die übrigen wende man sich an die Herausgeber.

## Fachliteratur

**Organisationsgrundsätze der Fremdenverkehrspflege in Europa**, Heft 4 der Schriftenreihe des Forschungsinstituts für den Fremdenverkehr in Berlin C 2, Neue Friedrichstrasse 59, bearbeitet von Dr. H. Klafkowski. — Die Schrift basiert vornehmlich auf den Ergebnissen einer umfassenden Rundfrage des gen. Forschungsinstituts an die zuständigen Verwaltungsstellen und orientiert über die Tätigkeit und den Aufbau der Organisationen zur Förderung des Fremdenverkehrs in den verschiedenen Ländern Europas. — Eine eingehendere Besprechung behalten wir uns vor.

## Literatur

### Neuerscheinungen

**Fest- und Stimmungs-Getränke.** Mit und ohne Alkohol. Punsche, Cocktails, Cups und Bowlen. Mit einer Anleitung zum Mixen. Von Dr. med. Hans Balzli. Mit Bildern. Soeben erschienen im Süddeutschen Verlagshaus G. m. b. H., Stuttgart, Birkenwaldstrasse 44. Preis: RM. 1.25.

„Die Lehren der Wirtschaftskrise“, von Dr. Joseph Jahn, Berlin, Wirtschaftspolitischer Referent im „DhV“.

„Der Ausbau unseres Tarifrechts“, von K. Lürssen, Leipzig.

Zwei Vorträge, gehalten auf dem Bundestag 1931 des Bundes der Hotel-, Restaurant- und Café-Angestellten U.G., christlich-nationaler Berufsverband. Preis RM. 1.—. Zu beziehen durch den Buchhandel, oder direkt vom Verlag: Leipzig-C. 1. Johannissgasse 4.

Redaktion — Rédaction

Dr. Max Riesen

A. Matti

Ch. Magne

**Woldecken, Steppdecken, Daunen-Steppdecken, Duvetsdecken u. Kissen**



Umarbeiten von Duvets in la. Steppdecken, ebenso Neuüberziehen von allen Steppdecken etc.

Steppdecken u. Bettwaren-Fabrik

**A. Staub & Cie.**  
Seewen (Schwyz)

## FLORENZ

Florence-Washington Bristol

Familien-Hotel I. Ranges

Am Lung'Arno. Das ganze Jahr geöffnet.

H. P. Arquin, Propr., Dir. M. S. H. V.

**Neuchâtel Châtenay**

se trouve dans les bons Hôtels

**COGNAC**  
**RICHARPAILLOU**  
AGENT GENERAL  
ET EXCLUSIF POUR LA SUISSE  
**ROGER PERRENOUD**  
SPIRITUEUX EN GROS  
MOTIERS (NEUCHÂTEL)

**„AKO“**  
Chlorfreies Bleichwaschmittel  
garantiert unschädlich, vorteilhaft u. arbeitssparend. Entfernt alle Flecken. Prima Referenz.  
**CHEMISCHE- U. SEIFENFABRIK STALDEN (EMMENTAL)**  
**Revue-Inserate haben Erfolg!**

Erfolgreiche Werbung durch  
**FRETZ**  
DRUCKSACHEN  
Verlangen Sie Muster!  
GER. FRETZ AG ZÜRICH  
Buch Stein Offset  
Kupferdruck

**National-Kassen (Occas.)**  
weit unter Preis verkauft mit aller Garantie u. Zahlungsr. Eigene Reparaturwerkstatt mit Rollenschnelderei  
**M. Sing, Zürich**  
Klosterstr. 15  
Telephon 44.512

**ORO**  
für die gute Küche  
Kochfett ORO  
mit Butter ist  
altbewährt  
Flad & Burkhardt & Co.  
Verlikon  
**ORO**

## Bedauerlich ist es

dass Sie in den gegenwärtigen Zeiten nicht in vollem Masse von meinen Offerten in



## Orient-Teppichen

profitieren können. — Mein sehr reich assortiertes Lager in nur ausgewählter Orient-Ware steht Ihnen aber auch für kleinere Anschaffungen zur Beschäftigung offen. — Auswählungen gerne zur Verfügung. — Vielleicht veranlassen Sie die äusserst vorteilhaften Preise, mein Angebot für

### Festgeschenke

in Betracht zu ziehen.

Es empfiehlt sich Ihnen bestens

**W. Geelhaar**  
Bern  
GEGR 1869

Thunstrasse 7 · Helvetiaplatz · Thunstrasse 7



**600 Hotels**  
und Pensionen  
verwenden  
Kochfett Kraft

FABRIKANTEN: STÜSSY & CIE. ZÜRICH  
AKTIENGESELLSCHAFT

## Ihr Hotel ist stets besetzt

wenn Sie in Ihren Zimmern Waschtische mit fliessendem temperiertem Wasser haben

**BAMBERGER, LEROI & CO., ZÜRICH**

Aktien-Gesellschaft  
Fabrik sanitärer Einrichtungen



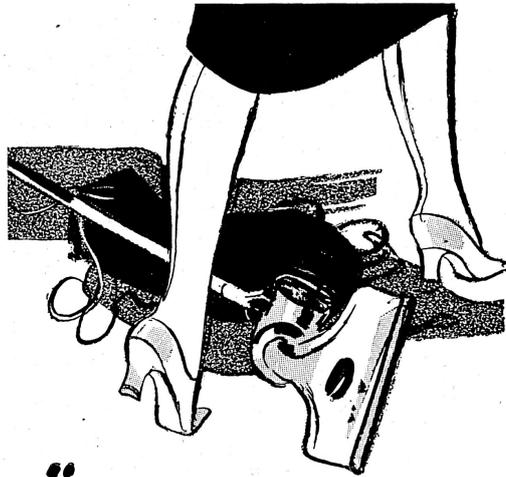
„Columbus“

## Votre hôtel sera toujours au complet

■ les lavabos avec eau courante et tempérée sont installés dans toutes vos chambres

**BAMBERGER, LEROI & CO., ZÜRICH**

Société Anonyme  
Fabrication d'appareils sanitaires



Über den gewönl.  
Staubsauger sind  
wir längst hinweg-  
Heute

führt der Electrolux  
Hygieneapparat Modell XII

### Er ist geräuschlos!

Sein Staubsaug ist vor Erschütterungen gesichert. Mit seinen 2000 Litern eingesaugte Luft pro Minute werden die Teppiche sozusagen mit Luft gewaschen und dadurch vollkommen entstaubt. Kein Klopfen, kein Bürsten und damit verbundenes Abnutzen von Teppichen. Er nimmt mit seiner patentgeschützten Drehdüse alle Fäden und Haare auf. Er tötet die Motten und deren Brut.

Er sorgt mit seinem Bakterienfilter für vollkommen reine Luft in allen Zimmern und hält die darin enthaltenen Krankheitserreger zurück. Er reinigt unter den Möbeln, frischt Matratzen und Kissen auf, entstaubt Gardinen und Vorhänge, und zwar alles ohne kompliziertes Auswechseln der Zubehörteile. Besitzen Sie einen ähnlichen überlegenen Apparat?

### Wenn ja, dann behalten Sie ihn, wenn nein, dann tauschen Sie ihn um

gegen den Electrolux Hygieneapparat Modell XII, den einzigen, der alle diese Bedingungen und noch viele andere erfüllt. Er kostet nur Fr. 25.50 im Monat.

Verlangen Sie Prospekt Nr. XII od. akzeptieren Sie Vorführung. Dieselbe ist kostenlos und unverbindlich.

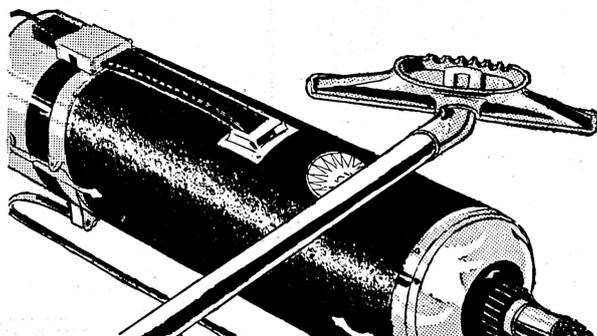
# Electrolux

Zürich, Ausstellung: Schmidhof

Tel. 52.756

Filialen in:

Lugano	Tel. 12.76	St. Gallen	Tel. 47.02
Basel	„ 45.400	Lausanne	„ 28.716
Luzern	„ 17.40	Bern	Christoph 47.94
Genf	„ 41.496	Davos	Tel. 11.02



## Fuchsbutter

die bewährte Schweizer  
Marken-Tafel-Butter  
Alle Sorten Back- und  
Kochbutter - Spezialität:  
Schlagrahm

von der Molkerei

FUCHS & Co., RORSCHACH

## Ausstattungen für Hotels und Restaurants

Gegründet 1820

Hotel - Porzellan  
Engl. Hotel-Fayencen  
Glas- und Kristall-Service  
Hotel-Silber und -Bestecke  
Spezialitäten für Hotels aus  
Cromargan - Kupfer - Nickel

## Theodor Meyer, Bern

32 Marktgasse 32

Verlangen Sie Offerte und un-  
verbindlichen Vertreter-Besuch

### Inserieren bringt Gewinn!

Der Barman  
bevorzugt die  
praktischen und  
schwerversilberten  
Bargeräte  
der

Orfèvrerie

# ERCUIS

Paris



Verlangen Sie Muster und Preise

Generalvertreter für die Schweiz:

# Kiefer

Glas Porzellan Bestecke  
BASEL GERBERGASSE 14

REGIONAL-VERTRETER:

Th. Meyer-Buck Sohn & Co. Zürich — Gebr. Banholzer Solothurn — Mahler & Co. Chur — Th. Meyer Bern — Sibler & Co. Zürich — Boujon Frères Genève — Ferd. Hurni Luzern.