

Objekttyp: **Issue**

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

Band (Jahr): **49 (1940)**

Heft 8

PDF erstellt am: **11.09.2024**

Nutzungsbedingungen

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

Haftungsausschluss

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

SCHWEIZER HOTEL-REVUE

Nº 8

Basel, 22. Februar 1940

FACHORGAN FÜR DIE HOTELLERIE UND DEN FREMDENVERKEHR

Nº 8

Bâle, 22 février 1940

INSERATE: Die einspaltige Nonpareillezeile oder deren Raum 45 Cts. Reklamen Fr. 1.50 per Zeile. Bei Wiederholung entsprechender Rabatt.

ABONNEMENT: SCHWEIZ: jährl. Fr. 12.—, halb. Fr. 7.—, vierteljährlich Fr. 4.—, monatlich Fr. 1.50. AUSLAND: bei direktem Bezug jährlich Fr. 15.—, halbjährlich Fr. 8.50, vierteljährlich Fr. 5.—, monatlich Fr. 1.80. Postabonnemente: Preise bei den ausländischen Postämtern erfragen. Für Adressänderungen ist eine Tage von 30 Cts. zu entrichten.

Eigentum des
Schweizer Hotelier-Vereins



Propriété de la
Société Suisse des Hôteliers

Erscheint jeden Donnerstag

Neunundvierzigster Jahrgang
Quarante-neuvième année

Paraît tous les jeudis

ANNONCES: La ligne de 6 points ou ses espaces 45 cts., réclames fr. 1.50 par ligne. Rabais proportionnel pour annonces répétées.

ABONNEMENTS: SUISSE: douze mois fr. 12.—, six mois fr. 7.—, trois mois fr. 4.—, un mois fr. 1.50. Pour l'ÉTRANGER abonnement direct: 1 an, 15 fr.; 6 mois, 8 fr.; 3 mois, 5 fr.; 1 mois, 1 fr. 80. Abonnement à la poste: demander le prix aux offices de poste étrangers. Pour les changements d'adresse il est perçu une taxe de 30 centimes.

Postcheck- & Giro-Konto No. V 85

Redaktion u. Expedition: Gartenstrasse No. 112, Basel
Verantwortlich für Redaktion und Herausgabe: Dr. Max Riesen

TELEPHON
No. 27934

Rédaction et Administration: Gartenstrasse No. 112, Bâle
Druck von Emil Birkhäuser & Cie., A.G., Basel

Compte de chèques
postaux No. V 85

Werbung um den Schweizer Gast

Wir müssen uns damit abfinden, einer Kriegs-Sommersaison entgegenzugehen, von der vom Auslande her noch weniger zu erwarten ist als in diesem Winter. Trotzdem muss die Wirtschaft weitergehen. Es wäre Selbstvernichtung, der düsteren Aussichten wegen bedauernd und klagend die Hände in den Schoß zu legen und auf den allgemeinen wirtschaftlichen Untergang zu warten, weil er ja doch nicht aufzuhalten sei. Nein! Es gilt nicht nur die militärischen Kräfte mobil zu machen, sondern auch die wirtschaftlichen.

In normalen Zeiten ist es leicht, die Wirtschaft in Gang zu halten. Die Hochkonjunktur zwingt uns mitzugehen. In so schwierigen Verhältnissen, wie wir sie heute durchleben, müssen wir die Lage meistern. Gerade in bösen Zeiten besiegen wir die Verhältnisse nur dann, wenn wir uns auf unsere eigenen innern Kräfte besinnen und verlassen. Die Leistungen, die man heute von uns verlangt, können nicht mit den Methoden von gestern erfüllt werden. Auf allen Gebieten lässt sich stets von neuem feststellen, dass der, der sucht und kämpft, immer wieder neue Wege und Möglichkeiten erschliessen wird. Heute braucht es Leute mit Initiative, Leute, die sich umstellen und Veraltetes über Bord werfen können; Leute, die planmässig arbeiten und vor keinem Hindernis zurückschrecken.

Der Fortbestand der schweizerischen Hotellerie hängt davon ab, ob es gelingt, Schweizer an Stelle der ausbleibenden Ausländer als Feriengäste zu gewinnen. Darum wollen wir uns mit der wichtigen Frage, wie wir werben wir erfolgreich um den Schweizer Gast, befassen.

Wohl ist es nicht möglich, fixfertige Rezepte auszugeben. Dazu ist der Raum eines Zeitungsartikels zu eng und die örtlichen und betrieblichen Verhältnisse zu verschieden. Es kann sich hier also nur um generelle Anregungen handeln, von denen einige neu und die andern in vereinzelt Fällen bereits mit Erfolg durchgeführt wurden. Es soll hier ausschliesslich von der Gästewerbung in unserem Lande gesprochen werden.

Vor allem möchten wir dem guten Werbebrief den Vorrang geben. Zuerst denken wir aller ehemaligen Gäste. Dabei kann dem Einwand: Nun sind wir Schweizer für eure Hotels wieder gut genug, entgegengehalten werden: Sie können sich jetzt ganz besonders in guter Schweizer Gesellschaft heimisch fühlen. Die schweizerische Gastlichkeit darf aber nicht nur im Werbebrief zu spüren sein. Das Hotel muss sich ganz auf schweizerische Eigenart und Gepflogenheit ein- respektive umstellen. Dies geht auch die Hoteliere an. Wie oft hört man Leute nach einem Ferienaufenthalt sagen: Es war sehr gut dort, und doch waren wir froh, nach drei Wochen heimzufahren, wo wir unser gewohntes Essen haben. Man darf die sich gestellten Aufgaben nicht nur vom eigenen engen Berufsstandpunkte aus anpacken, sondern muss ein Problem als Ganzes erfassen, die Gesamtlage überblicken und an alle fernliegenden Zusammenhänge denken. Das Erforschen der Bedürfnisse und Wünsche der Gäste ist weit wichtiger als eine teure Reklame. Die Hotelwerbung richtet sich an Menschen, um ihnen ganz persönliche Dinge anzubieten!

Weiter regen wir an, den pensionierten Beamten, aber auch den Kaufleuten, besonders günstige Monats-Abkommen zu offerieren. In dem Werbebrief müsste gesagt

werden, dass der Preis (Bahnfahrt, Kurtaxen, Trinkgelder inbegriffen) fest und im voraus zu bezahlen ist.

Hoteliers, die ihren Betrieb nicht öffnen, könnten die Adressen ihrer Schweizer Gäste den andern Ortskollegen geben. Da viele Wintergäste auch im Sommer in die Ferien gehen, könnten Hotels, die im Sommer geschlossen sind, ihre Gästeadressen ebenfalls für die Sommerwerbung ausleihen. Kleine Photos, die vom Treiben im Hotel und von der Umgebung erzählen, werden dem Werbebrief beigelegt. Sie sagen mehr als die meisten Prospekte und sind auch billiger. Die Prospekte und Inserate geben überhaupt zu wenig wahre Stimmung (sie scheinen alle nach einem feststehenden Einheitsmuster geschaffen zu sein), und darauf kommt es an.

Badehotels bearbeiten Leute aus bestimmten Berufen in gesetztem Alter, die zu den vom betreffenden Badeort behandelten Krankheiten neigen. Hotels, die man nur mit einer teuren Bahnkarte erreicht, wählen ihre Adressen unter den Bahnbeamten aus, die billig oder unentgeltlich fahren. Abgelegene Kurorte, die dem Autovekehr verschlossen sind, werben um ältere Leute. Der Brief betont die Ruhe und Beschaulichkeit, schildert den Reiz der Fahrt und hebt das einfache, zuträgliche und gepflegte Essen hervor. Ausflugsstätten schreiben an Schul-, Vereins- und Stationsvorstände, an Lehrer und Autocarsunternehmer. Dabei sind ausführliche und genaue Menu- und Preisvorschläge nötig (billigste und interessanteste Fahrt oder Tour). Aus eigener Erfahrung weiss ich, dass man besonders den Lehrern nicht ausführlich genug berichten kann. Begrifflich, haben sie doch meist die ganze Verantwortung über Gelingen oder Misslingen des Ausfluges zu tragen. Zwischen der Ankunft und Mahlzeit hält man eine herzliche Ansprache. Damit ist der Kontakt mit den Tagesgästen hergestellt. Eine solche kurze Rede muss vor allem das Wohl des Gastes in den Vordergrund stellen. Bei Vereinen sorgt man dafür, dass nach dem Essen Gelegenheit zum Tanzen gegeben ist. Für Schulen werden Spiele veranstaltet, um die Lehrer für eine kurze Zeit zu entlasten und die Kinder zu Freunden zu machen. Kinder sind die besten Werbeträger! Eine Ausflugsstätte kann auch regelmässig am Donnerstag Sonntagsmenüs mit Preisangaben an Automobilisten im engern Umkreis schicken. Auch durch Veranstalten von Kinderfesten kann man sich gute Freunde schaffen. Ist ein Betrieb für Hochzeiten eingerichtet, dann bearbeitet er Adressen von Familien guter Kaufkraftklassen mit Söhnen im Alter von 25—30 Jahren und Töchter von 20—26. Familienhotels, wobei ein Kinderzimmer, eine Kindergärtnerin und ein grosser Spiel- und Sportplatz die mindesten Voraussetzungen sind, wenden sich an bessergestellte Familien mit Kindern.

Sowohl Gäste als Vereine und Schulen müssen mit einer bestimmten Gegend vor der Reise völlig vertraut gemacht werden. Heute gilt es mehr denn je, dafür zu sorgen, dass man rechtzeitig und immer wieder von uns hört, damit wir nicht vergessen werden. Darum nützt man jede Gelegenheit, sich die Freundschaft der alten Gäste zu erhalten: Geburtstagswünsche, Gratulationen zu Beförderungen, Jubiläen, Weihnachten, Neujahr, Ostern usw. In solchen Briefen tritt das Geschäft ganz in den Hintergrund.

Das Entwerfen eines Werbebriefes scheint auf den ersten Blick eine einfache Sache zu sein. Dass dem nicht so ist, beweisen die vielen schlechten Werbebriefe, die beim Empfänger natürlich eine gegenteilige Wirkung erzielen. Es gibt Werbefachleute, die an einem einzigen Werbebrief tagelang arbeiten. Ein guter Werbebrief kann auch nicht zu jeder Zeit entworfen werden. Es braucht dazu eine produktive Stimmung. Worte, die wir mit dem Schwung der Begeisterung schreiben, wecken diese Begeisterung auch im Leser. Wer sich in die Wunschträume des Lesers hineinräumen kann, wer die Akkorde und Motive dieser Wunschträume beherrscht, der findet bestimmt die Wege zum Herzen seiner Leser. Was von Herzen kommt, geht zu Herzen. Zu seinem eigenen Vorteile lässt sich jeder gerne beeinflussen!

Wenn wir nicht selbst fähig sind, einen Werbebrief zu schreiben, dann übergeben wir diese Arbeit dem, der es kann. Die Auslagen dafür sind weit kleiner als der Ärger und Schaden, den wir uns durch den Versand schlechter Werbebriefe zufügen. Zirkulare sind keine Werbebriefe, sondern Drucksachen, die meist ungelesen in die Versenkung des Papierkorbes wandern.

Der persönliche Besuch ist die beste Werbung, weit besser als alle andern Werbemittel zusammen. Allgemein wird diese Werbeart für die Hotellerie kaum durchführbar sein, aber in ganz bestimmten Fällen werden einzelne Hotels — vorab Heilbäder — diesen Weg einschlagen können und damit Erfolg haben. Der Besuch muss angezeigt werden: schriftlich oder telephonisch. Das Gespräch, das anlässlich der Gästebesuche gehalten werden soll, muss gründlich vorgedacht worden sein. Auch hier hängt der Erfolg von der eingehenden Vorbereitung ab. Dabei müssen wir uns in die Sache des andern hineinfinden, empfinden, um ihm aus der Seele sprechen zu können. Wer nur stets von seinem eigenen engen Berufsstandpunkt aus denkt, spricht und handelt, dem gelingt es nicht, mit Menschen ständig in Verbindung zu bleiben. Je sicherer wir die Vorzüge unseres Hauses und der damit verbundenen Dienstleistung begründen können, je ruhiger und überzeugender wir die Begründung vorbringen, um so wirksamer ist sie. Um den Gast für uns zu gewinnen, müssen wir indirekt werben. Das Hotel, seine Einrichtung, die gastliche Atmosphäre, der Dienst am Gast, die Küche, Umgebung, Ausflugs-, Sport- und Vergnügungsmöglichkeiten müssen derart „sprudeln“ und begeisternd geschildert werden, dass der Zuhörer unwillkürlich alles miterlebt. Nur so bringen wir unsern Freund zum Mitgehen, zur Begeisterung und schliesslich zum Entschluss. Selbstverständlich darf nur das Versprochen werden, was auch gehalten werden kann. Für solche Besuche ist es ausserordentlich wertvoll, die persönlichen Verhältnisse des andern zu kennen oder sie in Erfahrung zu bringen. Jeder Mensch hat irgendeine Liebhaberei, sein Steckenpferd. Sprechen wir von dem, was den andern interessiert, dann wird er sich auch für uns interessieren. Den Gast geht es nichts an, worunter ich persönlich leide und welche persönlichen wirtschaftlichen Schwierigkeiten ich zu überwinden habe.

Für die Vorbereitung und Auswirkung jeder Reklame braucht es Zeit. Für die persönliche Werbung erst recht! Wer glaubt, mit einem einzigen, kurz vor Saisonbeginn verschickten und in aller Eile entworfenen Werbebrief Erfolg zu haben, der wird bald das Gegenteil erfahren. So einfach ist es nicht!

S. Lötcher-von Büren

Inhaltsverzeichnis:

Seite 2: Amerikas Hotelwoche — Aus dem Leserkreis — Kleine Chronik. Seite 3: Kriegswirtschaftliche Massnahmen — Saisonchronik. Seite 4: Aus den Sektionen — Paho — Personalrubrik — Totentafel.

Umschau

Die Kantonsgebühren für Aufenthaltsbewilligung von Gästen

An dieser Stelle wurde schon wiederholt auf die Kurzsichtigkeit kantonaler Instanzen hingewiesen, von den Auslandsfremden, die ausschliesslich für einen Aufenthalt in Hotels, Sanatorien oder Bädern nach der Schweiz kommen, eine möglichst hohe Kontrollgebühr zu erheben. Die Gebühr verärgert nicht nur, sondern verteuert den Aufenthalt, was umso sorgfältiger vermieden werden sollte, als der Auslandsplast mit Nebenauslagen in Form von Pass- oder Visumgebühren und anderen staatlichen Spornen aller Art schon reichlich genug bedacht ist, bevor er überhaupt zu uns kommen kann. In seinen Weisungen hat das eidg. Justiz- und Polizeidepartement den Ansatz von fünf Franken als obere Grenze für die kantonale Aufenthaltsgebühr erwähnt, was trotzdem die Mehrzahl der Kantonsbehörden dazu veranlasste, die Abgabe auf diesen Maximalsatz festzulegen, gerade als ob es gälte, den Fremden möglichst fern zu halten, anstatt anzuziehen. Der Kanton Bern ist dann, auf Eingaben aus Fremdenverkehren hin, mit dem guten Beispiel vorangegangen und reduzierte die Staatsgebühr auf einen Franken bei einem Aufenthalt bis zu einem Monat. Für zwei Monate beträgt sie zwei Franken und bis zu drei Monaten sind drei Franken zu entrichten. Dazu käme noch eine Gemeindegebühr von je einem Franken, auf welche die Gemeindebehörden gemäss ihrem freien Ermessen aber auch verzichten können. Mit diesem Entgegenkommen dokumentiert die Berner Regierung, dass es ihr tatsächlich nicht darum zu tun ist, mit den Kontrollmassnahmen ein Geschäft zu machen. Der zu entrichtende Obolus soll nur die den Behörden entstehenden unmittelbaren Kosten decken, was ja auch das Charakteristikum der Gebühr ist. Leider hat bei Kantonen und Gemeinden allzusehr die Praxis eingegrissen, die Gebühr als willkommene Gelegenheit zu einem besonderen Nebenverdienst zu missbrauchen und sie auf diese Weise zu einer versteckten Steuer umzubiegen. Auf dem Gebiete des Fremdenverkehrswezens ist eine solche Gebührenhandhabung aber allen Beteiligten, also auch dem Fiskus abträglich. Der Gast, der sich an einem Orte wohlfühlt und möglichst lange verweilt, bringt der dortigen Wirtschaft und damit dem Staate wesentlich mehr ein, als der Besucher, der abgeschreckt durch behördliche Inkommmodierungen aller Art möglichst bald wieder abreist oder aus Verärgerung nie mehr wiederkehrt.

Die wenigen Ausländer, die als Gäste während der Kriegszeit nach uns ins Ausland kommen, sind dem Braten sowieso nicht fett. Dagegen bedeutet jeder Zusschuss an fremden Devisen eine wertvolle Entlastung der neuerdings sehr passiv gewordenen Aussenhandelsbilanz. Das Berner Beispiel verdient daher Beachtung und Nachahmung, denn wie in vielen anderen Fällen, gilt auch hier, dass Weniger Mehr wäre!

Autoreisen noch teurer!

Erst kürzlich machten wieder offensichtlich offiziell inspierte Meldungen über den befriedigenden Stand unserer Einfuhr auf allen Gebieten der lebens- und betriebswichtigen Roh- und Hilfsstoffe die Runde. Man dürfte daher auch annehmen, dass die Benzinversorgung ebenfalls zu keiner besonderen Besorgnis oder unerwarteten Massnahmen Anlass geben werde. Da platzt nun von einem Tag auf den anderen eine weitere Erhöhung des Säulenpreises um 5 Rp. auf 55 Rp. in die scheinbar friedliche Ruhe auf dem Benzinmarkt. Diese weitere Verteuerung des Automobilbetriebes wird bedauerlicherweise auch ihre Auswirkung auf den beschiedenen Rest von inner-schweizerischem Autotourismus haben, der seit der Rationierung und der Requisition noch geblieben ist. Das Autofahren wird allgemach so kostspielig, dass sich auch die Fahrzeughalter, denen das Benzin dem Quantum nach noch zu einer Sonntagsfahrt reichen würde, immer mehr auf die ausschliesslichen Geschäftsfahrten beschränken werden. Die Folge davon wird die, dass der automobilstische Ausflugs- und Sportverkehr bald ganz aufhört und das auf ihn angewiesene Gastgewerbe einer noch schlimmeren Zeit entgegengeht, als es bereits hinter sich hat.

Man müsste sich in fatalistischer Ergebenheit in das Unvermeidliche fügen, wenn diese neuerliche Preiserhöhung ausschliesslich auf ein ent-

sprechendes Anzeichen der Weltmarktpreise zurückzuführen wäre. Ein automobilistisches Fachorgan gibt sich die irdliche Mühe, seine Leser glauben zu machen, die Verteuerung sei nichts anderes als eine Anpassung der Verkaufspreise an die Gesteungskosten. Etwas aufschlussreicher ist dagegen das offizielle Organ des TCS, das berichtet, dass neben den handelspolitischen auch noch ein wirtschaftspolitisches Teuerungselement, d. h. die Erhöhung der Grosshandlarmarge und der Pumpenkommission an der neuen Schlage mitverantwortlich sei. Diese wirtschaftspolitisch bedingte Preiserhöhung (wie schonend man von den die Benzingsellschaften berührenden Preisangelegenheiten spricht) betrage aber nicht einmal ganz 3,5 Rp. pro Liter. Ob aber diese Aufmunterungsprämie an den Grosshandel so unabwendbar war wie eine Erhöhung der Weltmarktpreise, der Transport- und Versicherungsspesen? Sei dem wie ihm wolle, so hat jedenfalls der Benzpreis jene Höhen erreicht, wo die Frage nach der Tragweite des Preises sehr akut wird. Diese Preiskletterei muss unweigerlich ihren nachteiligen Einfluss auf den Benzinabsatz und damit auf die Geschäftstätigkeit im Automobil- und Gastgewerbe, ja sogar auch auf die Zahl der einsatzbereiten arbeitsfähigen Wagen haben.

Mit dieser weiteren Veranlassung zur Einschränkung des Autoreiseverkehrs stellt sich für die Halter der Clubschilder unter den Hoteliers auch die Frage nach der Zweckmässigkeit dieses Beibehaltung. Da dem Zentralverband bereits eine Reihe von Zuschriften in dieser Sache zugegangen sind, wird es sich mit den beiden grossen Automobilverbänden des Landes ins Benehmen setzen, in der Erwartung, dass diese auch ihrerseits den bedauerlichen Auswirkungen eines fast gänzlich unterbundenen Autotourismus Rechnung zu tragen bereit sind.

Aus dem Auslande

Amerikas nationale Hotelwoche

Es dürfte wohl kaum eine Nation neben der Schweiz geben, in der die Hotelierie eine so ausserordentlich wichtige Rolle im Wirtschaftsleben des Landes spielt wie in den Vereinigten Staaten. Offizielle Statistiken und Enquêtes geben der Hotelindustrie den siebenten Platz in der Gesamtwirtschaft, was in einem Lande von der Grösse der Vereinigten Staaten und ihrer Industrialisierung den Aussenseiter überraschen dürfte. Die Unterschätzung der amerikanischen Hotelierie ist zweifellos darauf zurückzuführen, dass diese in der Vergangenheit nie an eine Kollektivwerbung gedacht hat, wie sie von andern Wirtschaftszweigen wiederholt durchgeführt worden ist. Individuelle Hotels geben erhebliche Beträge für ihre Reklame aus, aber diese verschwinden mehr oder minder im Rahmen der gesamten amerikanischen Reklame.

Gelegentlich der letzten Generalversammlung der American Hotel Association diskutierte man die Frage, auf welche Weise man die weiteste Öffentlichkeit in stärkerem Masse mit der Bedeutung der Hotelierie vertraut machen könnte. Verschiedene Pläne wurden besprochen, aber der einzige, dessen Durchführung man beschloss, war die Veranstaltung einer Nationalen Hotelwoche.

Bekannterweise spielt die Propaganda in den Vereinigten Staaten eine überragende Rolle, und man erfindet immer neue Methoden, um das Publikum an einen Markartikel oder Wirtschaftszweig, ein Stapelprodukt oder eine besondere Gelegenheit zu erinnern. Manche dieser Sitten hat man in Europa übernommen — so zum Beispiel Muttertag oder Vatertag. Viele andere sind spezifisch amerikanisch; um nur einige zu nennen: Eiskaffeewoche, Baumwollwoche, Lebensversicherungswoche, Milchwoche, Sicherheitswoche, Blumenwoche, Seidenwoche. Ihr Zweck ist in den meisten Fällen der auch einer Konsumsteigerung. Selbst eine Restaurantwoche gibt es seit einigen Jahren. Aber noch nie hatte sich die Hotelierie zu einer Werbeaktion dieser Art zusammengedungen.

Es liegt auf der Hand, dass eine Nationale Hotelwoche nicht über Nacht eine Zunahme der Hotelgäste bringen wird. Das Schlagwort der Kampagne gibt dem Zweck der Veranstaltung den besten Ausdruck:

HOTELS:

Ein Aktivium der Allgemeinheit,
Ein Dienst an der Nation.

Erstmalig sollen 120 Millionen Amerikaner als Einheit erfahren, was die Hotels als Wirtschaftsfaktor bedeuten. Bisher hat man die Hotelierie als eine Selbstverständlichkeit angesehen, als eine Notwendigkeit, ohne sich über ihre Funktionen klar zu werden und zu bewegen, dass es sich hier um Unternehmen handelt, die zahlreichen Zubringerzweigen Arbeit und Nutzen verschaffen. Die Rolle des Hotels als Treff- und Mittelpunkt des öffentlichen Lebens, als die Stätte, in der Tagungen aller Wirtschaftszweige fast täglich veranstaltet werden, soll betont werden. Nicht so sehr unterstreicht man die Rolle des Hotels in der Touristik, weil das Publikum mit dieser vertraut ist. Aber das Hotel als Steuerzahler, als Grossverkäufer verschiedenster Warengruppen, als Arbeitgeber für Hunderttausende, das der Allgemeinheit vor Augen zu führen, ist Zweck der Veranstaltung. Engeren Kontakt mit den andern. Mehr Verständnis für den Nachbar Hotelier.

In monatlicher intensiver Arbeit hat die Propagandaabteilung der American Hotel Association eine Basis geschaffen, die über den Rahmen ähnlicher Veranstaltungen weit hinausgeht. Es ist einfach unmöglich, dass auch nur ein Prozent der amerikanischen Gesamtbevölkerung nicht in irgendwelcher Weise von der Nationalen Hotelwoche erfährt. Reden, Zeitungsreden, Briefwerbung, Plakate in der Eisenbahn, den lokalen Verkehrsmitteln, den Flughäfen und viele andere Hilfsmittel werden in den Dienst dieser Sache gestellt. Und überall immer wieder das Schlagwort der Kampagne, „Hotels: ein Aktivium der Allgemeinheit, ein Dienst an der Nation“.

Als Blickfänger ein vierfarbiges Plakat mit dem Schlagwort an der Spitze und der Zeichnung eines Chasseurs, der einen Teppich mit dem grossen Buchstaben WILLKOMMEN ausbreitet. Darunter die Worte

NATIONALE HOTELWOCHE

unter den Auspizien der American Hotel Association.

Tausende dieser Plakate fanden ihren Weg in jeder Himmelsrichtung. Man sieht sie in den Hotels, in den Fenstern der Reisebüros und Telegraphengesellschaften, in den Benzinstationen, an Lastwagen, die Hotelierferanten gehören. Verkleinerungen davon dienen zur Auslage in Hotelzimmern, im Schreib- und Lesezimmer, in der Halle oder als Einlage zu Briefen. Kleine Klebheften, etwa 5 cent für Briefe. Und Aufstellkarten, die zugleich Mitteilungen über die Bedeutung der Hotels geben und darauf hinweisen, dass Besucher von auswärts nur 23% ihrer Ausgaben den Hotels zugute kommen lassen, während die restlichen 77% verschiedenen anderen lokalen Wirtschaftszweigen zufließen. Dazu die Erläuterung, dass von dem Einkommen des Hotels ein wesentlicher Teil auf das Gehalts- und Lohnkonto entfällt, da ja das Hotel im ersten Linie Dienste leistet und nicht Waren verkauft.

Broschüren wurden in Tausenden von Exemplaren gedruckt und zur Verteilung gebracht. Kleine Kleeheften, etwa 5 cent für Briefe. Und Aufstellkarten, die zugleich Mitteilungen über die Bedeutung der Hotels geben und darauf hinweisen, dass Besucher von auswärts nur 23% ihrer Ausgaben den Hotels zugute kommen lassen, während die restlichen 77% verschiedenen anderen lokalen Wirtschaftszweigen zufließen. Dazu die Erläuterung, dass von dem Einkommen des Hotels ein wesentlicher Teil auf das Gehalts- und Lohnkonto entfällt, da ja das Hotel im ersten Linie Dienste leistet und nicht Waren verkauft.

Die Schlagkraft der Nationalen Hotelwoche konnte dadurch wesentlich gesteigert werden, dass verwandte Wirtschaftszweige, die direkt oder indirekt auf die Hotelwirtschaft angewiesen sind oder durch ständige Aufträge unterstützt werden, ihrerseits nichts unversucht liessen, am Gelingen der Werbeaktion mitzuwirken. Auf diese Weise erhielt die Propaganda einen ganz wesentlich weiteren Rahmen, als ihn andere „Wochen“ zeigten.

Aktuelle Beispiele mögen die Reichweite der Nationalen Hotelwoche erläutern. Mehr als eine Million Drucksachen wurden von der American Hotel Association ausgesandt, und so stark war die Nachfrage, dass zwei Wochen vor Beginn der Aktion das ganze Werbematerial dieser Art erschöpft war. In Chicago fand eine besondere Ausstellung der Historischen Gesellschaft statt, auf der die Entwicklung des Hotelwesens gezeigt wurde. Alle Taxis erhielten Karten zum Aushang, die auf die Veranstaltung hinwiesen.

Den New Yorker Hoteliers gelang es, die Leitung der Weltausstellung für eine Propagierung der Hotelwoche zu gewinnen. Im Ehrenhof der Ausstellung fand am 11. Juni eine besondere offizielle Eröffnung der Werbeaktion statt, bei der neben dem Präsidenten der American Hotel Association auch andere prominente Redner die Bedeutung der Hotelierie hervorhoben. Das Programm wurde vom Rundfunk aufgenommen. Ein Handicap-Rennen für Kellner sämtlicher Restaurants der Weltausstellung war ein Teil des Programms.

In Los Angeles sprach der Präsident des Hotelverbandes von Südkalifornien über ein Netz von 28 Radiostationen im Interesse der Nationalen Hotelwoche. In Tausenden von Telegrammbüros der beiden führenden amerikanischen Telegraphengesellschaften waren Riesentelegramme zu sehen, die auf die Nationale Hotelwoche hinwiesen. Die Frested Food Sales Corporation, die frischgeformten Gemüse und Früchte an Hotels absetzte, versandte 20 000 Bulletins an alle ihre Abnehmer, während die Carstairs Bros Distilling Company eine Spezialausgabe ihrer Zeitschrift in 50 000 Exemplaren zur Verteilung brachte. In den Speisewagen der New York, New Haven und Hartford Railway Company zeigten alle Menüs einen Hinweis auf die Nationale Hotelwoche.

5000 Exemplare des offiziellen Plaketes der Hotelwoche waren in sämtlichen bedeutenderen Eisenbahnstationen des Landes zu sehen; selbst in Rundfahrtwagen der Cray Line zeigten die Plakate der Veranstaltung. In Salt Lake City war am Mittwoch der Nationalen Hotelwoche „Offenes Haus“. Die ganze Bevölkerung war eingeladen, die Hotels zu besichtigen und auch Rundgänge durch die Küchen zu machen. Originell war ein mit Preisen bedachter Wettbewerb im „Betten“, an dem das Publikum teilnehmen konnte.

Eine in die Millionen zählende Zuhörerschaft hatte der Präsident des Hotelverbandes des Staates New York, dessen Rede über das ganze Netz der National Broadcasting Company von Küste zu Küste übertragen wurde. Seinen Ausführungen über die amerikanische Hotelierie unternehmen wir abschliessend nachstehende Einzelheiten:

Es gibt in den Vereinigten Staaten etwa 20 000 Hotels, deren Grösse zwischen 10 und 3000 Zimmern rangiert. Diese Hotels verausgabten im Jahre 1938 300 Millionen Dollars und servierten eine Milliarde Mahlzeiten an Gäste und 250 Millionen Mahlzeiten an ihre Angestellten. Zu diesem Zweck kauften sie 23 Millionen kg Fleisch, 78 Millionen kg Mehl, 50 Millionen Liter Milch, 16 Millionen Dutzend Eier, 35 Millionen kg Zucker, 2,5 Millionen kg Kartoffeln, 21 Millionen kg Butter. Daneben verbrauchten sie 18,5 Millionen kg Kaffee und 2 Millionen kg Tee.

Neben den Lebensmitteln spielen die Einkäufe der Hotels auch eine bedeutende Rolle in anderen Branchen. So gab es im vergangenen Jahre für Teppiche und Läufer 8 Millionen Dollar aus, für Matratzen 1,5 Millionen Dollar. Etwa 6 Millionen Leintücher und eine Million Bettdecken gingen in letzterem Jahre an amerikanisch-kanischen Hotels, abgesehen von riesigen Quantitäten von Handtüchern, Tischdecken, Servietten usw. Die Versorgung der Schlaf- und Badezimmer mit Seife beansprucht den Kauf von einer Milliarde zweihundert Millionen Stück Seife, deren Durchschnittsgewicht zwischen 30 und 120 g liegt.

Wenn das Publikum reist, so profitiert davon keineswegs nur das Hotel, wie eine Untersuchung ergeben hat. Hotels erhalten nur 23% der Ausgaben, während Restaurants weitere 18% erhalten, zusammen also noch nicht einmal die Hälfte der Ausgaben. Die Detailgeschäfte beziehen mit 31% den höchsten Betrag. An Garagen gehen 10% (nahezu die Hälfte der Einnahmen des Hotels), für Theater und andere Amusements werden 8% verausgabt, während die restlichen 10% unklassifiziert bleiben. H. U.

Die italienischen Rabatte für längeren Hotel-aufenthalt

Das zuständige italienische Ministerium bringt seine Verfügung in Erinnerung, wonach die Hotels und Pensionen auf die vom Ministerium festgelegten Pensionsminimalpreise folgende Rabatte bewilligen dürfen: zehn Prozent bei einem Aufenthalt von 6—10 Tagen; zwanzig Prozent bei einem Aufenthalt bis zu 14 Tagen; dreissig Prozent bei einem Aufenthalt von mehr als 14 Tagen.

Aus dem Leserkreis

Zeitgemässe Vertretung unserer Standesinteressen

Wenn die Geschäfte gut gehen, dann nimmt man das als etwas Selbstverständliches hin, gehen sie aber schlecht, dann fängt man an zu jammern. Das ist etwas durchaus Menschliches und war stets so. Ganz abgesehen davon, dass ein schlechter Geschäftsgang demoralisierend wirkt, vermag er wenigstens die Denkkraft des einzelnen anzukurbeln, was schliesslich auch von Nutzen ist. Wie wäre es, wenn die Hotel-Revue eine sogenannte „Freie Ecke“ einschalten würde, eine Ecke, die ausschliesslich dafür reserviert bleibt, Anregungen, Wünsche und Kritiken aus Mitgliederkreisen aufzunehmen. Vielleicht würde gar mancher zur Feder greifen und etwas beitragen. Frei heraus mit der Sprache! Dafür braucht es wirklich keine schriftstellerischen Kenntnisse. Den Mann aus dem Berufsstand wollen wir hören und mit ihm uns aussprechen. Dass es um die Hotelierie im allgemeinen schlecht bestellt ist, und dass unsere Existenzfrage mehr denn je zuvor zu einer Lösung unserer geworden ist, das wissen wir alle zur Genüge. Unterhält man sich darüber, dann hören wir Meinungen, wie: „Zu wenig Organisation, zu wenig Zusammenarbeit, keine Durchschlagskraft wie andere Verbände; man sollte sich zusammenschliessen zu einem einigigen, wuchtigen Block, um sich wirklich überall durchsetzen zu können.“ Unser Herr könnte gross und stark sein, doch leicht verlieren wir uns selbst in einer ausgeprägten Klassen-Individualität.

Überlegt man sich dies alles, dann muss man zugeben, steckt ein Stück Wahrheit darin. Damit kommt die Frage auf, ob unsere bestehende Organisation genügt, um der schweren Lage Herr zu werden, sei es in der einzelnen Sektion, in Regionalverbänden, oder im Spitzenverein. Wenn wir sie negativ beantworten, so sei damit vorderhand nur die Anregung gemacht, einer weiteren Schicht die Mitarbeit und Mitverantwortung zu ermöglichen. Damit denken wir an ein rein geschäftliches und nicht an ein persönliches Interesse im heutigen Kampf.

Wir müssen die Geschichte des Schweizer Hotelier-Vereins nicht sehr weit zurückverfolgen, um zur Berechtigung dieser Anregung zu kommen. Im Gegenteil, sie wird uns geradezu zu einer Selbstverständlichkeit, über die wir vielleicht jahrelang hinweggestolpert sind und damit ein gewisses Desinteressement heraufbeschworen haben. Dies zu besichtigen in einem Moment historischen Geschehens, dürfte die erste Voraussetzung zu einer wirklich durchgreifenden und festgefügten Zusammenarbeit sein.

Hierfür aber müssen wir die Individualität und Persönlichkeit des Einzelnen herausgreifen, wir müssen erstmals die Kraft unserer Bodenständigkeit wieder ans Licht führen. Die ange-tönte Klassen-Individualität muss verschwinden, um einer klaren demokratischen Denkwiese in der Berufsarbeit Platz zu machen. Neuer Kraft in der wahren Zusammengehörigkeit muss der Weg geebnet werden, ohne das Besorgnigen zu wollen, was an Wertvollem schon besteht.

Untersuchen wir einmal kurz die heutigen Zusammensetzungen der Hotelbetriebe, wobei wir vorerst feststellen, dass sie eine ganz andere ist als vor dem letzten Kriege. Dann unterscheiden wir heute kurz gesagt: Grosshotellerie und Kleinhotellerie. Grosshotellerie bedeutet heute meistens: eine von der Gläubigerbank abhängige Direktion. Kleinhotellerie bedeutet: Besitzer oder Pächter des Betriebes. Haben diese zwei Klassen ein und dasselbe Interesse? In berufsmässiger Hinsicht ja, nicht aber in persönlicher Hinsicht. Die Denkwiese muss da verschieden sein, nämlich das Interesse der Bank, des Besitzers, des Pächters und des angestellten Hoteldirektors. Können heute diese Interessen durch ein und dieselbe Ständeleitung richtig und durchgreifend gewahrt werden? Kaum, denn sie sind zu verschiedenartig und zu vielseitig. Und dies zu beweisen müssen wir nur die einzelnen Sektionen, die Regionalverbände und den Spitzenverein in bezug auf die Zusammensetzung der Leitung unter die Lupe nehmen, und wir stellen dann eine gewisse Einseitigkeit fest. Wir vermüssen da unseren bodenständigen Hotelier, der als Besitzer und Leiter des Eigenbetriebes tätig ist, also jene Kategorie, die im Grunde das Fundament unseres Standes darstellt. Wir müssen uns fragen, ob es in der heutigen Zeit richtig ist, dass es einer Klasse vorbehalten sein soll, die Geschicke unseres Standes zu leiten.

Der Aufgabenkreis unserer Zeit ist enorm angewachsen, und um dieser Arbeit einermässen gewachsen zu sein, sollte eine Reorganisation stattfinden. Die ganze Kraft aus dem Verein selbst können wir aber nur herausholen, wenn wir alle Interessen zur Mitarbeit heranziehen. Die Schaffung eines eigentlichen „Kriegskabinetts“ wäre zeitentsprechend, und zwar in der Form, dass jeder Regionalverband im Spitzenverein so vertreten wird, dass alle vier Klassen Einsitz haben: 1. Besitzer eines Grossbetriebes; 2. Besitzer eines Kleinbetriebes; 3. ein Pächter; 4. ein Hoteldirektor. Diese erweiterte Verbandsleitung könnte die Geschäfte viel leichter führen, und jedes dieser Mitglieder könnte viel leichter die Anregungen und Wünsche seiner Berufsgruppe zur Sprache bringen, damit die wünschbaren Massnahmen vorgreifend ergriffen werden. Auch in der einzelnen Region würde eine viel grössere Verbindung zwischen den einzelnen Mitgliedern jeder Klasse angebahnt werden, als z. B. beim bestehenden System. Das scheint wenigstens theoretisch so. Ob es sich praktisch durchführen lässt, überlassen wir dem Urteil berufener Stellen. Baul Bigler, Bergjün.

Anmerkung der Redaktion. Wir haben der obigen Einsendung gerne in den Spalten des Vereinsorgans Raum gegeben, wie dies übrigens

Sie wissen, dass es Sitt ist, auf Festmessen zu jedem Gang den gereichen Wein einzudrucken.

Versuchen Sie einmal, Ihren Gästen nur „Festmessen“ vorzuschlagen, indem Sie zu jeder Speisefolge Ihrer Tagesskarte die Weine mitzuführen, die Sie als passend empfehlen können. Halten Sie richtige Gläser, für alle Tropfen den Flaschenkorb, bzw. die Dekantierkaraffe und für Weissweine den Eiskühler bereit — und Sie werden angenehme Überraschungen erleben.

Da Sie Ihre teuren Weine für Festessen einkaufhaben, brauchen Sie das „Drum und Dran“ Ihrer Tagesmessen nur „festlich“ zu gestalten und Sie werden erwirken, dass der Gast vorwiegend „festlich“, d. h. teurer bestellt.

(Aus „Getränk“, gastgewerb. Monatsbulletin)

bei jeder Zuschrift aus Mitgliederkreisen der Fall ist, die irgend ein Problem aufruft, welches für weitere Kreise von Interesse ist. Die Redaktion fordert ja die Mitgliedschaft immer wieder auf, an der Ausgestaltung der Vereinszeitung einen aktiven Anteil zu nehmen. Wie Herr Bigler richtig sagt, bedarf es hierzu keiner schriftstellerischen Begabung. Hauptsache ist die gute Idee. Die stilistische Beigabe besorgen wir schon, wenn sie überhaupt nötig ist. Eine neue Rubrik braucht es hierzu gar nicht. Die Spalte „Aus dem Leserkreis“, in der niemand sein Licht unter den Scheffel zu stellen braucht, ist gerade für den freien Meinungs-austausch geschaffen.

Was nun die Anregung selbst betrifft, so möchten wir von hier aus vorläufig nur feststellen, dass jedenfalls in bezug auf den Zentralvorstand von einer einseitigen Zusammensetzung nicht die Rede sein kann. Von den gegenwärtigen elf Mitgliedern sind zehn Herren selbständige Hoteliers und Leiter von Eigenbetrieben. Wie es die Statuten vorschreiben, sind sowohl die verschiedenen Landesteile, wie auch die einzelnen Geschäftskategorien angemessen vertreten. Bekanntlich erfolgt die Wahl der Vereinsleitung durch die Delegiertenversammlung, und zwar ohne jegliches Zutun des Zentralvorstandes. Es ist also Aufgabe der Delegierten, für eine den Statuten entsprechende Zusammensetzung, für die „richtige Mischung“ im Vereinsvorstand zu sorgen. Jedenfalls ist die zweite Gruppe, die der Einsender summarisch als die der Kleinhotellerie bezeichnet, im Zentralvorstand gebührend vertreten. Zudem hat jede Geschäftskategorie reichlich Gelegenheit, besondere Wünsche, Anträge oder Anregungen geltend zu machen, sei es an den Delegiertenversammlungen, sei es in Form von Eingaben oder Vorschlägen direkt an die Vereinsleitung oder das Zentralbureau. Die bisherige Geschäftsführung bietet Gewähr dafür und hat den Beweis erbracht, dass jegliche Anregung nicht nur entgegengenommen, sondern auch eingehend und im Interesse des Gesamtvereins geprüft und weiterbehandelt wird. Für eine erspürliche Arbeit und eine erfolgversprechende Vertretung der Standesinteressen nach aussen ist es aber ebenso notwendig, dass dem Vorstand Berufsleute angehören, die sich dem ihnen übertragenen Mandat auch ohne Rücksicht auf die dadurch entstehende grosse Mehrarbeit vorbehaltlos annehmen können, dass sie über die nötigen persönlichen, behördlichen und wirtschaftlichen Beziehungen verfügen und diese ohne Einschränkung einsetzen. Wenn wir den Einsender richtig verstanden haben, so würde die von ihm gewünschte Vierervertretung der Regionen zu einer Erweiterung des Vorstandes führen. Ob dies aber im Interesse einer speditiven und elastischen Behandlung der sich häufenden Geschäfte läge und zudem auch die Vereinsfinanzen nicht über das Mass hinaus beanspruchen müsste, bleibe dahingestellt. Der Diskussion wollen wir nicht vorgreifen und beschränken uns daher auf diese wenigen Hinweise.

Kleine Chronik

Die Schnapsfälscher-Angelegenheit

Sie ist endlich wieder einmal einen Schritt vorwärts gekommen. Fünf Firmen aus den Kantonen Zug und Schwyz hatten, wie erinnerlich, beim Bundesgericht die Zuständigkeit der Zürcher Gerichte bestritten. Das Bundesgericht entschied, dass sich die angeklagten Betriebe dem Zürcher Gerichtsstand zu unterziehen hätten, da die Behörden des Ortes zuständig seien, wo die Untersuchung zuerst angehängt habe. Zudem wurde die Änderung des Gerichtsstandes eine ungerechtfertigte Verzögerung in der Erledigung der Straffälle nach sich ziehen. Diese ist schon dadurch eingetreten, dass die Beklagten erst das Gesuch an das Bundesgericht richteten, als die Aburteilung vor den Zürcher Instanzen unmittelbar bevorstand.

In den meist betroffenen Kantonen scheint man nicht eitel Freude an der Verzögerungs- und Verwicklungstaktik zu haben, die übrigens nicht nur von den eingeklagten Firmen befolgt wird. So wurde die Zuger Regierung im Kantonsrat über den Stand der Untersuchungen und vorab über einen Fall interpelliert, den der Kanton Zug verjähren liess, obwohl die Zürcher Instanzen noch rechtzeitig auf diese Möglichkeit hingewiesen hatten! Vom Regierungsrat aus wurde dann erklärt, dass gegen 37 Firmen die Untersuchung weiterlaufe (wie lange noch?) und dass die zugerische Expertise sehr streng sei. Von irgendetwahrer Begünstigung könne nicht die Rede sein — was das Tempo der Untersuchung und die eigentlichen Gerichtsverhandlungen erst noch zu beweisen haben werden.

Im Schwyzer Kantonsrat erfolgte ebenfalls eine Interpellation in nämlicher Angelegenheit.

BERNDORF

Bestecke und Tafelgeräte schwer versilbert

Berndorfer Krupp Metall-Werk A.G., Luzern

Der Interpellant verlangt gleiche Behandlung für die grossen wie die kleinen Schmelze und erwartet, dass keinerlei Rücksichten genommen werden. Der Justizchef antwortete, dass die Fälle, für welche das Bundesgericht den Stand Schwyz als zuständig erklärte, den Bezirksgerichten Schwyz und Lachen überwiesen worden seien und dass die Verhandlungen beginnen können. Er müsse gegen den Vorwurf, die Regierung habe die Sache vertuschen wollen, Verwahrung einlegen. (Bedenklich genug, dass es überhaupt bis zu diesem Vorwurf kommen musste!) Der Sprecher des Regierungsrates betonte ferner, man habe die Zuständigkeit vor den Zürchern erlangen müssen, da der eigene Kanton die zu erwartenden hohen Bussenbeträge selbst gut brauchen könne. Hoffentlich wird die Schwyzer Staatskasse denn auch zünftig angefüllt!

Das Ausbleiben der ausländischen Studierenden

beschäftigt zurzeit die Universitäten der welschen Kantone Genf, Lausanne, Neuenburg und Freiburg mit der Frage einer wirksamen Propaganda-Aktion. Wie anlässlich einer Tagung der „Union romande du tourisme“ Direktor G. Chaudet einlässlich darlegte, wird es, solange der Krieg dauert, ausgeschlossen sein, mit einem Zuzug von ausländischen Studenten aus den kriegführenden Staaten rechnen zu können. Dagegen bieten sich Möglichkeiten, die Studenten des nahen Ostens und von Amerika in vermehrter Masse auf unsere vorzüglichen Bildungsanstalten aufmerksam zu machen. Aus diesem Grund sieht eine in Genf ins Leben gerufene Aktion bereits der Verwirklichung entgegen. Mit Hilfe der Schweizer Konsulate und Freunden unseres Landes soll in den betreffenden Staaten eine Broschüre verbreitet werden, die auf die Schönheiten unseres Landes und besonders aber auf die Lehtätigkeit der erwähnten Universitäten hinweist. Möge den Initianten guter Erfolg beschieden sein.

Ausländischer Dank

Dem Verkehrsverein für Graubünden, der im Frühjahr 1939 eine Bäderreise für holländische Ärzte organisiert hat, ging kürzlich aus Holland folgendes Sympathietelegramm zu:

Juon, Verkehrsverein, Chur. Teilnehmer schweizerischer Bäderreise holländischer Ärzte vereint am Abend-Essen mit Gattinnen in Rotterdam gedenken Ihrer und Ihrer Mitarbeiter in dankbarer Erinnerung. Viva la grischca. Hulshoff.

Saisonzweck

Der Zürcher Fremdenverkehr im Januar

In den stadtzürcherischen Hotels, Gasthöfen und Pensionen sind im Berichtsmonat bloss 15,700 (Vorjahr 24,300) Gäste abgestiegen, das sind 8000 weniger als vor Jahresfrist. Die Zahl der Logiernächte, die im Januar 1939 allerdings

Kriegswirtschaftliche Massnahmen

Preisabschlag auf Kalbfleisch

Die Schweizerische Metzgerzeitung schreibt: „Die Landesversorgung gebietet eine fortwährende Anpassung an den saisonmässigen Fleischanfall. Gegenwärtig besteht das Hauptangebot an Schlachtkäbern. Die Metzgerschaft hat die Fleischverkaufspreise der Marktlage entsprechend gesenkt. Die Hausfrauen und Kostgebereien geben daher zum eigenen Vorzug. Damit helfen sie auch den Bergbauern und Kälbermästern, welche auf diese Art der Milchverwertung angewiesen sind.“

Fabrikverkaufspreise für Essig

Die eidg. Preiskontrollstelle erlässt folgende Verfügung:

1. Die Produzenten von Essig werden ermächtigt, ihre Brutto-Verkaufspreise um Fr. 5.— per 100 kg zu erhöhen. Die Brutto-Verkaufspreise der einzelnen Essigsorten dürfen folgende maximalen Ansätze nicht übersteigen:

	Fr. per 100 kg
Weinessig mit einem Säuregehalt von 4 ¹ / ₂ —5 ¹ / ₂	55.—
Dopplessig mit einem Säuregehalt von 10 ¹ / ₂	45.—
Speiseessig mit einem Säuregehalt von 4 ¹ / ₂ —5 ¹ / ₂	35.—
Obstessig (ausgenommen untenstehende Kantone)	35.—
Obstessig in den Kantonen Genf, Waadt, Neuenburg, Freiburg, Wallis, Tessin, Berner Jura (Biel ausgenommen)	40.—
(Essigsprit)	

2. Für Weinessig, Dopplessig und Speiseessig, welche einen höheren Säuregehalt haben, dürfen die entsprechenden üblichen Zuschläge gemacht werden, ebenso für Obstessig über 5¹/₂ Säuregehalt.
3. Für Lieferungen von Essig an gewerbliche Verbraucher sind die in Ziffer 1 genannten Aufschläge ebenfalls massgebend.
4. Jede Kürzung oder Streichung der bisher vom Fabrikanten gewährten Rabatte oder Skonti gilt als Preiserhöhung und bedarf der Genehmigung der eidg. Preiskontrollstelle.
5. Bestehende Lieferungsverpflichtungen sind zu den vereinbarten Preisen und Bedingungen zu erfüllen.

6. Die eidg. Preiskontrollstelle behält sich vor, die festgesetzten bzw. effektiv erzielten Preise jederzeit selbst oder durch die kantonalen Kontrollorgane einer einlässlichen Prüfung zu unterziehen.

Diese Verfügung tritt am 15. Februar 1940 in Kraft.

Preise für alkoholfreien Obstsaft pro 1939/40

Verkäufe an	Zone I				Zone II				Zone III				Zone IV			
	Bern		Zürich		Zürich		Zürich		Zürich		Zürich		Zürich			
Ladengeschäfte:	Rp.	Rp.	Rp.	Rp.	Rp.	Rp.	Rp.	Rp.	Rp.	Rp.	Rp.	Rp.	Rp.	Rp.		
Grossgefässe p. Liter	48	49	49	39	48	42	42	42	42	42	42	42	42	42		
1—4-Literflaschen	50	49	44	45	50	47	47	30	50	47	47	30	50	47		
5/10-Literflaschen	45	36	35	35	45	42	41	41	45	42	41	41	45	42		
3/4-Literflaschen	35	27	27	27	35	30	30	30	35	30	30	30	35	30		
1/10-Literflaschen	30	27	27	27	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30		

Private: (Selbstverbraucher)*
 Grossgefässe p. Liter 55 45 45 45
 1—4-Literflaschen 57 53 51 53
 5/10-Literflaschen 50 44 43 43
 3/4-Literflaschen 40 35 35 35
 1/10-Literflaschen 35 35 35 35

Für den Produktionsort weiter entfernte Gebiete (Genf, Wallis, Graubünden, Tessin) stellen sich die Preise entsprechend höher. Vorstehende, vom Schweizerischen Obstverband festgesetzten Preise gelten als Höchstpreise. Sie verstehen sich franko Keller resp. Bahnstation des Empfängers bei Lieferung von ganzen Ballons, unangebrochenen Originalharassen usw.

Erhöhter Grosshandelsindex

Der Index der Grosshandelspreise, umfassend die wichtigsten unverarbeiteten Nahrungsmittel, Roh- und Hilfsstoffe, stellt sich Ende Januar 1940 auf 127,7 (Juli 1914 = 100) oder auf 118,9 (August 1939 = 100). Die gegenüber Ende Dezember 1939 eingetretene weitere Erhöhung beträgt 2,1, und ist wiederum in erster Linie auf eine Steigerung der Preise für Roh- und

Hilfsstoffe zurückzuführen (+ 4,5%). Zunahmen verzeichnen diesmal insbesondere Bau- stoffe (+ 6,3%), Brennstoffe (+ 6,0%), Metalle (+ 4,5%) und Betriebsstoffe (+ 4,0%), ferner weniger ausgeprägt — die Textilengruppe (+ 2,9%) sowie jene der pflanzl. Nahrungsmittel (+ 2,4%), während die Gruppe Düngemittel einen wesentlichen Indexrückgang (— 3,7%) erfährt.

Im Vergleich zum Stand vor Jahresfrist ergibt sich auf Ende Januar 1940 eine Zunahme des Totalindex um 20,8%. Sein derzeitiges Niveau entspricht ungefähr demjenigen, das letztmals im Frühjahr 1930 registriert wurde.

Die Kosten der Lebenshaltung

Der vom Bundesamt für Industrie, Gewerbe und Arbeit berechnete Landesindex der Kosten der Lebenshaltung steht Ende Januar 1940 auf 144,2 (Juni 1914 = 100) gegenüber 142 im Vormonat (plus 1,5 Prozent) und 136,6 zu Ende Januar des Vorjahres (plus 5,6 Prozent). Im Vergleich zum Vorkriegsstand von Ende August 1939 beträgt die Erhöhung 5,1 Prozent. Die Indexziffer der Nahrungskosten ist vorwiegend zufolge des Preisrückganges für Butter von 138,3 im Vormonat auf 139,3 (plus 0,8 Prozent) und des Brennstoffindex von 118,3 auf 119,9 (plus 1,3 Prozent) gestiegen. Die seit Oktober 1939 mit 122,9 festgestellte Indexziffer der Bekleidungskosten stellt sich nach der im Januar durchgeführten Zwischenerhebung auf 133,4 (plus 8,5 Prozent). Der Mietpreisindex bleibt mit 173 stabil.

Haushalten mit den Brennstoffen

Die Sektion für Kraft und Wärme erlässt gestützt auf den Bundesratsbeschluss vom 13. Oktober 1939 über die Sicherstellung der Landesversorgung mit festen Brennstoffen im Interesse der Einsparung von Hausbrandkohlen folgende Vorschriften:

1. In Wohn- und Büroräumen darf die Raumtemperatur 18 Grad Celsius nicht übersteigen. — 2. Bei zu hoher Raumtemperatur hat die Korrektur durch Drosselung der Heizkörper, nicht aber durch Öffnen der Fenster zu erfolgen. — 3. Die Räume sind nur während einer kurzen Frist zu lüften. Das zu lange Offenlassen bei geheizten Räumen ist zu unterlassen. — 4. Die Heizungen sind abends zu drosseln. — 5. Die Brennstoffmäntel sind zur Anordnung von Kontrollen über die Feuerungsrichtungen ermächtigt. — 6. Zuwiderhandelnde werden gemäss Bundesratsbeschluss vom 13. Oktober 1939, Art. 8—10, bestraft.

ausserordentlich hoch war, sank um 31,700 auf 48,800.

Der Frequenzrückgang ist als Folge des Krieges fast ganz dem Ausbleiben der Auslandsgäste zuzuschreiben. Aus dem Ausland kamen noch 2900 Besucher gegen 11,200 im Parallelmonat des Vorjahres; sie verbrachten hier 17,400 (45,100) Logiernächte. Im Vergleich zum Vorjahr beträgt die Abnahme der Auslandsgäste 74 und die der Übernachtungen 61 Prozent. Für die Schweizergäste macht die Abnahme nur drei bzw. elf Prozent aus.

Die prozentuale Bettenbesetzung aller Gaststätten war mit 32,6 Prozent im Berichtsmonat um zwei Fünftel ungünstiger als vor Jahresfrist (54,2).

Die Bündner Wintersaison

Die Zahlen der kantonalen Fremdenstatistik werden von Dekade zu Dekade bedenklicher. In den Tagen vom 11. bis 20. Januar wurden noch 55,000 Logiernächte gegenüber 125,000 im

Vorjahre registriert. Seit dem 1. Oktober 1939 bis Ende Januar 1940 wurden 527,700 Übernachtungen erreicht, was im Vergleich zum Vorjahre einen Ausfall von rund 452,000 Logiernächten ergibt. Von diesem Rückgang gehen allein 415,000 Übernachtungen auf das Konto der fehlenden Auslands Gäste, während die Schweizerkundschaft bis jetzt gegen 40,000 Logieinheiten weniger erbracht. Der durch diese Frequenzverluste zugespitzte Notstand des Hotelgewerbes ruft gebieterisch nach Hilfsmassnahmen auf kantonalem und eidgenössischem Boden.

Das Spezialhaus für Bodenbeläge:

- Linoleum
- Korkparkett
- Gummiböden
- Maschinenteppe
- Orientteppiche
- Berberteppiche



Hettinger Basel A.G., Steinenberg 19
 Hettinger Zürich A.G., Talacker 24

Inserate lesen erwirkt vorteilhaftern Einkauf!

Hotelsekretär-Kurse

von 8- und 3monat. Dauer beginnen am 28. März und 25. April

Handelsschule Rüedy
 Bern, Bollwerk 35

Gründliche, gewissenhafte Vorbereitung auf die Praxis. Unterricht durch erfahrenen Fachlehrer. Diplomabschluss.

STELLENVERMITTLUNG



Agence générale: JEAN HAECKY IMPORTATION S.A., BALE

Weinflaschen

grün und weiss, in Waadtländer-, Bordeaux-, Burgunder- und Rheinwein-Form. Lieferung auch in kleinen Quantitäten.

Glashütte Bülach A. G. in Bülach
 Telefon Nr. 5 Illustrierte Preisliste

PRIMA

Seifen u. Waschmittel

liefern zu Tagespreisen

Chemische- und Seifenfabrik Stalden, Konolfingen

Neues, modernes

CAFE-TEA-ROOM

an bester Lage im Zentrum von Zürich, umständehalber zu verkaufen. Preis 28'000.— bar. Für tüchtige Leute sehr entwicklungs-fähige, schöne Existenz. Offert. von nur seriösen Selbstinteressenten unt. Chiff. OF 2888 Z an Orell Füssli-Annoncen, Zürich, Zürcherhof.

Das Hotel du Gd. St. Bernard

in Martigny-Bahnhof gelegen

ist zu sehr vorteilhaften Bedingungen zu verkaufen oder zu vermieten. Auskunft durch Bank Financiers Fils & Cie., Martigny.

HOTEL

mit Restaurant, Garten u. Umschwung
 28 Betten. Interessenten, die eine Anzahlung von mindestens 20 Mille leisten können, wollen sich melden unter Chiffre A. L. 2418 an die Hotel-Revue, Basel 2.

Der Pâtissier

verwendet mit Vorliebe die preiswerten und erstklassigen

WNZ-Produkte

Es sind das:

- Couverturen Persipan
- Cacao Fondant
- Pralinémassen Vermicelles
- Marzipan Chocodentöpfli

Zu beziehen direkt vom Fabrikanten

W. NIEDERHAUSER, ZÜRICH

Fabrik feiner Chocoladen
 Eglstrasse 8 Telefon 392 88

Für Aneignung einer soliden theoretischen u. praktischen, grundlegenden Küchenkenntnis: Unser

KOCHKURS

4. März bis 27. April. Prospekt verlangen.
 SCHWEIZ. HOTELFACHSCHULE LUZERN

JUNGE TOCHTER

mit abgeschlossener Buffet- und Servicelehre sucht Stelle in erstkl. Betrieb zur weiteren Ausbildung

Saal, Buffet, Economat, Stütze der Gouvernante

Eintritt Ende März. Offerten unter Chiffre H. S. 2405 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

Zu verkaufen

Hotel

mit Restaurant

in der Otschwiler, 32 Zimmer u. schöne Lokalitäten, etwas Um-schwung, seit Herbst Einquartierung. Preis sehr günstig. Anzahlung ca. Fr. 30—40,000.— Offerten gefl. unter Chiffre H. R. 2403 an die Hotel-Revue, Basel 2.

Die Wiederholung

vielfach die Wirkung Ihrer Inserate!

LENDI & CO.

Produzentenkellereien
 St. Gallen/Malans/Chur

1865—1940
 75 JAHRE LENDI-WEINE

Eigenbauweine

MALANSER Süssdruck und Beerliweine
 SPIEGELBERGER Beerliweine

Höchste Auszeichnung der LENDI-WEINE an der Schweizerischen Landesausstellung Zürich 1939.



KÜCHENARTIKELMASCHINEN
 Christen & Co.
 BERN 28 MARKTGASSE 28

Gesucht

- auf 1. April tüchtiger
- Alleinkoch oder Chefköchin**
- 1 Buffetdame** als Vertrauensperson
- 1 Maus- und Küchenmädchen**
- 2 Serviertöchter**

Offerten unter Chiffre A. K. 2396 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

Aus den Sektionen

Berner Hoteller-Verein

Die vergangenen Mittwoch im Hotel Bristol abgehaltene Generalversammlung nahm unter der sicheren Leitung des Vereinspräsidenten, Herr Dr. Schmid, einen anregenden und temporeichen Verlauf. Die verschiedenen Traktanden wie Protokoll und Jahresbericht gaben zu keinen Bemerkungen Anlass. Dank der sorgfältigen Finanzverwaltung war es dem Kassier Herr Fischer möglich, mit der Jahresrechnung sogar eine willkommene Vermögensvermehrung zu präsentieren, trotzdem das Portefeuille eine sehr vorsichtige Bewertung erfuhr. Nach einem kurzen Meinungs-austausch wurden Jahresbeiträge und Propagandabeiträge für alle Mitgliederkategorien etwas herabgesetzt und den Kriegzeiten angepasst. In erfreulicher Betonung des Durchhaltewillens wurde trotz allen Sparmassnahmen dem Verkehrsverein doch ein ansehnlicher Beitrag zugesprochen, um diesen in stand zu setzen, in seinen Bemühungen um die Werbung für die Stadt Bern fortzuführen, bzw. alle Vorbereitungen für die Intensivierung der Propaganda nach dem Kriege, bei „Friedensausbruch“ zu treffen.

Die pöce de résistance war, wie nicht anders zu erwarten, die Orientierung und Aussprache über die Lohnausgleichskassen. In sehr prägnanter, übersichtlicher Weise und an Hand praktischer Beispiele orientierte der Vereinssekretär, Herr Budlinger über diese Materie, die auf den ersten Anblick hin recht kompliziert erscheint, sich dann aber bei näherem Zusehen doch in eine Anzahl einfacher Grundsätze auflöst. Freilich wird die den grösseren Betrieben eine wesentliche Mehrarbeit auferbürden, doch wollen die Hoteliers in der Erfüllung dieser sozialen und patriotischen Pflicht nicht hinter der übrigen Erwerbswirtschaft zurückstehen. Dabei wurde allerdings das der Erwartung Ausdruck verliehen, dass der Staat doch noch an die Selbstständigerwerbenden denke und auch diesen die durch Aktivdienst entstehenden finanziellen Opfer mildere.

In einem temperamentvollen Exposé äusserte sich der Vorsitzende abschliessend zu den zahlreichen Tagesfragen. Mit schweren Bedenken sieht das notleidende Gastgewerbe den neuen auf eigenössischem Boden geplanten Steuern entgegen. Vor allem erfüllt uns die Möglichkeit der Einführung einer Umsatzsteuer mit grösster Sorge. Die Hotellerie kann diese Mehrbelastung nicht auf sich nehmen, sieht andererseits aber auch keine Möglichkeit, diese auf den Konsumenten abzuwälzen. Der Verein erwartet daher vom Zentralvorstand, dass er keine Anstrengungen unterlässt, um für die Hotellerie gleich wie für den Export eine Ausnahmebehandlung bei der Veranlagung der Umsatzsteuer zu erwirken. Im weiteren muss der Zentralverein gemeinsam mit den Sektionen unermüdet darauf hinwirken, dass die Besteuerung von Vermögen und Einkommen endlich einmal den tatsächlichen Verhältnissen

angepasst wird. Die veralteten und erheblich überzetzten Grundsteuerschätzungen, wie sie gerade im Kanton Bern praktiziert werden, verunmöglichen es dem Hotelgewerbe aus der finanziellen Bedrängnis überhaupt wieder herauszukommen. Die stetige Verteuerung aller Waren wird eine Anpassung der Hotelpreise an die erhöhten Lebenskosten notwendig machen. Die Angliederung nicht nur der Preise für Malzweizen und Getränke, sondern auch für die Zimmer wird den Verein wohl schon in nächster Zeit beschäftigen. Dabei sollen auch die dem Militär eingeräumten Spezialpreise einer erneuten Prüfung unterzogen werden. Auf lokalem und regionalem Gebiet müssen die Verhandlungen zur Erzielung günstiger Einstandspreise für Heizmaterial und Milchprodukte fortgesetzt werden. Die Hotellerie hat als Grosszähler dieser Produkte Anspruch auf entsprechende Rabatte. Das gegenwärtige preisliche Entgegenkommen der Lieferanten ist absolut ungenügend. Auch die Frage der Einrichtung oder Erstellung von Luftschutzräumen wird noch viel zu beraten geben. Auch hier müssen die behördlichen Anforderungen der heutigen verminderten finanziellen Leistungsfähigkeit der Hotelbetriebe angepasst werden. Aber alle diese Probleme werden die Berner Hotellerie nicht unterliegen. Die Schwere der Zeit wird nur zu einem besseren Zusammenschluss und engerer kollegialer Zusammenarbeit führen. In diesem Sinne schloss Herr Dr. Schmid seine beifällig aufgenommenen Ausführungen.

Auf den nämlichen optimistischen Ton war seine Begrüssung der Abendtafel eingestellt, zu welcher sich die Angehörigen der Mitglieder, sowie einige offizielle Gäste gesellten. Herr Polizeidirektor Freimüller bestätigte das Verständnis der städtischen Behörden für die Belange des Gastgewerbes in einer launigen Ansprache, der ein vom Wunsche kollegialer Zusammenarbeit getragenes Votum von Herr Bourquin, dem Präsidenten des Bernischen Wirtvereins folgte. Ein treffliches Mahl aus der Küche des Herrn Hunziker legte den soliden Grund für ein längeres Zusammensein im Zeichen der Geselligkeit und bester beruflicher Kollegialität.

PAHO

Vorstandssitzung

Am 12. Februar besamelte sich unter dem Vorsitz von Herrn Präsident Stocker im Hotel Terminus in Olten der nunmehr erweiterte Vorstand der Paho zu einer ersten Sitzung. Bekanntlich sind in der Paho nun von der Arbeitbereite vertreten die Herren E. Pfleger, Rheinfelden, E. Elter, Zürich, G. Locor, Dr. A. Fanciola, Locarno, Dr. M. Riesen, Basel. Die Erweiterung des Vorstandes bedingte auch eine Ausweitung des Geschäftsausschusses. Der Vorstand beschloss, in den Geschäftsausschuss zu delegieren die Herren Dr. M. Riesen, von der Arbeitbereite und W. Salzmann von der Arbeitnehmerseite. Anstelle des im Militärdienst

abwesenden Herrn Fanciola war an der Sitzung der Ersatzmann der Arbeitbereite, Herr J. Zimmermann, Hotel Viktoria, Weggis, anwesend.

An behandelten Traktanden heben wir hervor: Die Rechnung 1939 schliesst mit einem totalen Vermögensstand der Kasse im Betrag von rund Fr. 430.000.— ab. Die Arbeitnehmerprämien betragen rund Fr. 82.000.—, weisen also eine Verminderung von rund Fr. 16.000.— gegenüber dem Vorjahre auf. Die Arbeitgeberprämien betragen Fr. 45.000.— mit einer Vermehrung von Fr. 1000.— gegenüber dem Vorjahre. Die Taggeldauszahlungen an Arbeitslose belaufen sich auf Fr. 95.000.—. Wir bemerken ausdrücklich, dass diese hier wiedergegebenen Zahlen vorläufig provisorisch sind.

Das Haupttraktandum der Sitzung bildete die Frage der Pauschalbeiträge. Für das Jahr 1939 ergeben sich noch ziemlich viele Rückstände und auch Rekurse. 50 Einzelrekurse gegen die erfolgte Festlegung auf einen bestimmten Pauschalbeitrag gemäss Schlichtung lagen vor. In den meisten Fällen wurden diese Rekurse, weil sie unzweifelhaft Härtfälle betrafen, teilweise oder sogar ganz geschützt durch entsprechende Reduktion des Pauschalbeitrages.

Es fragt sich nun, wie die Beiträge für das Jahr 1940 zu erheben sind. Der Ausschuss stellte den Antrag, die Ansätze jetzt schon festzulegen, damit die Kasse in der Lage sei, so rasch wie möglich einen Überblick zu erhalten. Gemäss Antrag des Ausschusses sollte zudem der Schlüssel pro 1939 auch für das Jahr 1940 angewendet werden, aber selbstverständlich mit prozentualen Ermässigungen, wie sie der heutigen Lage entsprechen.

In der Diskussion zeigte sich bald, dass es heute tatsächlich noch gar nicht möglich ist, die Lage der Geschäfte in der nächsten Zukunft zu überblicken. Viele Geschäfte weisen heute noch nicht, ob sie öffnen und gegebenenfalls, mit welchem Personal sie ihren Betrieb beginnen können. Der Ausschuss nahm im Vorstand einheitlich die Frage der Beiträge, und der Art und Weise ihrer Erhebung bis zum Frühjahr zurückzustellen.

Dem Vorstand lag ferner ein Entwurf für eine Eingabe an das Eidg. Justiz- und Polizeidepartement betreffend Entschuldung der Hotellerie vor. Speziell wurde in diesem Entwurf die Frage des allgemeinen Obligatoriums für die Paho und der Frist für die Teilnahme an der Hilfsaktion für die Hotellerie behandelt. Der Vorabschluss, im Hinblick auf die Unabgklärtheit der Entschuldungsfrage die Behandlung dieser Eingabe noch zurückzustellen, bis die Vorarbeiten des Eidg. Justiz- und Polizeidepartements etwas weiter gediehen sind.

Die Verwaltung der Paho referierte dann über die Sistierung der Taggeldauszahlungen gemäss Armeebefehl für arbeitslos gewordene entlassene Wehrmänner, ferner über den freiwilligen Hilfsfonds, der nun eine Höhe von über Fr. 5000.— erreicht hat und über die Sitz-

Sistierung der Schilder-Gebühr

Der Royal Automobile Club von England hat sich auf Grund der mit ihm gepflogenen Verhandlungen bereit erklärt, während der Dauer des jetzigen Krieges vom Einzug der Schildergebühr abzusehen und die hierfür fälligen Beträge zu erlassen.

Verlegung der Paho angesichts der gegenwärtigen Kriegsverhältnisse. Der Vorstand beschloss, der Sitzverlegung nach dem Ort der Landesregierung zuzustimmen.

Personalkubik

Stellenwechsel

Zu unserer Notiz in der letzten Nummer betr. die Übernahme des Restaurant Metropole in Zürich durch Herr F. Zimmerli, teilt uns dieser berichtigend mit, dass er nach seiner Rückkehr aus Südtirol im Hotel Glockenhof in Zürich wohnte, dort aber nicht beruflich tätig war. Herr Zimmerli hat vor Antritt seiner jetzigen Tätigkeit Aktivdienst als HD bei einer militärischen Zensurstelle geleistet.

Totentafel

Ph. Schnyder †

Philipp Schnyder, den man am 3. Februar zur ewigen Ruhe bettete, war im ganzen Lande und weit darüber hinaus als der „Hotelier von Vals“ bekannt. Eigentlich hat er die Idee der Hotellerie in Vals aufgebracht und er hat sein Leben und seine Existenz dafür eingesetzt. Nachdem Herr Schnyder lange Jahre im Ausland tätig war, besonders in England, ging er mit Feuereifer an die Arbeit zu Hause. Er wirkte längere Jahre als Direktor des neuen Kurhauses „Therme“, dann baute er sich die „Adula“, vergrösserte sie später und war einfach der Typ eines Hoteliers, der weitherum seine Leute kannte und grosses Ansehen genoss. Er war auch in Gemeindebeamten tätig und erwies sich immer als der initiativ Mann, der Betrieb und Regsamkeit zeigte.

Einer der alten Vals, die Sitten und Gebräuche noch sehr gut kannten, ist weniger Ein hervorrangende, markante Gestalt war Herr Schnyder; aber nun hat sie der Tod gebrochen. Seine Seele ruhe im Frieden!

Redaktion — Rédaction:

Dr. M. Riesen — Dr. A. Büchi

Stellen-Anzeiger Moniteur du personnel

N° 8

Offene Stellen - Emplois vacants

- Buffet-Volontärin in grösseres Restaurant auf 1. April gesucht. 18-20jährige, gesunde Töchter wollen handgeschriebene Offerten einreichen mit Photo u. Rückporto unter Chiffre 1405
- Buffetkocher, qualifizierte und Saal- oder Küchen-Anfänger, aus Gebirgsregion, in Jahresstelle gesucht. Gef. Anmeldungen an Postfach 85, Biel. (1407)
- Gesucht in Badolet im Aargau: Haus- und Küchenbursche, Gemüts-Gärtner, Küchenmädchen. Eintritt Ende Februar oder Anfang März. Chiffre 1399
- Koch, tüchtig, selbständiger, in alkoholfreies Grossrestaurant gesucht. Offerten mit Lohnansprüchen und Bild unter Chiffre 1410
- Kochhersteller, Intelligenz, gutgezogenen Jungling findet gute Kochherstellung in gutem Passanten-Hotel u. Restaurant. Offerten unter Chiffre 1413
- Frischlin, Junge, tüchtige, in gutes Speiserestaurant gesucht. Chiffre 1411
- Koch, Offerten mit Zeugnis, Köchlein, Bild und Lohnansprüchen an L. Bachmann, Restaurant Bünnerstrasse, 61, Basel. (1412)
- Küchenbursche oder Küchenmädchen per sofort in Grossrestaurant Basels gesucht. Offerten unter Chiffre 1412
- Lingère, gebilte, jüngere, per sofort bis Ende März gesucht. Hotel Jenneville, Braunau. (1406)
- Portier, garçon de maison, est demandé dans l'hôtel de passage. Place à Jänneville. Offres avec copies de certificats à Postal 8427, Monthey, Val. (1409)
- Saal-Ältester, tüchtig und zuverlässig, als erste in Hotel v. Zürich auf Ostern gesucht. Offerten an Postfach 5290, Weggis. (1408)
- Saison-Hotel in Holland (April-Sept.) sucht für kommende Saison einige Zimmermädchen, Reise 3. Klasse hin u. zurück bezahl. Garantierter Anteil im Minimum 50.— Holl. pro Monat. Offerten an Mme. F. Zörjgen, Gemsgang 1, Basel. (1414)

ORIGINALZEUGNISSE

sind nur beizulegen, wenn dies ausdrücklich verlangt wird. In andern Fällen genügen gute Kopien

SCHWEIZER HOTELIER-VEREIN

Offiz. Stellenvermittlungsdienst „Hotel-Bureau“
Gartenstrasse 112 BASEL Telephone 27933

Vakanzenliste des Stellenvermittlungsdienstes

Die Offerten auf nachstehend ausgereichte offene Stellen sind unter Angabe der betref. Nummer an dem Umschlag mit Briefporto-Beläge für die Weiterleitung an den Stellen dienst „HOTEL-BUREAU“ (nicht Hotel-Revue) zu adressieren. Eins Sendung kann mehrere Offerten enthalten.

- 9277 Sekretär-Volontär, sofort, erskt. Hotel, Tessin.
- 9278 Aide de cuisine (Aushilfe), mittl. Passantenhotel, Bern.
- 9280 Allein Koch, sofort, Hotel 50 Betten, Baselland.
- 9281 Junger Commis de cuisine, n. Übereink., erskt. Hotel, Bern.
- 9282 Zuverlässige Köchin, n. Übereink., Hotel 30 Betten, B.O. Zimmermädchen, servicekundig, sprachlich, Hotel 70 Betten, Bielersée.
- 9283 Küchenmädchen, sofort, kl. Hotel, Tessin.
- 9284 Sekretärin-Volontärin, 17-jährig, sprachlich, gutpräz., erskt. Restaurant, Basel.
- 9289 Junger Sekretär-Volontär (geh. Koch oder Kellerb.), Frühjahr, ebend., Hotel, Bern.
- 9291 Jüngere, selbst. Saal- oder sprachlich, Hausbursche (muss Zentralheizung besorgen), n. Übereink., Hotel 50 Betten, Tessin.
- 9293 Einfache Serviertochter, freundlich u. gewissenhaft, 15. März, kl. Hotel, B.O.

Stellengesuche - Demandes de Places

Bureau & Reception

- Angestellter, 29jähr., 3 Hauptsprachen, vertraut mit Kassa, Journal, Buchhaltung, etc., mit 2 Zeugnissen u. Referenzen, sucht per sofort oder nach Übereinkunft Stelle in gutem Haus. Chiffre 385
- Mann, junger, mit kaufm. Praxis und Ital., Deutsch, Franz., Englisch in Wort u. Schrift, sucht Stelle in Hotel als Sekretär-Volontär. Zeugnisse und Bild zur Verfügung. Offerten unter Chiffre 335
- Sekretärin-Gouvernante, Stütze der Hausfrau, 3 Hauptpr., in Hotel suchen. Zeugnisse u. Referenzen. Würde auch Remplacant-Posten annehmen. Die Referenzen. Chiffre 336
- Tessin bevorzugt. Zeugnisse. Chiffre 332
- Sekretärin, mit Hotelpraxis, 4 Sprachen, sucht Stelle in gr. Hotel. Zeugnisse u. Referenzen. Chiffre 332
- Sekretärin, tüchtig, zuverlässig u. sprachkundig, mit Hotelpraxis u. besten Referenzen, sucht Vertrauensposten. Tessin bevorzugt. Offerten unter Chiffre 323

Salle & Restaurant

- A. Heinsalochter, Deutsch, Französisch, Englisch, sucht Saisonstelle in kleines Hotel. Offerten erbeten unter Chiffre 318
- Bar-Anfängerin. Junge, nette Tochter sucht Stelle als Bar-anfängerin. Offerten erbeten unter Chiffre 313
- Buffetdame, lackdunkel, auch im Mixen bewandert, zuverlässig, sucht Stelle in grösseres Restaurant oder Bahnhöfchen. Offerten unter Chiffre 338
- Buffetdame, langjährige, tüchtige u. ehrliebe Hotelangestellte, gesetzten Alters, mit rasch erworbenen, sucht Vertrauensposten. Beste Zeugnisse zu Diensten. Offerten er. Chiffre 351
- Restauranttochter, tüchtige, sprachkundig, seriös, sucht Stelle für sofort in gutem Betrieb. Gute Zeugnisse zu Diensten. Offerten unter Chiffre 337
- Restauranttochter, tüchtig, zuverlässig, sprachkundig, sucht passende Stelle. Offerten an Mary Loss, Wildegg (Aarg.). (359)
- Serviertochter, tüchtige, sucht für sofort Stelle in Buffet oder sonst guten Betrieb. Offerten unter Chiffre 366
- Serviertochter, einfache, gewandte, sprachkundig, sucht Stelle in gutgehendes Restaurant. Offerten mit näheren Angaben unter Chiffre 372

- 9294 Kochknecht (nicht über 45 Jahre), Sommersaison, Hotel 30 Betten, Wallis.
- 9299 Junger Köchin, sofort, kl. Hotel, Solothurn.
- 9300 Jungere Zimmermädchen, sofort, mittelgr. Passantenhotel, franz. Schweiz.
- 9301 Commis de rang, sprachlich, 1. März, erskt. Hotel, Basel.
- 9302 Gewandte Serviertochter, sofort, Hotel 40 Betten, Grb.
- 9303 Stöperler, sofort, erskt. Hotel, Basel.
- 9304 Tüchtige Buffetdame, sofort, Hotel, Engelberg.
- 9322 Nachportier, Liftler, Charakt., Telephonist, Engpassportier Angestelltenzimmermädchen, junger Kontroller-Caviste, Chef d'étape, Chef de rang, 2 Demi-Chefs, 2 Commis de rang, Saal- oder Kellerknecht, 3 Küchenmädchen, Wäscherin, Glättlerin, Tennismeister, Tennis-u. Tanzpar., Sommersaison, grosses Kurhaus, Grb.
- 9354 Selbst. junger Köchin, jüngere Saal- oder Saalherstochter, Alleinportier, Küchenmädchen, Mal, Sommersaison, Hotel 50 Betten, Ostschweiz.
- 9359 Chasseur, sofort, erskt. Restaurant, Luzern.
- 9360 Köchin, sofort, Kurhaus 80 Betten, Zentralschweiz.
- 9374 Economat-Kassierin, Office-Küchenmädchen, Portier-Hausbursche, Hotel 120 Betten, Vjese, Baselland.
- 9377 Zimmermädchen, 1. März, kl. Hotel, Wengen.
- 9378 Zimmermädchen (Mithilfe im Saalservice u. Lingerie), Hotel, Luzern.
- 9379 Junger Zimmermädchen, sofort, mittelgr. Passantenhotel, Ostschweiz.
- 9382 Hausbursche, sofort, mittl. Passantenhotel, Basel.
- 9383 Hausbursche, sofort, mittelgr. Passantenhotel, Basel.
- 9388 Argentinier, sofort, erskt. Hotel, Basel.
- 9389 Engpassportier, sofort, mittl. Passantenhotel, Basel.
- 9390 Buffetknecht, Zimmermädchen, sofort, kl. Hotel, Luzern.
- 9393 Haushaltungskoch, sofort, erskt. Hotel, Grb.
- 9397 Jüngere Haushaltungskochin, Jahresstelle, sofort, mittelgr. Hotel, Luzern.
- 9398 Zimmermädchen, sofort, Jahresstelle, Passantenhotel 40 Betten, Ostschweiz.

Cuisine & Office

- A. Heinsch, 32 Jahre alt, sucht Stelle für sofort oder nach Übereinkunft. Gute Zeugnisse zu Diensten. Offerten an Chiffre 379
- Chefköchin (Schweizerin), absolut perfekt in der Küche, noch in ungekündigter Stelle, sucht Engagement, vorzugsweise in Sanatorium oder ähnlichen Betrieb. Eintritt nach Übereinkunft. Offerten unter Chiffre 341
- Chefköchin, mit guten Referenzen, sucht passendes Engagement. Eintritt nach Übereinkunft. Offerten unter Chiffre 342
- Jüngling, 16jährig, sucht Kochherstellung bei tüchtigem Küchenchef. Eintritt 1. Mai. Ernst Vaterlaus, Andermat. (353)
- Kaffee-Personalköchin, tüchtig und zuverlässig, sucht Posten als Kaffee-Personalköchin. Beste Zeugnisse zu Diensten. Offerten bevorzugt. Eintritt ca. Mitte März, evtl. früher. In Zeugnisse zu Diensten. Offerten unter Chiffre 376
- Koch, junger, tüchtiger, der Lehre entlassener, sucht Stelle als Commis de cuisine. Offerten unter OF. 8670 St. n. Or. Füssli-Annoncen, St. Gallen. (244)
- Koch, tüchtiger, arbeitsamer, militärfrei, sucht gute Jahresstelle, als Commis de cuisine. Offerten unter Gute Zeugnisse zu Diensten. Eintritt n. Übereink. Off. an E. Fankhauser, Bellevue, Bern. (371)
- Koch, 25 Jahre alt, sucht Stelle als Chef de partie, Aide de cuisine, etc. Zeugnisse, Referenzen zu Diensten. Westschweiz bevorzugt. Offerten unter Chiffre 375
- Kochhersteller, Intelligenz, gesunder Jungling, 16 Jahre alt, mit 3jähriger Sekundarschulbildung und guten französischen Sprachkenntnissen, sucht Kochherstellung in nur gutes, gangbares Restaurant od. Hotel. Michel Mangold, Alttau (Thg.). (819)
- Kochhersteller gesucht für 17jährigen Jungling. Offerten an Fr. Strahler, Hausdorf, Ch. Haslerstr. 1, F. (340)
- Küchen- und Saal-Stelle nebst als Beiköchin Offerten gef. an Rosa Schneider, Amtsr., Brügg-Bell. (344)
- Küchenchef, absolut tüchtiger und zuverlässiger Mitarbeiter, mit besten Empfehlungen aus ersten Betrieben, sucht auf Frühjahr oder Sommer geeigneten Posten. Offerten unter Chiffre 326
- Küchenchef, 37 J. alt, guter Restaurateur, in Extremes bestens gewandert, solid u. militärfrei, sucht Jahresstelle per sofort. Offerten unter Chiffre 354

Etage & Lingerie

- Gouvernante, jüngere, exakt u. zuverlässig, sprachkundig, sucht Jahres- oder Saisonstelle auf 1. oder 15. März als Stütze der Hausfrau, Aide oder Generalgouvernante. Zeugnisse zu Diensten. Offerten unter Chiffre 346
- 9399 Küchenbursche od. Mädchen (evtl. Anfänger), Kochherstochter, sofort, kl. Hotel, Berner-Jura.
- 9401 Commis de rang, sprachlich, mit besten Referenzen, Küchenmädchen, Office-mädchen, festserviertochter, 20. März, mittl. Hotel, View.
- 9405 Küchenbursche-Argentinier, sofort, mittelgr. Passantenhotel, Chiffre 346
- 9406 Fille de salle (22-25 ans), connaissance des langues, place à l'année, hôtel 80 lits, Lac Léman.
- 9407 Office-mädchen, Office-Küchenmädchen, sofort, grosses Kurhaus, Aargau.
- 9410 Journalführer-Sekretär-Kassier, Liftler, Commis de rang, Office-mädchen, Office-Küchenmädchen, n. Übereink., St. Gallen.
- 9415 Chefköchin (auch Diä), Zimmermädchen, Volontärin-Stütze der Leiterin, Saison April-Ok., Hotel 80 Betten, Wädch.
- 9424 Selbst. Zimmermädchen, Kochvolontärin, Anfang März, kl. Hotel, Tessin.
- 9425 Engpassportier, Bureauvolontär od. Volontärin, n. Übereink., mittl. Passantenhotel, Olten.
- 9427 Femme de chambre, 60-65 ans, parlant français et allemand, casserolet mit l'occupé du chauffage central, lavasse, connaissant les machines électriques, 18 mars, hôtel 40 lits, Vaud.
- 9431 Zimmermädchen-Mithilfe im Service, Anfang März, junger Portier, sprachlich, Mitte April, selbst. Köchin für Pensionäre u. Restauration, n. Übereink., Hotel 60 Betten, Aargau.
- 9434 Zimmermädchen-Lingère, Haus-Office-mädchen, Küchenbursche, Saison März-Ok., mittelgr. Hotel, Lugano.
- 9438 Zimmermädchen, servicekundig, Hotel 40 Betten, Zentralschweiz.
- 9439 Office-mädchen, Office-Küchenmädchen, Hotel 30 Betten, Aargau.
- 9441 Jüngere Stütze der Hausfrau, Zimmermädchen-Anfängerin, Hotel 60 Betten, Ostschweiz.

Lingère, gel. Weissherin, tüchtig und erfahren im Fach, sucht Jahres- evtl. Saisonstelle per sofort oder später. Zeugn. zu Diensten. Offerten unter Chiffre 364

Lingère, 1., im Fach tüchtig u. erfahren, mit langjähriger Hotelpraxis, sucht Vertrauensstelle in gutes Haus mit Jahresbeitrag. Chiffre 365

Lingère, tüchtig und erfahren in allen Lingeriearbeiten, sucht Stelle als Alleinlingère oder Erste. Beste Zeugnisse zu Diensten. Chiffre 295

Lingère, 1., tüchtig u. erfahren im Fach, sucht Vertrauensposten in gutem Haus mit Jahresbeitrag. Beste Referenzen. Offerten unter Chiffre 362

Lingère, gesetzten Alters, in allen Teilen des Berufes tüchtig, sprachkundig, sucht ab 15. März Jahres- evtl. Saisonengagement. Offerten erbeten an Frau Maria Lingère, Central Hotel, Adermat (Uri). (384)

Maschinenwäscherin, sucht Stelle zu baldigem Eintritt, evtl. auch Lingerie. Gute Zeugnisse zu Diensten. Offerten unter Chiffre 361

Zimmermädchen, tüchtig, auch im Service gewandt, wofür sie Nähen, Flicken u. Bügeln, sucht Saison- oder Jahresstelle. Offerten erbeten an E. S., postlagernd, Horburg, Basel. (347)

Loge, Lift & Omnibus

Caviste-Schenkbursche, tüchtig im Fach, sucht Stelle. Eintritt nach Übereinkunft. Gute Zeugnisse zu Diensten. Offerten unter Chiffre 383

Liftler, Telephonist od. Alleinportier, evtl. Schenkbursche i. Grossrestaurant, arbeitsfreudig, 4 Sprachen, hilfsdienstpflichtig, sucht Jahresstelle. Eintritt März. Chiffre 357

Divers

- Gouvernante, tüchtige, sucht Vertrauensstelle, für Etage, Lingerie oder Office, am liebsten im Tessin. Chiffre 381
- Hausbeamten, 27 Jahre, diplomiert, gut präsentierend, selbständig, Deutsch, Französisch, Italienisch, sucht Engagement als Gouvernante. Chiffre 382
- Heizer und Hauswart sucht Stelle. Zeugnisse vorhanden. Offerten unter Chiffre 374
- Joune fille de bonne education, instruction secondaire, désire trouver emploi auprès d'un ou deux enfants. Offres à M. Heimann, St. Louis 22, Lausanne, Tel. 286.15. (820)
- 9443 Casseroller, Officebursche, Kellnervolontär, Hotel 60 Betten, Kl. Neuenburg.
- 9446 Küchenbursche-Portier, Zimmermädchen, servicekundig, Hausmädchen, Küchenmädchen, Kochherstochter, Saalvolontär, Hotel 50 Betten, Badolet Aarg.
- 9452 Entremetteur, beste Referenzen, sofort, erskt. Hotel, Bern.
- 9453 Hausbursche-Portier, Kochherstochter, Serviertochter für Saal u. Restaurant (etwas Hausarbeiten), Mitte März, kl. Hotel, Bielersée.
- 9455 Küchenbursche, Hausbursche, Hotel 50 Betten, Aarg.
- 9457 Casseroller, sofort, Commis de cuisine, 1. März, Passantenhotel, Basel.
- 9459 Argentinier-Tellerwäscher, sofort, erskt. Hotel, Engelberg.
- 9460 Serviertochter für Saal- u. Restaurant, sofort, mittl. Passantenhotel, Basel.
- 9461 Buffetdame, sofort, Grossrestaurant, Bern.
- 9463 Zimmermädchen, sofort, mittelgr. Passantenhotel, Bern.
- 9464 Jungere Zimmermädchen (Gelegenheit den Table d'Hôte-Service zu erlernen), Ende März, Hotel 120 Betten, Ostschweiz.
- 9465 Zimmermädchen, mittelgr. Hotel, Badolet Aarg.
- 9468 Et. Portier, sprachlich, 1. März, grösseres Passantenhotel, Genf.
- 9473 Glättlerin, Hotel I. Rg., Basel.
- 9477 Küchenbursche, Küchenmädchen, Gemüsegrüner, mittel-grosses Hotel, Aargau.
- 9478 Serviertochter, Hausbursche-Portier, Hotel 30 Betten, Kl. Uri.
- 9479 Buffetknecht, Etagen-Gouvernante (Mithilfe in der Lingerie), Lingère, mittelgr. Passantenhotel, Aargau.
- 9481 Junge Köchin, 1. März, Hotel 30 Betten, Graubünden.
- 9482 Tüchtiger Casseroller, Fr. 120.— monatl., tüchtig, Pâtissier, Fr. 25.— monatl., Ende Mai, 1. Reise bezahl., Hotel I. Rg., Graubünden.

Internationaler Austausch

9484 Chef de rang, Chef d'étape, Demi-Chef, Commis de rang, Sommersaison, i. kl. Hotel, Holland.

L'impôt sur le chiffre d'affaires — une question vitale pour l'hôtellerie

Une majorité déterminante du peuple suisse s'apprête à approuver la volonté du Conseil fédéral de rétablir l'équilibre des finances de la Confédération en prenant de nouvelles mesures fiscales, mesures qui permettraient aussi un amortissement méthodique des dettes extraordinaires résultant de la mobilisation et de notre défense nationale. Mais pour cela, il faut que les contribuables se rendent bien compte que ce but ne sera atteint que si l'ensemble de la population y contribue selon la capacité financière de chacun et en faisant un réel sacrifice. Il ne suffit pas de se contenter de verser une obole. Si, grâce à un heureux destin et à la capacité défensive de notre armée, notre pays sort indemne de cette seconde guerre mondiale, nous ne devons rien négliger pour lui assurer des bases financières qui lui permettront de continuer à vivre. Que nous servirait-il de conserver notre indépendance si, pour nous, le résultat de cette guerre devait être la faillite du pays. Car il n'y a aucun doute sur ce point, si les dépenses occasionnées par la mobilisation et la défense nationale continuent à s'accroître à ce rythme, sans que la Confédération ne voie en même temps de nouvelles sources de revenus, il en résultera une augmentation considérable de la monnaie en circulation, ce qui aura à son tour pour conséquence une augmentation des prix qui nous conduira directement à l'inflation. Le danger d'une augmentation générale des prix et d'une inflation ne pourra être évité et notre franc ne pourra être maintenu que grâce à l'effort commun et solidaire du peuple suisse tout entier.

L'absolue nécessité de nouveaux impôts est particulièrement pénible pour l'hôtellerie qui, avant la guerre déjà, passait par une crise économique très grave. Chaque augmentation des charges se traduit par un affaiblissement du chiffre d'affaires d'un effet durable. Les excédents de recettes qui, aujourd'hui déjà, sont insuffisants diminueront encore de façon catastrophique et, pour certaines entreprises l'équilibre financier qu'on essayait d'obtenir au prix de longues et pénibles efforts se faisant le sacrifice, dans de nombreux cas, du capital même, sera gravement compromis. Mais, malgré tout, l'hôtellerie ne veut pas chercher à éviter d'apporter sa contribution au maintien de la situation financière de la Suisse. Elle veut participer au sacrifice que fait chacun en faveur de la défense nationale et elle acceptera l'impôt même si, pour de nombreux hôteliers, la façon dont ils le supporteront et la façon dont il obéira le compte d'exploitation reste encore une énigme.

Ce qui constituerait justement un danger pour certaines exploitations et d'ailleurs pour toute l'industrie hôtelière, ce serait l'introduction de l'impôt sur le chiffre d'affaires relatif aux marchandises. Comme nous l'avons déjà signalé dans des considérations de principe (voir la Revue Suisse des Hôtels No. 2) et, comme le confirme le message du Conseil fédéral relatif au nouveau programme financier de la Confédération du 19 janvier 1940, l'impôt sur le chiffre d'affaires agit comme un impôt de consommation indirect qui sera supporté par le consommateur. La charge fiscale constituée par l'impôt sur le chiffre d'affaires relatif aux marchandises doit, comme les autres facteurs constituant les frais généraux (élévation des prix sur le marché mondial, augmentation des frais de transport et d'assurance), être compris dans les calculs faits par les fournisseurs pour établir leurs prix de vente et c'est donc le consommateur qui le supportera. Mais, à notre époque de renchérissement, cette façon de faire n'est plus possible dans certains cas.

Depuis un certain nombre d'années déjà, les conditions de l'hôtellerie sont telles qu'il paraît absolument exclu de faire supporter le poids d'un tel impôt à nos hôtels. La demande est si faible par rapport à l'offre que, cet hiver par exemple, l'hôtellerie n'aurait même pas à songer à tenir compte dans ses prix du renchérissement moyen de 10 pour cent qui a pourtant été constaté pour les diverses marchandises utilisées dans l'hôtellerie. L'hôtelier doit même au contraire se défendre avec acharnement contre les demandes répétées de réduction des prix. Nombreuses sont les maisons qui ont beaucoup de peine à s'en tenir aux prix minima, car les clients croient pouvoir profiter de la situation et pensent que l'hôtelier leur fera toutes les concessions qu'ils désirent. Si cette augmentation des prix continue, une certaine adaptation des prix pratiqués par l'hôtellerie ne pourra pas être évitée, mais on court le risque de voir le nombre des demandes qui est déjà très faible diminuer encore. Comme, depuis longtemps déjà, l'excédent de recettes ne permet plus de payer les intérêts complètes des capitaux empruntés, ni de verser un intérêt quelconque aux capitaux propres, ni de faire les amortissements et de procéder à l'entretien ou à la modernisation des immeubles, on ne peut plus charger un compte sans qu'il y ait des recettes correspondantes.

A cela vient s'ajouter une question qui est de toute importance au point de vue du maintien du tourisme, c'est la question de la capacité de concurrence de notre hôtellerie sur le plan international. Il ne faut pas oublier que, sur ce plan, la lutte (ce qu'on a appelé la « course aux clients ») sera rude après la guerre. A ce point de vue-là, on peut fort bien assimiler l'hôtellerie à nos industries d'exportation, la concurrence se fera sentir de même façon et cela peut avoir des répercussions graves sur notre balance commerciale. Dans tous les systèmes d'impôts, on les marchandises sont soumises à un impôt sur le chiffre d'affaires, les industries d'exportation sont exonérées pour ne pas gêner les ventes sur les marchés étrangers par une augmentation des prix de revient et des frais généraux. Ce traitement exceptionnel est d'autant plus nécessaire

que les industries d'exportation sont déjà touchées indirectement par cet impôt et que leurs prix de revient en sont augmentés.

Au cours des précédentes discussions qui sont intervenues à ce sujet, en Suisse aussi on a estimé qu'il fallait faire une exception pour cette catégorie d'industries. On a même été plus loin, puisque, en 1936, cet impôt devait fournir les moyens de développer l'exportation de nos marchandises et le tourisme.

L'intensification de nos exportations (considéré du point de vue résultats économiques, le tourisme étranger dans notre pays produit les mêmes effets) n'est concevable que si ces exportations sont libérées de tout impôt de ce genre.

Indépendamment de cette conception, qui a été exprimée lors de discussions préliminaires concernant le programme financier de 1936, le message du Conseil fédéral laisse entendre que dans le projet financier actuel, l'ensemble des industries d'exportation ne sera pas directement soumis à l'impôt. En tous cas, dans ce message, un impôt sur le chiffre d'affaires qui serait tout à fait général, fait l'objet d'une critique indirecte et il semble qu'on devrait repousser un tel projet. En effet, il est vraiment impossible de déterminer, lors de l'exportation, la part de l'impôt qui frappe chaque marchandise au cours des différents échanges et on ne pourrait rembourser cette part aux exportateurs. Le fait que des exceptions sont prévues atténue beaucoup le texte même du projet d'arrêté qui donnait à l'Assemblée fédérale la compétence de désigner les marchandises qui pourraient être exonérées de l'impôt.

Nous aimerions pouvoir espérer, qu'aujourd'hui encore, nos autorités sont animées du même esprit qu'autrefois et qu'elles considèrent toujours que les industries d'exportation et le tourisme doivent être exonérés de l'impôt sur le chiffre d'affaires. Le Dr Herold, Privat-docent à l'Université de Zurich, a traité cette question à la Société des juristes zurichois en un rapport très complet sur l'impôt sur le chiffre d'affaires au point de vue législatif. Il affirmait aussi qu'il s'agissait d'une question extrêmement importante au point de vue de notre économie nationale, spécialement pour l'hôtellerie qui peut parfaitement être assimilée à nos industries d'exportation et il préconisait une solution libérant l'industrie hôtelière de cet impôt.

Si nous insistons ici, avant même que ces mesures fiscales ne soient en délibération devant les chambres, sur la nécessité qu'il y a de traiter spécialement les industries d'exportation et l'hôtellerie, ce n'est pas, nous le répétons, pour que l'industrie hôtelière, une des principales branches du tourisme, échappe à un colport de droits et d'impôts, elle a plus que suffisamment l'occasion de contribuer à la consolidation des finances fédérales grâce aux impôts de toutes sortes qui lui incombent — mais c'est parce qu'il s'agit d'un impôt qu'il lui est impossible de faire supporter au consommateur et qui risque de compromettre gravement la capacité de concurrence de nos hôtels au point de vue international.

Contrat entre la SSH et la Caisse suisse de voyages

Comme nous l'avons annoncé dans le dernier numéro de notre journal nous donnons ci-dessous le texte intégral du contrat qui a été signé entre la Société suisse des hôteliers et la Caisse suisse de voyages. Nous attirons l'attention de nos lecteurs sur le fait que, en un colport de droits et d'impôts, elle a plus que suffisamment l'occasion de contribuer à la consolidation des finances fédérales grâce aux impôts de toutes sortes qui lui incombent — mais c'est parce qu'il s'agit d'un impôt qu'il lui est impossible de faire supporter au consommateur et qui risque de compromettre gravement la capacité de concurrence de nos hôtels au point de vue international.

I.

La Société suisse des hôteliers déclare accepter que les organes de la Caisse suisse de voyages invitent les membres de la Société suisse des hôteliers qui peuvent être pris en considération d'après leurs prix (art. IV), à collaborer et à participer à la Caisse suisse de voyages. De son côté la Société suisse des hôteliers recommandera à ses membres de collaborer loyalement à la Caisse suisse de voyages. Les organes de la Caisse suisse de voyages recruteront les membres participant sans qu'aucune pression ne soit exercée sur les membres de la Société suisse des hôteliers, spécialement en ce qui concerne les prix à consentir à la Caisse suisse de voyages.

II.

La Caisse suisse de voyages s'engage à ne prendre en considération que les entreprises membres de la Société suisse des hôteliers ou de la Société suisse des cafetiers et restaurateurs.

En tous cas, les entreprises avec lesquelles les membres de la Société suisse des hôteliers sont en conflit pour cause de concurrence déloyale ne peuvent être prises en considération, il en est de même pour les hôtels qui ont été exclus de la Société suisse des hôteliers pour des raisons semblables. Les organes de la Caisse suisse de voyages qui procèdent au recrutement des hôtels doivent, dans ce but, s'entendre auparavant avec le président de la section locale ou régionale de la Société suisse des hôteliers. Il est entendu que le recrutement d'hôtels qui font uniquement partie de la Société des cafetiers-restaurateurs ne sera pas rendu plus difficile pour cela.

III.

Le choix des hôtels, des localités et des régions pour les combinaisons d'arrangements de vacances, sera fait avec l'assentiment du représentant de la Société suisse des hôteliers au Conseil d'Administration de la Caisse suisse de voyages.

IV.

La Caisse suisse de voyages s'engage à maintenir les prix minima publiés par la Société suisse des hôteliers et tels qu'ils figurent dans le Guide des hôtels 1939. Un supplément de 5 pour cent est consenti sur ces prix. Si ces prix devaient subir une augmentation au cours de l'année 1940, la Caisse suisse de voyages en tiendrait aussi compte.

Pour ces arrangements de voyages, la Caisse suisse de voyages utilise uniquement les catégories de prix de pension minima suivantes: fr. 6,50, 7.—, 7,50, 8.—, 8,50, 9.—, plus le supplément de 5 pour cent prévu au premier alinéa de cet article.

V.

Pour le calcul des prix forfaitaires pour des séjours de 5 jours et plus, la Caisse suisse de voyages fait usage de menus d'arrangements conformément à l'article IV tout en observant les prescriptions du règlement des prix minima de la Société suisse des hôteliers qui a été mis à disposition de la Caisse suisse de voyages, en y ajoutant le 10 pour cent pour les pourboires, la Kurtaxe locale et une taxe cantonale éventuelle sur les nuitées. Le transport des bagages de et à la gare, sera par contre compris dans ces prix, là où il n'en résulte aucune dépense spéciale pour l'hôtel et où, en général, ce transport n'est pas porté en compte.

Pour le prix forfaitaire, le client de la Caisse suisse de voyages a droit à la pension complète (une bonne chambre, trois repas). Pour des chambres particulièrement belles, l'hôtelier est autorisé à demander un supplément de fr. 0,50 à fr. 1.— par jour et par personne. Dans le cas où un supplément serait compté, l'hôtelier est obligé de mentionner à l'avance, au reçu de la commande, le montant exact de ce supplément. Les hôtels faisant usage de ces arrangements de la Caisse suisse de voyages doivent être traités comme les autres clients.

VI.

La Société suisse des hôteliers admet que la Caisse suisse de voyages aura droit à une commission de 10 pour cent de la part des membres de la Société suisse des hôteliers. Cette commission sera payée sur les bons de voyages émis par la Caisse suisse de voyages. L'obligation de payer la commission sur les forfaits de la Caisse suisse de voyages existe aussi si ce forfait est payé par le client en espèces, au lieu d'être acquitté avec les bons de voyages. L'obligation de payer la commission existe au moment où il s'agit d'une chambre qui a été réservée par un bulletin de commande de la Caisse suisse de voyages.

VII.

La Société suisse des hôteliers est prête à recommander à tous ses membres qui collaborent avec la Caisse suisse de voyages, d'accepter, sans restriction aucune, comme moyen de paiement, les bons de voyages uniformes de fr. 5.—, émis par la Caisse suisse de voyages pour le paiement des dépenses effectuées dans des hôtels ou restaurants. Ces bons de voyages ne seront remis qu'aux milieux précisés sous chiffre VIII.

VIII.

La Caisse suisse de voyages limite son activité aux milieux ne disposant que de ressources modestes. On considérera comme tels en premier lieu les personnes appartenant à des associations ouvrières ou à des entreprises qui, considérant les buts de la Caisse suisse de voyages, s'y sont affiliées pour leurs employés et ouvriers. La Caisse suisse de voyages doit veiller à ce que les associations ouvrières, les employeurs ou organisations qui entrent en ligne de compte expliquent à leurs membres, à leurs ouvriers ou employés que seuls les gens n'ayant que de faibles revenus peuvent voyager avec la Caisse suisse de voyages.

IX.

La Société suisse des hôteliers autorise qu'une liste des hôtels qui travaillent avec la Caisse suisse de voyages soit établie. Cette liste comprendra l'indication des prix et ne sera remise qu'aux milieux affiliés à la Caisse suisse de voyages et précisés sous chiffre VIII.

X.

La Caisse suisse de voyages s'engage à ne pas conclure avec la Société suisse des cafetiers et restaurateurs d'accords qui soient contraires au sens du présent contrat.

XI.

Ce contrat entre en vigueur au moment de sa signature et il est valable jusqu'au 31 décembre 1940. Il est renouvelable automatiquement pour une nouvelle année, à moins qu'il n'ait été dénoncé, au moins un mois avant son expiration, par l'une ou l'autre des parties.

XII.

Celle des parties qui contreviendrait au présent contrat paiera une amende conventionnelle pouvant aller de fr. 500.— à fr. 1000.—. Les parties se mettront d'accord sur un tribunal d'arbitrage qui décidera, en dernier ressort et en toute liberté, s'il y a eu contrevention au contrat. Chacune des parties nommera un arbitre et les arbitres choisiront le chef de ce tribunal d'arbitrage.

Fédération suisse du tourisme

Séance du comité

Au cours de la séance du Comité, précédant l'Assemblée générale qui fut tenue le vendredi 17 au Bellevue-Palace Hôtel à Berne, le Dr I. Hotz, directeur du département de l'économie publique exposa aux membres du comité de la Fédération suisse du tourisme certaines questions actuelles concernant notre politique commerciale. Il affirma que l'on tiendrait compte et que l'on ferait particulièrement attention lors des négociations futures, comme d'ailleurs lors des négociations économiques en cours avec l'étranger, aux intérêts des associations touristiques qui souffrent spécialement de la situation créée par la guerre.

La discussion finale porta sur certains points concernant le programme économique, en temps de guerre, de la Fédération suisse et tout spécialement en ce qui concerne les relations touristiques avec l'étranger. Le Dr Rothmund, chef de la division de police du département fédéral de justice et police, assura que les demandes présentées par des hôtes étrangers désireux de venir en Suisse, étaient examinées dans un esprit de parfaite compréhension et qu'il ne serait pas fait obstacle à l'entrée d'étrangers dans notre pays, pour autant que les nécessités militaires ne l'exigent pas. Le Dr Krudolf, de l'Office fédéral des transports, parla du domaine d'activité de la commission d'experts nouvellement créée au département fédéral des postes et chemins de fer, pour s'occuper des problèmes touristiques.

Assemblée générale

L'assemblée générale annuelle fut présidée par M. L. Meisser, hôtelier à Klosters, vice-président de la Fédération, remplaçant le président M. Gafner, conseiller national, absent pour cause d'accident de ski. Dans une allocution, M. Meisser a tout d'abord indiqué que la guerre a porté un coup très dur à l'hôtellerie. Mais la propagande touristique ne doit pas cesser, même en temps de guerre. Le tourisme étranger est gravement affecté. En tenant compte des voyages dans les accords économiques avec l'étranger, notamment avec les pays neutres, il semble possible d'obtenir une fréquence modeste pendant le temps de guerre. Mais l'hôtellerie doit surtout pouvoir compter sur la clientèle nationale. De plus, une aide rapide de la Confédération est nécessaire. La « commission d'experts pour les affaires de l'économie touristique » nouvellement créée au Département fédéral des postes et chemins de fer, témoigne d'une manière fort réjouissante de la compréhension que le Conseil fédéral montre pour ce problème vital pour la Suisse.

L'assemblée a entendu également un exposé du Colonel Renggli, chef de l'Office fédéral de l'industrie de guerre et du travail sur les tâches économiques de guerre de la Confédération. L'orateur a notamment parlé de la constitution de réserves, des tâches économiques imposées par la guerre à la Confédération, des répercussions de la mobilisation sur l'économie du pays, du régime des dispenses dans l'armée, de la convocation militaire de chômeurs, des difficultés d'importer des denrées alimentaires et des matières premières et des difficultés d'exportation. En terminant, l'orateur a dit que jusqu'à présent les conditions ont pris une tournure plus favorable que celle qu'on redoutait. Mais il a mis en garde contre un optimisme exagéré, concluant que la guerre exige du peuple suisse de gros sacrifices financiers et qu'il doit s'attendre à de lourdes charges fiscales.

Au cours de la discussion qui suivit, divers vœux émanant de milieux hôteliers furent encore exprimés. M. Baumann, directeur de l'Union Helvétique, démontra que la guerre actuelle ne représentait pas à proprement parler une nouvelle crise de l'hôtellerie, mais qu'elle avait atteint d'une façon catastrophique le tourisme étranger qui n'a pour ainsi dire pas cessé depuis le début de la guerre. Si l'on ne veut pas aboutir à la catastrophe définitive, il faut employer tous les moyens pour maintenir le tourisme et il faut que l'Etat lui vienne en aide. Les principes de l'économie privée et la capacité de concurrence de l'hôtellerie doivent être assurés par un vaste assainissement. D'autre part, l'hôtellerie ne doit pas chercher, plus ou moins, à éviter l'organisation du travail collectif. La protection de l'industrie hôtelière implique aussi le maintien de son personnel qualifié. Si cette crise devait durer, le personnel se tournerait vers d'autres professions et il deviendrait toujours plus difficile de former des apprentis. Or ce n'est pas avec des employés ne connaissant pas leur métier, avec des employés au chômage occasionnels que l'hôtellerie suisse pourra soutenir la concurrence de l'hôtellerie étrangère après la guerre.

Le Dr Riesen, directeur du Bureau central, comme l'orateur précédent, ne peut partager l'optimisme dont fit preuve le colonel Renggli en exposant les perspectives que l'après-guerre offrirait au tourisme. Les résultats de cette saison d'hiver sont encore pires que tout ce que l'on avait supposé. Dans les milieux hôteliers on avait l'impression que la création d'une section de l'économie de guerre spéciale pour ce groupe économique, renfermant de grands services. La guerre nous met devant des problèmes et des tâches nouvelles qu'il conviendrait de traiter spécialement dans le cadre même de notre économie de guerre. Il ne nous reste qu'à espérer que la commission d'experts qui vient d'être créée réussira à mener à bonne fin les problèmes qui auraient dû être traités par un Office de tourisme. De son côté, l'hôtellerie cherchera les voies et moyens propres à endiguer une concurrence affrénée, due en partie à un trop grand nombre de lits.

Le Dr F. Seiler, directeur de la Société fiduciaire suisse pour l'hôtellerie, précise que cette institution continue ses efforts, même pendant la guerre, pour assainir les exploitations qui sont dans une mauvaise situation. Dans ce domaine, on peut signaler l'esprit de compréhension dont font preuve les créanciers permettant ainsi souvenant le rétablissement financier des entreprises et les banques, elles aussi ont souvent fait les concessions nécessaires pour venir en aide aux débiteurs.

La tâche de la Société fiduciaire suisse pour l'hôtellerie est double: elle doit empêcher un nouvel endettement et en même temps elle doit procéder à la réduction des dettes anciennes. Or l'hôtellerie ne peut atteindre ce but sans l'appui de la Confédération. Il faut en outre prendre des mesures collectives pour la réglementation de notre industrie; il faut surtout combattre l'offre qui est beaucoup trop forte par rapport à la demande. Il y a là encore un domaine où l'initiative privée peut se manifester. On étudie actuellement les principes d'une nouvelle base légale du concordat judiciaire; il fait l'objet d'un projet de loi dont les autorités fédérales s'occuperont le plus tôt possible.

PAHO

Séance du comité

Le grand comité de la Paho a tenu sa première séance, sous la présidence de M. Stocker, président, le 12 février, à l'Hôtel Terminus à Olten. On sait que les hôteliers sont représentés à la Paho par MM. E. Pflüger, Rheinfelden, E. Elwert, Zurich, F. Cottier, Genève, A. Fanciola, Locarno, et par le Dr Riesen, Bâle. L'élargissement du comité entraînant naturellement une augmentation du nombre des membres du comité directeur. Le comité décida de déléguer à ce comité directeur le Dr Riesen, pour les employeurs et M. W. Salzmann, pour les employés. M. A. Fanciola, absent pour cause de service militaire, était remplacé à la séance par M. J. Zimmermann, Hôtel Victoria, Weggis.

Parmi les divers points figurant à l'ordre du jour, mentionnons: Les comptes pour 1939 bouclent avec un avoir en caisse d'environ fr. 430.000.—. Les primes versées par les employés se montent approximativement à fr. 82.000.—, soit environ fr. 16.000.— de moins que l'année passée, et celles versées par les employeurs atteignent environ fr. 45.000.—,

accusant une augmentation de fr. 1000.— sur l'année passée. Les paiements d'indemnités journalières aux chômeurs se sont élevés à fr. 95.000.— Nous faisons spécialement remarquer que ces chiffres ne constituent que des indications provisoires.

La principale question à l'ordre du jour était celle de la cotisation forfaitaire. Pour 1939, on a constaté de nombreux retards dans les paiements et plusieurs réclamations ont été présentées. 50 entreprises ont recouru contre la cotisation forfaitaire fixée pourtant selon le schéma établi. Dans la plupart des cas, ces recours furent admis, soit complètement, soit partiellement et ils furent réglés par une réduction adéquate de la cotisation, car il s'agissait de cas souvent difficiles.

On se demande maintenant, comment les cotisations pour 1940 seront prélevées. Le comité directeur proposa de fixer les normes maintenant déjà, pour que l'on puisse, aussi rapidement que possible, avoir une vue générale de la situation. D'après les propositions du comité directeur, le schéma établi pour 1939 devrait aussi être utilisé pour 1940, mais naturellement avec un pourcentage réduit tenant compte de la situation actuelle.

Au cours de la discussion, on se rendit compte qu'il était tout à fait impossible, aujourd'hui, d'avoir une vue d'ensemble. De nombreux hôteliers ne savent pas encore s'ils ouvriront leur maison ou non et s'ils ouvrent, ils n'ont encore aucune idée du nombre d'employés dont ils auront besoin. C'est pourquoi, à l'unanimité, le comité estima qu'il fallait renvoyer au printemps la question des cotisations et de la forme sous laquelle elles seraient prélevées.

Le comité présente, en outre, un projet de requête à adresser au département fédéral de justice et police concernant le désendettement de l'hôtellerie. Ce projet de requête traitait spécialement de l'adhésion obligatoire à la Paho et du délai nécessaire pour la participation à l'action de secours. Considérant que la question du désendettement n'est pas encore suffisamment éclaircie, le comité décida de renvoyer encore la discussion de cette requête jusqu'au moment où les travaux préparatoires du département fédéral de justice et de police au sujet du désendettement de l'hôtellerie seront plus avancés.

L'administration de la Paho présente ensuite un rapport sur la suspension, conformément aux ordres de l'armée, du paiement des indemnités journalières aux militaires licenciés et qui deviendraient chômeurs. Elle rapporta en outre sur le fonds de secours auxiliaire qui se monte

aujourd'hui à fr. 5.000.— et sur le déplacement du siège de la Paho, étant donné l'état de guerre actuel. Le comité décida de choisir Berne pour ce déplacement.

Contribution du personnel féminin aux caisses de compensation

D'après diverses questions qui nous sont posées, nous constatons que l'on a pas toujours très bien compris la façon dont on devait calculer le montant à verser aux caisses de compensation par le personnel féminin. Nous croyons donc utile de revenir sur ce point.

Pour le personnel féminin d'hôtels ou de restaurants, il n'est pas fait de distinction entre le personnel à salaire fixe et le personnel participant aux pourboires. *Tout le personnel féminin ne forme qu'une seule catégorie*, et la contribution aux caisses de compensation se calcule sur les salaires globaux fixés par les instructions du département de l'économie publique soit fr. 120.— dans les régions urbaines, fr. 100.— dans les régions semi-urbaines et fr. 80.— dans les régions rurales. Ces salaires moyens fixés par le département de l'économie publique englobent donc le salaire fixe, le salaire en nature et la part éventuelle des pourboires, et l'hôtelier n'a qu'à consulter la liste des localités faisant partie des régions urbaines, semi-urbaines ou rurales pour savoir sur quel salaire il doit se baser.

Pour le Canton de Genève par exemple, Genève et Carouge figurent dans les localités à tarifs «villes». Dans ces deux localités, pour tout le personnel féminin, on calculera la contribution à verser aux caisses de compensation sur le salaire global de fr. 120.—. Ainsi l'hôtelier retiendra le 2% du salaire, soit fr. 2.40 et il ajoutera lui-même sa part de 2%, soit fr. 2.40 aussi.

On ne fait exception que pour le personnel féminin qui gagnerait plus de fr. 300.— par mois. Dans ce cas, c'est à l'hôtelier à déterminer la valeur exacte du salaire total, en tenant compte du salaire fixe, du salaire en nature qui sera calculé selon les normes spéciales fixées pour le personnel féminin soit:

pour la table et le logement fr. 1.50 par jour,
pour la table seulement ... fr. 1.— par jour,
pour le logement seulement fr. 0.60 par jour,

et de la part des pourboires qu'il fixera par estimation.

La contribution de l'employée sera donc de 2% de la somme ainsi déterminée et l'hôtelier ajoutera lui-même la contre-valeur de 2%.

Petites Nouvelles

Pour faciliter l'encaissement de la Kurtaxe.

On sait combien il est parfois difficile de faire payer la Kurtaxe par les hôtes de nos hôtels et pensions, s'ils n'ont pas l'impression que le paiement de cette taxe leur permet de bénéficier d'avantages immédiats et tangibles. Aussi, pour remédier à ces difficultés, la Société des Hôtels de Montreux, d'accord avec la Société du Kursaal de cette ville, a innové un nouveau système de perception. Cette dernière s'effectuera désormais contre délivrance d'une carte muni de coupons. Porteur de cette carte, l'étranger, fréquentant le Kursaal, ne payera plus son thé que 60 centimes au lieu d'un franc. Cette réduction lui sera comptée contre cession d'un des coupons de la carte.

Espérons que grâce à cet arrangement et aux avantages ainsi accordés à ux hôtes qui paient la Kurtaxe, l'encaissement de celle-ci ne rencontrera plus aucune difficulté à Montreux.

Nécrologie

Otto Rohrer †

Nous apprenons la mort, à Vevey, à l'âge de 78 ans, de M. Otto Rohrer, ancien hôtelier à Yverdon. Otto Rohrer avait débuté en achetant la petite pension «La Prairie» qu'il ne tarda pas à développer et il en fit le bel hôtel qu'on admire aujourd'hui. Il s'était retiré il y a déjà plusieurs années et il vécut successivement à Lausanne, Paris, Berne et Vevey où il vient de mourir. C'est lui qui découvrit la source aujourd'hui très connue sous le nom l'Arkaïne.

Nous prions sa famille de croire à notre vive sympathie.



Das Gewicht der Verantwortung untergräbt Ihre Gesundheit

Am meisten leidet der Blutkreislauf, und deshalb ist die Arteriosklerose die typische Krankheit Ihres Berufes. Sie wissen das aus Fällen in Ihrer Umgebung. Sie wissen aber auch, daß es dagegen ein bewährtes Mittel gibt, nämlich Arterosan. Die Wirksamkeit dieses Präparates liegt in der Kombination 4 erprobter Heilpflanzen, welche das Uebel von 4 Seiten her angreifen:

1. Kreislaufregulierung
2. Blutdruckreduktion
3. Geweberegeneration
4. Herzregulierung.

Arterosan

das klassische Mittel gegen Arterienverkalkung

Erfhältlich in Apotheken zu Fr. 4.50 - Kurpackung Fr. 11.50

Schuster

Teppichhaus St. Gallen Zürich

Englisch lernen trotz Krise und Krieg

in der

englischen Schule

Oertlimatt-Krattigen

Vollkommene und rasche Lehrmethode in über 300 Unterrichtsstunden durch engl. dipl. Sprachlehrer. Nächster 10-Wochen-Kurs vom 4. März bis 11. Mai 1940. Keine Preiserhöhungen. Prospekte u. Referenzen. Fam. Zahler.

Suche für jungen, deutsch und französisch sprechenden Mann

Kochlehrstelle

in gutes Haus, wo ihm Gelegenheit geboten ist, das Fach gründlich zu erlernen. Kollegen, die auf Frühjahrs eine Kochlehrstelle frei haben, wollen sich bitte an W. Wagner, Hotel Volkshaus, Bern, wenden.

KOCHAPPARATE

zur Hälfte der Vorkriegspreise!

Solange Vorrat, geben wir ab:

- 1 kleiner Restaurations-Pressluftgasherd
- 1 Pressluftgasherd 3 Meter lang
- 1 Gas-Marmitkocher mit einer Kochstelle
- 1 kippbare Gas-Bratpfanne 560/800 mm Bratfläche
- 4 Gas-Wärmeschränke in verschiedenen Grössen
- 2 Gas-Wärmeschränke mit Suppen-Einsatztöpfen
- 3 Gasgrill-Salamander - 2 Gas-Plongons
- Gasrohrste - Bratschüsseln - Kupfertöpfe und einige Gas-Rechauds

Alle Apparate haben sich an der LA bewährt. Sie wurden revidiert und sind wie neuwertig. Nie mehr werden Kochapparate so billig verkauft. Machen Sie von diesem Vorzugsangebot sofort Gebrauch.

Offerten durch

SURSEE A.G. DER OFENFABRIK SURSEE

Geschäftskundiger Hotelfachmann, Schweizer, 33 Jahre alt, sucht für sofort oder später Engagement als

Direktor, Gérant, Chef de réception oder Verwalter

Offerten unter Chiffre K. W. 2412 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

Hoteldirektor mit geschäftskundiger Frau sucht Engagement für sofortige Stelle. Beste Referenzen. Offerten sind erbeten unter Chiffre H. R. 2391 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

29jährige, strebsame, mit allen Arbeiten des Hotelfaches vertraute Tochter, sucht

Vertrauensstellung

als Stütze des Patrons, Sekretärin-Gouvernante oder Gouvernante. Jahresstelle. Offerten unter Chiffre E. S. 2418 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

Kochlehrstelle gesucht auf Frühjahr 1940 in Jahresbetrieb für intelligenten und kräftigen Jüngling, deutsch u. französisch sprechend. Offerten an Bez. Beratungsstelle Interlaken.

HYGIENISCHE Bedarfsartikel und Gummivarren Spezialmarke "Fronma Act" 5:30, "Neuverit" 4:50 p. Die Preisliste Nr. 10 mit dem Recht auf interessanten Gutachten gratis, verschicken. Sanitätsgeschäft P. Hübscher Seefeldstrasse 4, Zürich 8.

Französisch englisch od. italienisch garant. genäufig in nur 2 Monaten. Referenz.

Handel. **Diptom** in 6 Monaten. Vorbereitung für Staatsstellen in 3 Monaten. Dolmetscher, Korrespondenten, Sekretär, Steno-Dactylo u. Sprachdiplome in 4 und 3 Monaten

ECOLE TAMÉ, NEUCHÂTEL 33 ODER LUZERN 33

Pianiste professionnelle accepterait de jouer deux heures p. jour, pendant vacances/Pâques, en échange bonne pension à la montagne. Melle Buyseens, 5, Rue Ch. Girou, Genève.

Cuisinier trav. seul, âgé moyen, la certifiants, pret. modérés, désire place. — Offres sous chiffre E. M. 2420 à la Revue Suisse des Hôtels à Bâle 2.

Damen-Orchester (3-4 Pers.) für Konzerte, Stimmung, Tanz, sucht Engagement. Offerten an Chiffre SA 5218 Z, Schweiz. Annoncen A.G., Zürich.

Die Wiederholung vervielfacht die Wirkung Ihrer Inserate!

Grand Marnier Liqueur Mondiale

Agence générale: JEAN HAECKY IMPORTATION S.A., BALE

Internationaler **Hoteldirektor** sucht neue Betätigung beherrscht die fünf Hauptsprachen, guter Organisator, würde bei guter Firma auch als Vertreter eintreten. Angebote unter Postfach No. 671 Luzern.

Gesucht per sofort in der franz. Schweiz in kleinerem oder mittlerem Hotel

Volontärstelle

für netten 18jährigen Jüngling mit Sekundarschulbildung. Gute Behandlung Hauptbedingung. Offert. unter Chiffre H. C. 2401 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

TROESCH'S HOTEL-ZIMMER-TOILETTE Triumph

Unvergleichlich in Eleganz und Qualität.

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