

**Zeitschrift:** Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels  
**Herausgeber:** Schweizer Hotelier-Verein  
**Band:** 39 (1930)  
**Heft:** 5

**Vereinsnachrichten:** Vereinsnachrichten

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 18.03.2025

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

# SCHWEIZER HOTEL-REVUE

## REVUE SUISSE DES HOTELS

**№ 5**  
BASEL, 30. Januar 1930

**№ 5**  
BALE, 30 janvier 1930

**INSERATE:** Die einspaltige Nonpareillezeile oder deren Raum 45 Cts. Reklamen Fr. 1.50 per Zeile. Bei Wiederholung entsprechender Rabatt.  
**ABONNEMENT:** SCHWEIZ: jährl. Fr. 12.—, halbj. Fr. 7.—, vierteljährlich Fr. 4.—, monatlich Fr. 1.50. Zuzug für Postabonnemente 30 Cts. AUSLAND: bei direktem Bezug jährlich Fr. 15.—, halbj. Fr. 8.50, viertelj. Fr. 5.—, monatlich Fr. 1.80. Postabonnemente: Preise bei den ausländischen Postämtern erfragen. Für Adressänderungen ist eine Taxe von 30 Cts. zu entrichten.

**Organ und Eigentum des Schweizer Hotelier-Vereins**



**Organe et propriété de la Société Suisse des Hôteliers**

Erscheint jeden Donnerstag mit illustrierter Monatsbeilage: „Hotel-Technik“

Neununddreissigster Jahrgang  
Trente-neuvième année

Paraît tous les jeudis avec Supplément illustré mensuel: „La Technique Hôtelière“

**ANNONCES:** La ligne de 6 points ou son espace 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. Abonnements par la poste en Suisse 30 cts. en plus. Pour l'ETRANGER abonnement direct: 1 an, 15 fr.; 6 mois, 8 fr. 50; 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: Aeschengraben No. 35, Basel  
Verantwortlich für Redaktion und Herausgabe: Dr. Max Riessen

TELEPHON  
Safran No. 11.52

Rédaction et Administration: Aeschengraben No. 35, Bâle  
Druck von Emil Birkhäuser & Cie., Basel

Compte de chèques  
postaux No V 85

### Siehe Warnungstafel!

**Mitglieder-Bewegung**  
Mouvement des membres  
Neuanmeldungen.  
Demandes d'admission. Betten  
Lits

- M. A. Soldini, Hôtel Beau-Site, Aigle 35
- M. François Bovier, Hôtel du Pigne d'Arrolla, Arolla 16
- Hr. Ad. Staempfli, Hotel Bauer am Rhein, Basel 40
- Hr. Rud. Wyss, Hotel Bahnhof, Davos-Platz 35
- M. Alb. Haller, Pension Les Sapins, Lally-Les Pléiades 25
- M. F. Amacker-Défago, Hôtel Château d'Evian, Lausanne 30
- S. A. Avenue Benjamin Constant, Hôtel Central-Bellevue, Lausanne 80
- Hr. Xaver Stirnimann, Hotel Drei Königen, Luzern 20
- Hr. A. Michel-Ettlin, Kurhaus Melchtal, Melchtal 50
- M. Alexis Brun, Hôtel-Pension Vert-Site, St-Cergue 15
- Hr. Franz Hirsch, Hotel Müller, Schaffhausen 40
- Hr. Hugo Stutz, Terminus-Hotel Rigibahn, Vitznau 45
- Hr. Ernst Billeter, Hotel-Pension Hirschen, Wengen 27
- M. Albert Gressot, Hôtel St. George, Alger P.M.

### Vereinsnachrichten

#### Fachschule Cour-Lausanne Höherer Fachkurs.

Erneut lenken wir die Aufmerksamkeit unserer Leser auf den sechswöchigen Zwischenkurs für jüngere Hoteliers und höhere Angestellte, der in der Zeit vom 3. März bis 12. April nächsthin in Cour-Lausanne abgehalten wird. — Aufnahmebedingungen sind: Eintrittsalter von minimal 22 Jahren und gute Ausweise über bisherige Betätigung an höheren Hotelposten. Der Kurs ist extern; das Kursgeld beträgt Fr. 100.— für Mitglieder S. H. V. und deren Kinder, Fr. 175.— für andere Teilnehmer schweizer. Nationalität, Fr. 325.— für Ausländer. Das Kursprogramm sieht pro Woche 32 Unterrichtsstunden vor in den Lehrfächern: Baukonstruktion und Inneneinrichtung der Hotels, technische Installationen, Hotelbetriebslehre, Hotelrecht, Buchhaltung und Handelslehre, Versicherungswesen und Haftpflicht des Hoteliers, Warenkunde, Berechnung der Küchen-Gestehungskosten, Weinkunde, Reiseverkehr, Hotel-Hygiene.

Anmeldungen richten man an die Direktion der Hotel-Fachschule in Cour-Lausanne.

#### Stellenvermittlung

In Anbetracht der schon ziemlich starken Nachfrage für Personal aller Kategorien pro Sommersaison 1930 empfehlen wir den Interessenten für **Sommersaison**-Stellen, baldigst ihre Anmeldungen beim „Hotel-Bureau“, Aeschengraben 35 in Basel (Offizielles Plazierungsbureau des Schweizer Hotelier-Verein) einzureichen. Alle diejenigen, welche bereits eingeschrieben sind und ihre Dienst-offerten beim „Hotel-Bureau“ deponiert haben, sollten nicht unterlassen, uns zu benachrichtigen, ob auch für sie eine Sommersaisonstelle in Betracht kommt. Die fixbesoldeten Angestellten wollen uns bei der Anmeldung ihre Gehaltsansprüche für Saison- und Jahresstellen getrennt angeben. Man achte stets darauf, dass die Zeugniskopien komplett und sauber sind und jede Offerte von Bewerbern oder Bewerberinnen mit einer zweckdienlichen Photo-

graphie versehen ist. Im Interesse einer geordneten und reibungslosen Abwicklung unseres Stellenvermittlungsdienstes sind Arbeitgeber und Arbeitnehmer dringend gebeten, Stellengesuche und Stellenofferten raschestens zu beantworten.

**Hotel-Bureau**  
Aeschengraben 35, Basel.

### Bundesgesetz über die Spielbanken

Unterm 14. Januar erliess der Bundesrat ein Kreisschreiben an die Kantonsregierungen, dem wir im Auszuge folgende Daten entnehmen:

Mit 1. Februar 1930 tritt das Bundesgesetz über die Spielbanken in Kraft. Massgebend für den Betrieb von Glücksspielen sind nunmehr bundesrechtlich: Der in der Volksabstimmung vom 3. Dezember 1928 angenommene, revidierte Art. 35 der Bundesverfassung; die bundesrätliche Verordnung vom 1. März 1929 über den Spielbetrieb in Kursälen und das Bundesgesetz über die Spielbanken vom 5. Oktober 1929. Dem Bundesgesetz nicht widersprechende Bestimmungen des kantonalen Rechts über die Glücksspiele bleiben vorbehalten.

Die Entstehungsgeschichte dieses Glücksspielrechtes des Bundes lässt keine Möglichkeit des Zweifels daran übrig, dass das Schweizervolk die Glücksspiele verboten und das Verbot durchgeführt wissen will. Dass der neue Verfassungsartikel einen einlässlich geregelten und streng kontrollierten Spielbetrieb in Kursälen mit behördlicher Genehmigung zulässt, ändert hieran nichts, sondern bestätigt im Gegenteil und setzt geradezu voraus, dass im übrigen das Spielverbot nunmehr auch wirklich durchgeführt werden soll.

Die Spielautomaten sowie ähnliche Spielapparate gelten gemäss Art. 3 des neuen Gesetzes als verboten, sofern nicht der Spelausgang in unverkennbarer Weise ganz oder vorwiegend auf Geschicklichkeit beruht. Der Entscheid über die Zulässigkeit dieser Apparate liegt beim eigenen Justiz- und Polizeidepartement und es dürfen denn auch vom 15. März 1930 an unter keinen Umständen mehr andere Apparate aufgestellt sein als solche, die das Departement bewilligt hat. Die Interessenten sind daher von den Kantonsregierungen anzuweisen, den Entscheid direkt beim Departement einzuholen.

Im weitern werden die kantonalen Regierungen durch das Kreisschreiben ersucht, ein besonderes Augenmerk auf die Spielvereinigungen zu richten, damit Umgehungen des Glücksspielverbotes vermieden werden.

### Rationalisierung

Von Jules Lippert

Wieder einmal ein neues Schlagwort in unserer an derartigen Erscheinungen gewiss nicht armen Zeit. Wir haben es sozusagen kritiklos übernommen, ohne zu bedenken, dass es aus Amerika stammt, also aus dem Lande, dessen ganze Struktur wegen des natürlichen Wegfalls alles Traditionellen sich nur auf einer absolut realen Basis aufbauen konnte. Bei genauerer Betrachtung kommen wir aber bald zu der Erkenntnis, dass uns in Europa mit seinem sich geschichtlich entwickelten selbständigen Kleinstaatensystem auf dem Weg zu dieser vielgerühmten Rationalisierung bedeutend engere Grenzen gezogen sind, als den Bewoh-

nern dieses glücklichen Amerika, das es schon nach Aussage Goethes so viel besser hat wie wir diesseits des Atlantik.

Ganz besonders äussert sich diese Verschiedenheit in bezug auf die in Europa allgemein herrschende Arbeitslosigkeit, die es von vornehmer nicht zulässt, dass wir unsere Verhältnisse mit dem Mass messen, wie dies in einem Lande geschehen kann, das Arbeitslosigkeit so gut wie nicht kennt, aber auch keine Arbeitslosenfürsorge, keine Alters- und keine Invaliditätskassen. Dazu kommt ferner noch, dass Einschränkungen, wie sie in den Massenbetrieben drüben gegeben sind, sich nicht ohne weiteres in unsere kleineren europäischen, bzw. schweizerischen Verhältnisse herübernehmen lassen.

Das Wort „Rationalisierung“ hat auf manches unbefangene Gemüt eine wahrhaft faszinierende Wirkung ausgeübt. Gar mancher glaubte mit ihm den Talisman gefunden zu haben, der ihn aus der Enge und der Wirrsal unserer wirtschaftlichen Nöte hinauszuführen könne in die gesegneten Gefilde eines sicheren Wohlstandes. Dass wir uns der Erfüllung dieses schönen Traums aber erst dann nähern können, wenn wir einmal ein wertbeständiges Geld und uns von der Chimäre „Goldwährung“ befreit haben, sei hier nur unter Parenthesen bemerkt.

Betrachten wir uns also das hübsche Wort „Rationalisierung“ einmal näher und übersetzen es zunächst ins Deutsche. Es verhält alsbald viel von seinem magischen Zauber. Ratio (lat.) heisst Vernunft, und somit haben wir es hier nur mit einer „vernünftigen Geschäftsführung“ zu tun. Nun aber gibt es und gab es von jeher Leute, die mehr, und solche, die weniger tüchtig in ihrem Beruf sind.

Und das wird immer so sein, auch wenn einmal ein jeder Geschäftsmann, sei er Hotelier, Kaufmann oder Fabrikant, sich die „Ratio-Theorie“ von A bis Z zu eigen gemacht hat. D. h. wenn es eine solche überhaupt gäbe!!

Aber kann man denn auf solchem Gebiet allgemein gültige Regeln aufstellen? Fälle, wie die Verschmelzung der Deutschen Bank mit der Disconto-Gesellschaft, durch welche laut Zeitungsberichten 7—8000 Angestellte überflüssig wurden, kommen in unserem Land nicht in Frage, wenn auch unsere Bundesbahn in jüngster Vergangenheit durch Beamten-Abbau wesentliche Ersparnisse erzielte. Um bei unserer Branche zu bleiben, dürfen wir doch gewiss fürs erste feststellen, dass jeder Hotelier auf jede Art so viel wie möglich zu sparen sucht, natürlich nur so weit, dass diese Sparmassnahmen dem Gast nicht unangenehm auffallen. Er wird auch vor keinerlei Veränderungen zurückschrecken, welcher Art sie auch sein mögen, wenn er die Gewissheit hat, dass dieselben eine Reduktion seiner laufenden Spesen im Gefolge haben.

Und dieses Bestreben, möglichst hohe Einnahmen zu erzielen bei möglichst niederen Ausgaben, nannte man von jeher: den Betrieb rationell gestalten. Dem einen gelang und gelingt es mehr, dem andern weniger, je nach seiner menschlichen Einstellung und seiner kaufmännischen Begabung, im allgemeinen aber dürfen wir wohl behaupten, dass die schweizerische Hotelierie, besonders seit dem Kriege, auf soliden und vernünftigen Bahnen wandelt. — Es kommt ja wohl noch hier und da vor, dass sich geschäftliche Usanzen vom Vater auf den Sohn vererben, auch wenn sie einer streng rationellen Kritik nicht standhalten, oder dass man bei einer Gepflogenheit beharrt, bloss weil man seit Jahren daran gewöhnt ist, obschon man instinktiv fühlt,

### Auskunftsdiens über Reisebureaux u. Annoncen-Acquisition

**Tour and Travel Association Ltd., London.**  
Wir haben bereits im Oktober 1929 gegenüber dieser Firma grösste Vorsicht anempfohlen. Nun erfahren wir, dass an einem kürzlich stattgefundenen Meeting die Liquidation des Unternehmens beschlossen wurde. Die Lage für die Gläubiger ist leider hoffnungslos, denn gegenüber Schulden im Betrage von 2491 Pfund sind nur 242 Pfund Aktiven vorhanden, die tschischer von den Liquidationsspesen aufgefressen werden.

**Verlag A. Leuthardt, Buchs.**  
Unter Bezugnahme auf die Meldungen in den beiden letzten Nummern über die Herausgabe eines „Schweizer Hotel-Register“ können wir heute auf Grund von Informationen mitteilen, dass der Verleger A. Leuthardt in Buchs nicht angemeldet ist, sondern dort nur ein Postfach hat. Seinen Wohnsitz hat er angeblich in Schaan (Fürstentum Liechtenstein).

**Master Tours, New York und Paris.**  
Schon vor bald einem Jahr mussten wir an dieser Stelle gegen Master Tours eine Warnung erlassen. Hoffentlich hat man in Mitgliederkreisen allseitig davon Notiz genommen. Nachdem bereits letzten Herbst das Pariser Bureau seine Tätigkeit eingestellt hat, ist nunmehr auch die New Yorker Firma von der Bildfläche verschwunden wie aus unbestellbar zurückgekommenen Briefen ersichtlich ist. Die Hoteliers, welche noch Guthaben besitzen, werden sich über Deckungsmöglichkeit wohl keinen Illusionen mehr hingeben. Immerhin sollten sie sich beim Zentralbureau S.H.V. melden, damit eventuell, zur Verringerung der Kosten, ein gemeinsames Vorgehen ins Auge gefasst werden kann.

### Les Voyages du Tourisme Moderne, Bordeaux.

In der letzten Nummer des „Hotel“ wird erwähnt, dass genanntes Reisebureau einem italienischen Hotel 561 Lire und einem schweizerischen Hotel 219 Franken schulde und weder zahle noch auf Reklamationen antwortete.

### International Advertising Agencies, Chicago.

Zahlreiche erstklassige Hotels haben kürzlich ein längeres Zirkular dieser in der Schweiz noch unbekannteren Firma erhalten, worin erklärt wird, wie man in Amerika Reklame machen kann, ohne Geld auszugeben. Nun, so ganz unsonst geht die Sache doch nicht! Statt mit barem Geld soll der Hotelier mit Bons bezahlen, welche den Inhaber berechtigen, für den im Gutscheine genannten Betrag im betreffenden Hotel zu wohnen und Mahlzeiten einzunehmen. Anscheinend gibt es auch in den Vereinigten Staaten Verleger, welche froh sind, im Gegengeschäft Insertionsaufträge zu bekommen. Im Prinzip wäre zwar gegen den Vorschlag nicht viel einzuwenden, doch muss man sich u. E. zweierlei fragen:

1. Lohnt es sich für ein einzelnes Hotel, in dieser Weise in Amerika Reklame zu machen? Die Erfahrungen sprechen im allgemeinen dagegen, nicht nur wegen der hohen Kosten, sondern auch, weil erfahrungsgemäss die Amerikaner im allgemeinen in bezug auf Hotels nicht auf lange Sicht disponieren. Wenn sie sich in New York einschiffen, wissen sie gewöhnlich nur, wo sie in Paris oder London logieren werden. Darin hinaus bestehen noch keine fertigen Reisepläne, sondern nur Absichten, die zum Teil noch unbestimmte Formen besitzen und den Einflüssen von dritter Seite leicht zugänglich sind.

2. Ist es dem Hotelier möglich, die von ihm als für seine Zwecke geeignet erachteten Insertionsorgane selbst auszuwählen? Wir bezweifeln es, denn das Zirkular der „International Advertising Agencies“ enthält diesbezüglich bereits Vorbehalte, wenngleich andererseits zugestanden ist, dass auf Wunsch die Namen der Publikationen, die mit dem Gegengeschäft einverstanden wären, dem Hotelier zur Genehmigung unterbreitet werden können.

Schliesslich ist zu beachten, dass „International Advertising Agencies“ immerhin vom Hotelier 10% Vermittlungsprovision in bar verlangen und auch für Unterkunft und Verpflegung der Gutscheinhhaber dem Hotel nicht unbedeutende Kosten entstehen. Es ist sogar denkbar, dass der Hotelier in arge Verlegenheit gerät, wenn solche Gäste in der Hochsaison unangemeldet eintreffen.

Alle diese Erwägungen bestimmen uns, den Mitgliedern zu empfehlen, auf die Offerte nicht einzutreten.

dass eine Änderung nicht unangebracht wäre. Doch sind dies nur Ausnahmefälle, die das oben Gesagte in keiner Weise entkräften.

Irrrational könnten unsere Betriebe nur dann werden, wenn das sogen. Hotel-