

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

Artikel: Rationalisierung
Autor: Lippert, Jules
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-540826>

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: 16.03.2025

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

SCHWEIZER HOTEL-REVUE

REVUE SUISSE DES HOTELS

Nº 5
BASEL, 30. Januar 1930

Nº 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, viertel. 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 par l. 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 Riemen

TELEPHON
Safran No. 11.52

Redaktion 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.

Bedten	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 Zwischenaisonkurs 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 höherem 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 hinausführen 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 tdschwer 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 Gutscheininhaber 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-

bau-Verbot, das Gesetz betreffend Beschränkung von Hotelbauten, dessen Endtermin mit 1930 viel zu kurz gesetzt war, jetzt wirklich aufgehoben würde. Den Grund brauche ich sicherlich nicht näher zu definieren. Und ein anderer Faktor, der gegen die Ratio, die gesunde Vernunft wäre, bestände in der Einführung eines alles nivellierenden Arbeits- und Ruhetags-Gesetzes, das keinen Unterschied macht zwischen Jahres- und Saisonbetrieb.

Solange diese beiden Schreckgespenster noch nicht Wirklichkeit sind, wollen wir es ruhig jedem einzelnen Kollegen anheimstellen, sein Haus mit der Sparsamkeit zu führen und überall die Vernunft walten zu lassen, die seinen Verhältnissen angepasst ist. Auf alle Fälle möge uns der literarische Himmel bewahren vor etwa einem „Leitfaden für das Hotelgewerbe unter Beobachtung der neuesten Ergebnisse auf dem Gebiet der Rationalisierung“, oder vor der Forderung, die Hotellerie ganz auf Gesichtspunkte des modernen wirtschaftlichen Rationalismus einzustellen, für so lange mindestens, als sich nicht die Zahl der Gäste und deren Anforderungen an die Leistungen der Gastbetriebe nach Belieben erhöhen, resp. herabsetzen lassen. Die Hotellerie lässt sich auch in dieser Beziehung nicht mit andern Berufen und Unternehmungsformen vergleichen.

Zur Trinkgeldfrage

In der „Times“ wird unterm Datum des 18. Januar eine Korrespondenz des „Figaro“ betreffend die Trinkgeldregelung in Frankreich reproduziert, in der ausgeführt wird, die Trinkgeldablösung sei stets ein freiwilliges Arrangement und die Hotelgäste seien berechtigt, die Bezahlung der ihnen auferlegten zehn Prozent zu verweigern; sofern sie es vorziehen, ihr Trinkgeld selbst unter die Hotelangestellten zu verteilen.

Die Frage, ob dieses Recht den Reisenden zusteht oder nicht, stellt sich auch in Schweizer Hotels mit Trinkgeldablösung viel häufiger als man glaubt. Sehr zahlreich sind immer noch die Reisenden aus andern Ländern, Passanten und ständige Gäste, welche das absolute Recht beanspruchen, an Trinkgeld zu geben, was ihnen beliebt und sich vor allem weigern, die Ablösung durch die Hotel-Bureaux anzuerkennen. Uns sind Fälle bekannt, wo das Bestreben der Hoteldirektion, die Ablösung allgemein und strikt durchzuführen, sogar kleine „Palastrevolutionen“ auslösten. Um diese Gäste nicht zu verlieren und andere Klienten nicht kopfscheu zu machen, müssen die Hoteldirektionen tatsächlich oft Ausnahmen gestatten, auch wenn sie damit gegen ihre eigene Überzeugung handeln. Wobei die nähere Prüfung — dies sei ausdrücklich vermerkt — dann sehr oft zur Feststellung führt, dass die betr. Gäste über den 10%-Ansatz hinausgehen. Diese wollen sich lediglich das Recht des direkten Trinkgeldes nicht nehmen lassen.

Rechtlich ist diese Einstellung der Gäste zweifellos falsch. Wenn eine Hotelleitung die Trinkgeldablösung beschloss und diese Anordnung in geeigneter Form den Gästen zur Kenntnis bringt, d. h. sie rechtzeitig darüber orientiert, so involviert daraus die Verpflichtung der Reisenden, die betr. Trinkgeldquote zu tragen und sie können gegen die Verrechnung des Trinkgeldes auf der Hotelfaktura nichts einwenden. In dieser Hinsicht weicht unsere Auffassung von der „Figaro“-Korrespondenz ab, welche übrigens vielleicht nur solche Fälle ins Auge fasst, wo seitens der Hotels den Gästen die Trinkgeldablösung entweder gar nicht oder in ungenügender Weise zur Kenntnis gebracht wurde.

Vereinigung ehemaliger Fachschüler S.H.V.

Aus dem Jahresbericht

Kürzlich erhielten wir den 3. Rapport der Vereinigung ehemaliger Fachschüler von Cour-Lausanne, der die beiden Geschäftsjahre 1927/28 und 1928/29 umfasst. Er

wird eingeleitet durch die Berichterstattung über die Generalversammlung vom 14. Juni 1929 im Hotel Bären, Bern, und den gemeinsamen Ausflug nach Münsingen mit Bankett im dortigen Hotel Löwen. Über diese Anlässe ist an dieser Stelle (Nr. 26/1929) eingehend orientiert worden.

Wie dem Kassabericht zu entnehmen ist, schloss die Jahresrechnung mit einem Aktivsaldo von Fr. 2500 ab, die auf neue Rechnung vorgetragen wurden. Für Aufmunterungspreise an Fachschüler wurden 342 Franken, für zwei Freistellen am Zwischenjahreskurs der Fachschule 137 Franken aufgewendet.

Am 30. November zählte die Vereinigung 6 Ehrenmitglieder, 195 Aktiv- und 7 Passivmitglieder, die mit ihrer genauen Adresse aufgeführt sind. Die Grosszahl davon befindet sich in der Schweiz, eine Reihe aber auch in den Nachbarländern, mehrere in Skandinavien, England, in Ägypten, in Indien, China, sowie in Amerika. Der Vorstand setzt sich zurzeit wie folgt zusammen: W. Müller, Beau-Rivage-Palace in Ouchy, Präsident; A. Oyex, Buffet S.B.B., Lausanne, Vizepräsident; O. Schweizer, Savoy-Hotel-Lausanne, Sekretär; R. Obrist, Buffet S.B.B., Lausanne, Kassier, sowie A. Arn, Hotel Balmoral und P. Grimm, Beau-Rivage-Palace in Ouchy, als Beisitzer.

Im weitem enthält die Broschüre die Jahresberichte der Fachschule pro 1927 und 1928, verschiedene lezenswerte literarische Beiträge (darunter ein humoristisches Gedicht des Schülers Otto Moedl „Zum Schulschluss“) und schliesst mit einem Verzeichnis der Teilnehmer an den Jahres- und Kochkursen der Schuljahre 1928/29, sowie 1929/30.

Hotelanzeigen in Automobilführern

Angesichts der Grosszahl von Automobilführern und Zeitschriften, die zum Teil durch Anzeigen der Geschäftswelt, speziell der Hotels, alimentiert werden müssen, ergibt sich für die Hotellerie eine grosse Zersplitterung und sehr unangenehme Doppelspurigkeit für ihre Reklame. Auf Grund der hieraus resultierenden starken finanziellen Inanspruchnahme wird in unsern Mitgliederkreisen immer mehr die Nötwendigkeit betont, bei den Automobil-Clubs auf mögliche Vereinheitlichung dieser Führer und damit zugleich auf vermehrte Konzentration der bezügl. Hotelpropaganda hinzuwirken, die sich aus dem Wegfall solcher Doppelspurigkeiten ergeben würde.

Die Vereinsleitung S. H. V. hat sich kürzlich mit der Frage neuerdings eingehend befasst und wird demnächst mit den verschiedenen Automobil-Vereinigungen in Verhandlungen treten. Inzwischen rückt aber die Zeit heran, wo in der Regel die Akquisitionstätigkeit für Anzeigen in diesen Führern und Zeitschriften mit Volldampf einzusetzen pflegt. Wir möchten daher den Hotelinhabern nahelegen, mit ihren einschlägigen Insertionsaufträgen möglichst zuwarten, bis das Resultat der in Aussicht stehenden Verhandlungen vorliegt.

Warnung an auswanderungslustige Angestellte

Von Behördeseite erging unlängst im Zusammenhang mit Berichten über ungünstige Wirtschaftsverhältnisse in gewissen Staaten Mittel- und Südamerikas die Mahnung an auswanderungslustige junge Schweizer, sich nicht aufs Geratewohl nach jenen Ländern zu begeben, in der trügerischen Hoffnung, dort unter leichtern Arbeitsbedingungen ein besseres Fortkommen zu finden als in der Heimat.

Diese Warnung darf wohl auch dem Hotelpersonal zur Beherrschung empfohlen werden, nachdem sich erweist, dass durchaus nicht alle Angehörigen unserer Berufsbranche, die, einem Zuge der Zeit folgend, in den letzten Jahren in Mittelamerika angeblich lukrative Stellungen antraten, dort auf Rosen gebettet, sondern vielfach ersten Enttäuschungen ausgesetzt waren und zum Teil noch sind. Derartige Nachrichten gingen

uns kürzlich speziell aus Columbien zu, wo angesichts des drohenden Zusammenbruchs einer Hotelunternehmung das engagierte Schweizer Personal noch froh sein musste, den verabredeten Gehalt zu bekommen, von andern Enttäuschungen gar nicht zu reden. Es wird denn auch aus den Kreisen dieses Personals ernstlich davor gewarnt, Engagements nach dem genannten Lande anzunehmen, sofern als Gegenkontrahent nicht eine Auslandsfirma in Frage stehe.

Wir geben von diesen Mitteilungen hier Kenntnis, mit der Empfehlung an Auswanderungslustige, vor Annahme oder Antritt von Engagements in exotischen Staaten über die dortigen Verhältnisse eingehende Erkundigungen einzuziehen. Das eidgen. Auswanderungsamt ist zu Auskunft und Ratsschlag jederzeit bereit.

Die Flaschenetikette

Von Praktikums

Die Flaschenetiketten spielen neben der Qualität des Weines, der natürlich die Grundlage des Genusses bildet, eine bedeutende Rolle als Ausstattung der Flasche. Es ist tatsächlich nicht gleichgültig, wie man die Flasche ausstattet. Die Etikette hat den Zweck, in erster Linie dem Auge des Konsumenten einen vertrauensweckenden Eindruck zu machen. Der künstlerisch veranlagte Weinhändler und Hotelier wird dadurch eine günstige Verkaufswirkung erzielen.

Versetzen wir uns einmal in die Lage des Flaschenweinkonsumenten. Ihm ist in den meisten Fällen der Genus des Inhaltes einer Flasche „Pütschierien“ immer etwas Besonderes. Er trinkt sie bei festlichen Anlässen, bei denen schon der äussere Rahmen ein solches Gepräge zeigt. Er wird daher bei der Wahl eine, wenn auch gute Flasche ausschlagen, wenn diese schlecht etikettiert ist, und unter Umständen eine qualitativ weniger gute wählen, deren Aufmachung tadellos ist. Freilich darf die Betonung der Ausstattung nicht so weit gehen, dass man geringe Weine mit prunkvoller Etikette versieht; denn dadurch würde man den Konsumenten misstrauisch machen. Man stattet die Flasche korrekt aus, mit Anpassung an die bestehenden Verhältnisse. Im allgemeinen beobachtet man folgende Regeln:

1. Die Flaschenetikette soll nicht in schreienden Farben gehalten sein, und in der Ausführung mit der Halbschleife und dem Kapselband harmonisieren. Ein Rotwein, vielleicht mattrot bis braun, für Weisswein grünlich, gelb, golden. In den letzten Jahren haben die Etiketten einen fast einheitlichen Charakter in Form und Farbe der in den betreffenden Landesgegenden üblichen Art angenommen, so dass man auf den ersten Blick den Walliser, Veltliner usw. erkennt. Ich finde dieses Vorgehen recht vernünftig.

2. Die Etiketten sollen bei besseren Weinen enthalten:

- Herkunft;
- Lage (Halde, Clos);
- Bereitungsart (gesondert, aus lies);
- Traubensorte (Riesling-Sylvaner usw.);
- Jahrgang (auf der Halbschleife perforiert);
- Name des Besitzers des Rebberges, des Lieferanten oder auch des Käufers (Hausmarke).

3. Man beachte des weitern auch die Bestimmungen des eidg. Lebensmittelgesetzes.

4. Die Etikette soll usgemäss bei Rheinwein- und Neuenburgerflaschen 2 cm vom Flaschenboden entfernt und bei Bordeaux-, Waadtländer- und Normalflaschen in der Mitte des zylindrischen Teils aufgeklebt werden.

5. Sog. Trockenkapseln sind den Stanniolkapseln vorzuziehen, da sie dem Weine nicht den widrigen Kapselgeschmack verleihen können. Als ein moderner, zuverlässiger Korkschutz gilt heute das Kork mit der Hermetrondele und als Dekor ein lithographisch fein ausgeführtes Kopfband aus Papier.

6. Als Klebemittel dienen: für eine geringe Anzahl zu etikettierender Flaschen zu Schaum geschlagenes Eiweiss, für eine grössere Anzahl Buchbinden-Pflanzenleim, dem etwa 0,5 g Thymol zugesetzt wird, um den Mäusefrass zu verhindern.

7. In grösseren Betrieben gilt als ein vorzügliches Klebemittel für Etiketten das Dextrin oder Leioakongumi. Ein Kilo Dextrin wird mit wenig Wasser fest angerieben, bis alles Wasser aufgesogen und das Dextrin ein honigartiges Aussehen bekommt. Die Masse wird auf gelindem Feuer, oder im Bain-marie, unter ständigem Rühren bis zum Kochen gebracht, wobei der weisse Schaum mitverührt wird (nicht kochen lassen!). Dann lässt man erkalten, verdünnt nach Wunsch bis zur Streichfertigkeit mit lauem Wasser, dann setzt man auf ein Kilo Klebemittel 30 g Vollyglyzerin bei. Um der Zersetzung und dem Mollfluss vorzubeugen, kann ebenfalls etwas Thymol beigefügt werden.

Dieser Leim eignet sich auch vorzüglich zur Etikettierung von Büffelflaschen, bei denen die Etiketten gerne abfallen und deren Vorhandensein gesetzlich vorgeschrieben ist. Um diesen Etiketten überdies einen haltbaren Überzug zu geben, löst man Damarharz in Schwefelkohlenstoff unter Verdünnung mit Spiritus und trägt diese Lösung zweimal auf die Etikette auf.

8. Das Etikettieren geschieht am besten, indem man ein gehobertes, grosses harthölzernes Brett oder eine Glas- oder Marmorplatte mit einem kräftigen Tapezierer-Faustpinsel mit Leim gleichmässig beschickt, die Etiketten dazwischen mit der Bildfläche obenauf auf die beschriebene Fläche legt, mit einem genügend grossen Papierbogen überstreicht und andrückt. Die

Etiketten saugen bei dieser Gelegenheit genügend Leim auf, und ist der Klebstoffbelag gleichmässig. Nach dem Aufkleben wartet man eine Zeitlang, bis die Etiketten gezogen und streicht dieselben dann vermittelst eines sauberen Tuches endgültig glatt.

Preisauusschreiben für Menu-Sammlung

Preisarbeit „Lucullus“

von Herrn Alfred Lanz, Fachlehrer an der Wirtschafschule Zürich
12 Dinners, 12 Soupers und 12 Einzelplatten

A. Dinners.

Potage Dubarry	Blumenkohlsuppe
Epinard aux œufs	Spinat mit Eiern
Rôti de bœuf à la française	Rindsbraten frz. Art
Pommes purée	Kartoffelstock
Salade	Salat
Meringues Chantilly	Meringues mit Schlagrahm

Berechnung.

Suppe: 2 l Bouillon nebst Blumenkohlwasser Fr. 1.—, 1 kleiner Blumenkohl, Wurzelgarnitur, Fr. —90; 180 g Weissmehl, Milch, —35 Rp.; Liaison Fr. 1.—	Fr. 3.25
Spinat: 2 kg à 70 = Fr. 1.40; Zwiebeln, Butter, Mehl, Bouillon zus. —70 Rp.; 10 harte Eier à 16 Rp. 1.60	3.70
Rindsbraten: 1,8 kg Eckstück-Ochsenfleisch à Fr. 3.40 = Fr. 6.15; Braten-garnitur, Fett, Kartoffelmehl zus. Fr. —40	6.55
Kartoffelstock: 3 kg Kartoffeln à 20 Rp. = Fr. —60; Milch, Butter und Gewürz zus. Fr. —80	1.40
Salat: 3 Stück Kopsalat à 30 Rp. = Fr. —90; Salatsauce 50 Rp.	1.40
Meringues mit Schlagrahm: 20 halbe Schalen à 5 Rp. = Fr. 1.—; Rahm u. Vanillezucker Fr. 1.60	2.60
Brot: für 10 Personen à 10 Rp.	1.—
Anschaffungskosten	Fr. 19.90
50% Geschäftsunkosten	9.95
Selbstkosten	Fr. 29.85
10% Gewinn	3.—
Verkaufspreis für 10 Personen	Fr. 32.85
oder pro 1 Person Fr. 3.30 bezw. Fr. 3.50.	

2.

Consommé Royale	Kraftbrühe mit Eierstück
Darnes de Cabillaud à la Bâloise	Cabillaud nach Basler Art
Pommes nature	Salzkartoffeln
Poitrine de Bœuf salée à la Choucroute	Geräucherte Ochsenbrust mit Sauerkraut
Pommes purée	Kartoffelstock
Choux à la Crème	Ofen-Küchli

Berechnung.

Suppe: 3 l Bouillon à 50 Rp. = Fr. 1.50; 250 g mageres Ochsenfleisch à Fr. 3.40 = 85 Rp.; Eiweiss, Gewürz, Mirepoix zus. 80 Rp.; Eierstück: 3 Eier, 2 dl Milch, Gewürz zus. 80 Rp.	Fr. 3.95
Cabillaud, Basler Art: 1,8 kg Cabillaud à Fr. 1.40 = Fr. 2.50; Butter, Zwiebeln und Gewürz zus. Fr. 1.50; Salzkartoffeln ca. 3 kg = 60 Rp.	4.60
Sauerkraut: 1 1/2 kg Sauerkraut Fr. 1.05; Speckabfälle, Zwiebeln, Weisswein Fr. 1.50	2.55
Ochsenbrust: 1,8 kg geräucherte Ochsenbrust à Fr. 3.70	6.65
Kartoffelstock: 3 kg Kartoffeln à 20 Rp. = 60 Rp.; Milch 30 Rp.; Butter und Gewürz Fr. 1.—	1.90
Ofen-Küchli: Brandteig Fr. 1.50; Rahm, Vanillezucker Fr. 1.30	2.80
Brot: Brot für 10 Personen à 10 Rp.	1.—
Anschaffungskosten	Fr. 23.45
50% Geschäftsunkosten	11.75
Selbstkostenpreis	Fr. 35.20
10% Gewinn	3.59
Verkaufspreis für 10 Personen	Fr. 38.70
oder pro Person Fr. 3.90 resp. Fr. 4.—	

3.

Potage Faubonne	Bohnenpüree-Suppe
Omelette aux rognons	Omelette mit Nieren
Bœuf bouilli à la Flamande	Rindfleisch gesotten nach flämischer Art
Salade	Salat
Tartelettes aux Fraises	Erdbeertörtchen

Berechnung.

Suppe: 800 g weisse Bohnen 55 Rp.; Bouillon Fr. 1.50; Garnitur 30 Rp.; Liaison Fr. 1.—	Fr. 3.35
Omelette mit Nieren: 14 Eier à 17 Rp. = Fr. 2.40; 2 Kalbsnieren à Fr. 1.25 = Fr. 2.50; Zwiebeln, Butter, braune Sauce und Gewürz zus. Fr. 1.40	6.30
Rindfleisch, gesotten: 2 kg Federst ck Fr. 3.50 = Fr. 7.—; 500 g magerer Speck à Fr. 4.50 = Fr. 2.25; Kabis, rote Rübi, weisse Rüben zus. Fr. 1.80	11.05