

**Zeitschrift:** Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels  
**Herausgeber:** Schweizer Hotelier-Verein  
**Band:** 39 (1930)  
**Heft:** 18

## **Inhaltsverzeichnis**

### **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 18**  
BASEL, 1. Mai 1930

**Nº 18**  
BALE, 1 mai 1930

**INSERTATE:** 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. Zuschlag 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 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 | TELEPHON Safran No. 11.52 | Rédaction et Administration: Aeschengraben No. 35, Bâle | Compte de chèques postaux No V 85

**Inhalts-Übersicht**  
**Feuilleton:** Fernsehen im Hotelbetrieb.  
**Haupt-Artikel:** Appell betr. Förderung des Absatzes einheimischer Weine — Schlachtvieheinfuhr — Auslandsreisen — Namenverstellung in Briefanschriften.  
**Petit-Artikel:** Aus der englischen Hotellerie — Ergebnis der IKA — Ferienanspruch der Hotelangestellten — Keine Doppelpassivität.  
**Kleine Meldungen und Notizen.**

## Fördert den Absatz einheimischer Weine!

### Appell an die Mitgliedschaft S. H. V.

Angesichts der derzeitigen Absatz- und Marktverhältnisse befindet sich der schweizer Weinbau in einer besonders drückenden Notlage. Der Weinbauer erzielt heute für seine Erzeugnisse Preissätze von bloss 70 bis 90 Franken pro Hektoliter und findet dabei nur ein kümmerliches Auskommen. Allseitige Hilfe und Unterstützung der Konsumentenkreise ist daher hier ein Gebot wirtschaftlicher Solidarität.

Seitens der Hotellerie ist diese Notlage des Weinbaues nicht unbeachtet geblieben. Der Zentralvorstand S. H. V. hat sich denn auch mit der Angelegenheit wiederholt beschäftigt und an seiner letzten Sitzung den Beschluss gefasst, an dieser Stelle einen Appell an die Mitgliedschaft, an die gesamte Hotellerie zu erlassen, mit der dringlichen Aufforderung, auf die bevorstehende Zeit der Verproviantierung der Hotels hin in ihren Einkäufen speziell auch den schweizerischen Weinbau zu berücksichtigen.

Wir betrachten diesen Appell nicht nur als einen Akt wirtschaftlicher Solidarität, sondern geradezu als nationale Pflicht gegenüber einem notleidenden Berufsstand und bitten, dabei nicht zu vergessen, dass durch Förderung der einheimischen Produk-

tion dem ganzen Lande ein Dienst von höchster Tragweite erwiesen wird. Im vorliegenden Spezialfalle der Unterstützung des Weinbaues insbesondere auch durch vermehrte Propagierung schweizer Marken, die sich getrost mit besten ausländischen Provenienzen vergleichen lassen.

Hoteliers! Fördert den Absatz unseres Weinbaues durch vermehrte Ausschank einheimischer Marken und revidiert dabei namentlich auch Eure Preislisten im Sinne der Anpassung an die derzeitigen Marktverhältnisse!

Die Prosperität der Hotellerie ist eng verbunden mit dem Wohlergehen aller anderen Berufswege. Es setze daher jeder Hotelier seine Ehre darin, in seinem Hause die guten Schweizer Weine ausgiebig zur Verwendung zu bringen. Auch dies ist wohlverständlicher Dienst an der Allgemeinheit!

Schweizer Hotelier-Verein  
Der Zentralpräsident:  
Dr. H. Seiler.  
Der Direktor des Zentralbureau:  
Dr. M. Riesen.

### „Auslandsreisen“ (Korr.)

Nachstehend nehmen wir von zwei Tagungen Kenntnis, die zeitlich ziemlich weit auseinander liegen, wirtschaftlich miteinander nichts zu tun haben und doch in einem sehr engen Zusammenhange stehen. Wie das möglich sein kann, werden die folgenden Ausführungen zeigen.

Am 7. November 1929 tagte in Würzburg der Bädereusschuss des „Reichsverbandes der Deutschen Hotels, Restaurants und verwandter Betriebe“. Über Punkt 3 der Tagesordnung, der uns besonders interessiert, berichtete s. Zt. das offizielle Organ des Reichsverbandes wie folgt:

Der Verlag der „Deutschen Hotel-Nachrichten“ macht eingehende Vorschläge für Propagandamassnahmen, durch die der zunehmenden Abwanderung Deutscher ins Ausland entgegengearbeitet werden solle. Der Inlandswerbung müsse in Deutschland mehr Beachtung als bisher geschenkt werden. Durch eine umfassende Werbeaktion nach einheitlichen Gesichtspunkten soll ein wirkungsvoller Appell an die deutsche Öffentlichkeit

gerichtet werden. In der Aussprache werden die sehr dankenswerten Vorschläge des Verlags Eisler einstimmig gutgeheissen. Die weitere möglichst schnelle Ausarbeitung der Pläne wird einer Kommission übertragen.

Die zweite bemerkenswerte Tagung fand fast drei Monate später statt. Am 18. Januar 1930 traten im Rathause zu München die Vertreter von zwölf deutschen und zwei schweizerischen Städten zusammen mit dem Ziele, den Reiseverkehr, vor allem aber den internationalen Verkehr über die Eisenbahnlinien Rhein-Schwarzwald-Württemberg-Bayern nach der Schweiz zu lenken. Diese 14 Städte haben sich schon vor zwei Jahren zu einer „Arbeitsgemeinschaft“ zusammengeschlossen, die den Namen Nord-Süd-Ausschuss erhalten hat. Es sind die Städte: Baden-Baden, Düsseldorf, Frankfurt a. Main, Freiburg i. Br., Karlsruhe, Koblenz, Köln, Mainz, Mannheim, München, Stuttgart und Wiesbaden, sowie die Schweizer Fremdenstädte Luzern und Zürich. Ausser diesen bereits zur Arbeitsgemeinschaft zusammengeschlossenen Plätzen waren aber auch noch offizielle Vertreter der drei holländischen Städte Amsterdam, Haag und Rotterdam, ein Vertreter des Landesverkehrsamtes Tirol aus Innsbruck, sowie Vertreter der deutschen Städte Aachen, Augsburg, Essen-Ruhr, Nürnberg und Rothenburg ob der Tauber erschienen. Während der Tagung beschlossen die deutschen Städte Augsburg und Koblenz, sowie die holländischen Grosstädte ihren Beitritt zu der Arbeitsgemeinschaft Nord-Süd. Die Tiroler Landesregierung wird noch ein offizielles Aufnahmegesuch vorlegen. Aus den gefassten Beschlüssen erwähnen wir die wichtigsten: Herausgabe eines gemeinsamen Faltprospektes, der mit Linienkarten und Text die Vorzüge der einzelnen Gebiete schildern soll; Schaffung eines gemeinsamen Plakates; Herstellung einer Sammelmappe für die Ortsprospekte aller Mitgliederstädte, die den Reisebureaux zur Verfügung gestellt werden sollen, um dem Schalterpersonal die Arbeit zu erleichtern; Ausarbeitung eines Lichtbilder-Vortrages, der hauptsächlich im Ausland vorgeführt werden soll; Durchführung einer gemeinsamen Inseratenwerbung im Ausland, die schon in diesem Jahr einsetzen wird.

Die Ergebnisse beider Tagungen sind für die Schweiz interessant und wichtig. Am bedeutungsvollsten ist wohl der Beschluss des Bädereusschusses des Reichsverbandes der Deutschen Hotels. Es sei uns deshalb gestattet, rein sachlich und leidenschaftslos ein paar Worte darüber zu sagen.

### Internationalität des Fremdenverkehrs.

Mit voller Absicht haben wir die beiden zeitlich und wirtschaftlich auseinanderliegenden Tagungen zusammengekoppelt. Wir wollen damit recht deutlich veranschaulichen

dem Hinweis auf zunehmende Arbeitslosigkeit, auf die Häufigkeit von Konkursen und Nachlassverträgen. Als einzige Möglichkeit, die Lage der Metzgerschaft zu verbessern, wird eine angemessene Einfuhr von Ochsen und Wurstmuni hingestellt und beides als dringend nötig erklärt. — Ob die neueste vorübergehende Massnahme diesen Bedürfnissen voll Rechnung trägt, darf als fraglich hingestellt werden. Interessant ist jedenfalls die Feststellung, dass nach übereinstimmenden Berichten trotz höherer Preise die Lage im Metzgereigewerbe ausserordentlich prekär ist. Wir stehen demnach vor der Erscheinung, dass die Bauern sich über ungenügende Preise für ihr Vieh beklagen, die Metzger über schlechte Geschäftslage und das Gastgewerbe über mangelhafte Belieferung und zu hohe Preissätze für die Fleischwaren. Und dies trotz des Protektionismus des Bundes. Nichts könnte die Unhaltbarkeit der derzeitigen Verhältnisse auf dem Schlachtvieh- und Fleischmarkt besser illustrieren, als die Klagen dieser drei Interessengruppen.

leer geworden ist. Die Etagen-Gouvernante ist zum Tee gegangen. Der Portier und das Zimmermädchen sind allein beschäftigt. Kurze Zeit darauf wird die Gouvernante vom Manager an's Telefon gerufen: Fräulein Schmidt, sagen Sie dem Jean und der Elise, sie möchten mit dem Pousieren warten, bis beide off duty sind, bei unserer so knapp bemessenen Arbeitszeit kann ich trotz weitgehendem Verständnis für alles Menschliche solches während der Geschäftszeit nicht dulden.

No. 2. Der Maircourantier wird angeklingelt: Herr Bühler. Sie haben wohl gestern Nacht zu lange gefoxtrötelt (oder sagt man foxgetrotet?). Ich bitte Sie, über Ihren Additionen nicht fortwährend einzukicken.

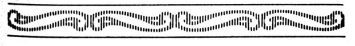
No. 3. Der Kellermeister wird an's Telefon zitiert: Herr Reichwein, ich habe natürlich gar nichts dagegen, wenn Sie den Inhalt der grossen Lagerfässer auf seinen Entwicklungsgang hin prüfen, aber es braucht nicht immer nur der teure Chateau Lafitte zu sein.

Die Beispiele lassen sich je nach der Phantasie des Lesers noch beliebig vervielfachen, auch die berüchtigten Hotelratten könnten nur noch unter

beklemmendem Angstgefühl ihre Tätigkeit ausüben und würden mit der Zeit sicher das Hotel ganz meiden, wüsten sie doch nie ob nicht just in dem Moment, wo ihnen das wunderbare Perlencollier der Fürstin X verheissungsvoll entgegenlächelt, oder das brillantbesetzte Armband der Mrs. Blackbottom, eines der hundert Augen des unsichtbaren Argus sich auf ihre Fersen lenkt.

Wie schon weiter oben erwähnt: Der Mensch von heute wundert sich so leicht über nichts mehr. Utopien, insofern sie nicht das Perpetuum mobile oder die Quadratur des Zirkels betreffen, sind aus unserem Sprachschatz so gut wie ausgeschaltet; man kann heute in der besten Gesellschaft vom derzeitigen Völkerfrieden oder von der Einführung einer wertbeständigen Währung reden, ohne befürchten zu müssen, als Idiot angesehen zu werden, aber dieser Zauberspiegel kommt uns einstweilen doch noch etwas — amerikanisch vor.

Immerhin, die Sache absolut nicht ohne „Reiz für unsern Sinn“ ist, werden wir ihr weiter nachforschen und, im Falle sie sich nicht als Aprilscherz herausstellt, weiter über sie berichten.



## FEUILLETON

### Fernsehen im Hotelbetrieb

Von Jules Lippert  
Kürzlich ging die Meldung durch die Blätter, dass das im Bau begriffene neue Waldorf-Astoria-Hotel in New-York sich für die Einrichtung der „Television“ (Fernsehen) ausgesprochen habe, unter der Voraussetzung, dass bis zur Fertigstellung des Hotels diese Television den Grad der Vollkommenheit erreicht habe, der sie zur allgemeinen Benützung befähigt. Auf der Tagung des Verwaltungsrates des Verbandes Amerikanischer Hoteliers soll diese neue Erfindung eingehend besprochen worden sein und man hegte in Bezug auf sie die optimistischsten

Erwartungen. Ein Redner sah schon den Tag voraus, an dem der Direktor eines Hotels von seinem Bureau aus alle ankommenden Gäste betrachten und sein ganzes Personal kontrollieren kann.

Aber nicht nur das. Die neue Einrichtung soll natürlich auch den Hotelgästen zu gute kommen und da wurde erklärt, dass die Kombination von Film und Funk nicht nur für Unterhaltungszwecke eine Rolle spielen würde, sondern auch die Kombination des Telefons mit der Television, sodass die Sprechenden einander sehen können. Über dies letztere ist nun in technischen Blättern bereits des öfteren berichtet worden und diese Sache, so befahelst sie an und für sich auch ist, mag dem Laien schon einleuchten. Wer wundert sich heutzutage überhaupt noch über etwas? Das erste hingegen überbetet schier den Zauberspiegel aus 1001 Nacht. Oder kommt der in Andersen's Märchen vor? Jedenfalls eröffnet es unsern Blicken ungeahnte Perspektiven.

Man denke sich den höchsten Grad der Vollkommenheit auf dem Gebiet der Arbeitsleistung des Personals, der mit der Installation dieses Wunder-Apparates erzielt würde. Z. B. grosses Reinemachen im Appartement 115, das grade