

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 39 (1930)
Heft: 20

Titelseiten

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: 01.04.2025

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

SCHWEIZER HOTEL-REVUE

REVUE SUISSE DES HOTELS

Nº 20
BASEL, 15. Mai 1930

Nº 20
BASEL, 15 mai 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. Zuschlag 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'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: Aeschengraben No. 35, Basel
Verantwortlich für Redaktion und Herausgabe: Dr. Max Riesen

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



Todes-Anzeige

Den verehrlichen Vereinsmitgliedern machen wir hiermit die schmerzliche Mitteilung, dass unser Mitglied

Herr

A. Frey-Martin

Direktor des Roseg Hotel Pontresina

am 9. Mai im Alter von 44 Jahren gestorben ist.

Indem wir Ihnen hievon Kenntnis geben, bitten wir, dem Heimgegangenen ein ehrendes Andenken zu bewahren.

Namens des Zentralvorstandes
Der Zentralpräsident:
Dr. H. Seiler.

Inhalts-Uebersicht

Haupt-Artikel:
Die Wichtigkeit von Experten — Grosse Schweizer Alpenroute — Tessiner Sprachengesetz — Der Maler in der Werbebrochure — Illustrierter Hotelführer.

Petit-Artikel:
Bankbericht — Streifereien über die Mustermesse — Gärung und Fäulnis in Keller und Küche.

Kleine Meldungen und Notizen.
Fragekasten.

Mitglieder-Bewegung Mouvement des membres

Neuanmeldungen.

Demandes d'admission.

Betten
Lits

Sig. Giuseppe Denicola, Pension zu Post, Arvigo	7
Frau G. Schellenberg, Pension Wenzers Davos-Platz	26
Hr. Felix Schmid, Hotel Seebof, Lienz-Heideesse	50
Hr. Fritz Fries, Kurhaus Bad Losterf, Losterf	70
Hr. Jos. Mattie, Hotel Löwen, Pfäfers	15
Hr. Chr. Schmid, Hotel Bernina, Pontresina	60
Hr. Fritz Dreis, Hotel Usterhof, Uster	25
Hr. G. Wagnon-Christen, Hotel Kurhaus Therme, Vals	75
Hr. Adolf Neumaier, Hotel Schweizerhof u. National, Zürich	145
M. Alexandre Poltera, Dir., Hotel Villa Serbelloni, Bellagio (Italie)	P.M.

„Grosse Schweizer Alpenroute“

Dr. H. A. Gurtner, Lauterbrunnen

Keine originelle Idee,
Doch zeitgemäss in der Anwendung.

Taufakt: Grosse Schweizer Alpenroute — Nord-Südroute — Transversale — „Automobilisierung“ und Industrialisierung — Entwicklungstendenzen — Anteil der Nationen — Gesamttourismus: Schweiz — Ausland — Wirtschaftliche Bedeutung — Propaganda.

I.

Nein, ganz originell ist die Idee einer „Grossen Schweizer Alpenroute“ nicht mehr, nachdem die „Route des Alpes“ in Frankreich sich über ein Jahrzehnt ausgewirkt und bewährt hat. Evian - Nice, befahren durch die P. L. M. und zahlreiche Privatautos, kann man sich heute nicht aus dem Fahrprogramm des kontinentalen Automobilisten wegden-

ken. Dürfen wir in der Schweiz das Vorgehen unserer westlichen Nachbarn kopieren?

Wenn wir uns den grossen Automobilverkehr über die höchsten Alpenpässe vor Augen halten und sehen, wie dieser Verkehr während der Sommermonate verläuft, so dürfen wir heute auch ganz getrost an eine propagandistische Beeinflussung dieses Verkehrs herantreten: spezielle Strassenverbindungen hervorheben, ihnen bezeichnende Namen beilegen und den Scheinwerfer der Propaganda auf sie einstellen.

Als meistbefahrene Routen heben wir hervor: die Transversale: Lyon—Genf—Lausanne—Montreux—Bern oder Interlaken—Luzern—Zürich—St. Gallen oder Konstanz—München; die Nord—Süd Route vom Schwarzwald über Gotthard oder Grimsel—Simplon nach den italienischen Seen und Mailand und die Grosse Schweizer Alpenroute der Hochsommermonate: Pillon—Grimsel—Furka—Oberalp—Julier als Verbindungsstrasse der grossen Touristenzentren des Genfersees, des Wallis, Berner Oberlandes und des Engadins.

2.

Grundlage des seit ungefähr einem Jahr-fünft kräftig anschwellenden Autotourismus ist die „Automobilisierung“ der Welt, für uns speziell Europas. Der Weltbestand an Automobilen lässt sich ungefähr auf 32 Millionen¹⁾ Wagen errechnen. Davon laufen in U. S. A. 24,500,000; Grossbritannien 1,309,000; Frankreich 1,088,000; Kanada 1,078,000; Deutschland 577,000; in der Schweiz 71,000²⁾ usw.

Dies sind die Zahlen für die Automobile ohne Einrechnung der Motorräder. Dass die U. S. A. heute so ziemlich automobilisiert sind, wird vom grossen zahlenmässigen Vorsprung gegenüber dem Wagenbestand der übrigen Welt bewiesen. Die grosse Zahl zeigt uns aber auch, bis zu welchem Grade sich ein Staat unseres Kulturkreises mit Automobilen durchsetzen lässt. Wir dürfen aber keineswegs glauben, dass mit dem Verhältnis: ein Automobil auf 5 Personen dieser Prozess der Automobilisierung zum Stillstand komme. Die führenden Unternehmer der Automobilproduktion teilen diese Ansicht nicht und steigern noch ihre Produktionsfähigkeit. Wird aber das Verhältnis z. B. von 1:5 auf 1:2,5 gebracht, so bedeutet dies ja eine neue Verdoppelung(!) des Bestandes. Die Automobilisierung der übrigen Welt steht aber noch bevor und welche Vermehrung in diesen Staaten noch zu erwarten ist, kann ungefähr aus dem heutigen Verhältnis zwischen Bevölkerungszahl und Automobilbestand geschlossen werden.

Während heute in den U. S. A. auf je 5 Personen ein Automobil gerechnet wird, stellt sich das Verhältnis in den übrigen Ländern wie folgt. Es entfällt je 1 Personen-automobil auf

5 Personen in den U. S. A.	1
9 „ „ Kanada	9
9 „ „ Neuseeland	12
12 „ „ Australien	35
12 „ „ England	35
35 „ „ Argentinien	38
38 „ „ Frankreich	39
39 „ „ Dänemark	48
48 „ „ Schweden	62
62 „ „ Südafrika	66
66 „ „ der Schweiz	71
71 „ „ Belgien	91
91 „ „ Holland	111
111 „ „ Deutschland	114
114 „ „ Spanien	218
218 „ „ Italien	229
229 „ „ Mexiko	353
353 „ „ Brasilien	731
731 „ „ Niederländisch Indien	814
814 „ „ Japan	2548
2548 „ „ British Indien	

¹⁾ Anfang 1929.
²⁾ Ende 1929.

Die Wichtigkeit von Experten in der Hotellerie

Ein Mitglied aus der Zentralschweiz erklärt uns: Schon oft habe ich es in meinem Betrieb als Mangel empfunden, dass mir für gewisse technische Fragen keine genügend objektiven Experten zur Verfügung stehen. Will ich eine neue Maschinerie für die Küche erproben, so werden uns wohl alle möglichen Prospekte und Empfehlungen zugeschickt. Bei der ganzen Fülle des Materials weiss ich aber nicht, was ich wählen soll. Ein Missgriff kann mich unter Umständen viele tausend Franken kosten, Ausgaben, die ein Hotelbetrieb nicht auf sich nehmen kann. Objektive und wirklich neutrale Experten, welche mich sachlich und unbeeinflusst beraten könnten, stehen mir aber nicht zur Verfügung.

Schlimmer wird die Sache noch, wenn ich eine Installation bereits besitze und dann genötigt bin, wegen Mängeln an den Apparaten jemand zum Ratschlag herbeizuziehen. Nehme ich den Installateur, so erklärt er mir selbstverständlich, dass der Fehler an der Unzulänglichkeit meiner Angestellten liege oder der unrichtige Gebrauch der Maschinerie den Mangel verursacht habe usw. Wennmöglich muss ich dann einen grossen Teil der Apparatur herausreissen lassen, und einige tausend Franken sind wieder dahin. Ziehe ich aber eine andere Firma heran, so wird meist erklärt, die Maschinerie sei überhaupt nichts wert und nur die Apparate der neuen Firma kämen in Betracht. Vielfach will man dann Reparaturen überhaupt nicht ausführen.

So hatte ich in der letzten Zeit mit den Kühleinrichtungen meines Hotels enorme Schwierigkeiten. Die Sache ist noch jetzt nicht erledigt, trotzdem ich mich mit allen möglichen Experten und Fachleuten herumgeschlagen habe. Ähnliches trifft zu für die Liftvorrichtungen im Hotel. Auch da fehlt vielfach eine objektive Expertise, die uns beraten kann, ob der Lift noch gebrauchsfähig ist oder nicht. Wohl gibt es ja ausgezeichnete Firmen, die uns heute tadellose Lifts liefern, aber die Leiter dieser Firmen können auch nicht immer wissen, was ihre Installationsarbeiter tun und behaupten. Wie oft kommt es vor, dass ein solcher Arbeiter aus Bequemlichkeit oder, um seinem Geschäft einen Nutzen zu verschaffen, grosse Reparaturen oder gar Neuinstallationen veranlasst, wo sie bei richtiger Untersuchung gar nicht notwendig gewesen wären. Dem Hotel aber, das rechnen muss, erwächst aus derartigen oberflächlichen Untersuchungen ein grosser Schaden.

Der Schweizer Hotelier Verein sollte daher unbedingt dazu kommen, die Frage von neu-

tralen Expertisen für einzelne Fachgebiete zu prüfen. Der Verein sollte solche Experten geradezu in seinen Dienst nehmen und gewisse Normen für ihre Entschädigungen aufstellen. Das Geschäft würde sich für den Hotelier sowohl als auch für den Experten lohnen.

Eine weitere Frage, die mit obigem im Zusammenhang steht, ist die, ob vom Schweizer Hotelier-Verein aus nicht für eine bessere Instruktion des bezüglichen Personals gesorgt werden sollte. Sicherlich fehlt es unserem Hotelpersonal, welches die Bedienung von Küchenmaschinen, Lifts, elektrischen Anlagen usw. besorgt, das die Kühlräume unter sich hat usw., an einer sachgemässen fachlichen Instruktion. Es würde sich unter Umständen lohnen, für das Personal, welches die Lifts, gewisse elektrische Anlagen, Küchen- und Waschmaschinen zu besorgen hat, spezielle Instruktionkurse zu veranstalten. Auch auf diese Weise würde der Hotellerie viel Geld erspart und andererseits bekäme man dann vielleicht eher und leichter jenes Personal, wie Wäscher usw., das uns speziell in der Saisonhotellerie in einem hohen Masse fehlt.

* * *

Nachschrift der Redaktion. Die Vereinsleitung S. H. V. schenkt auch den hier aufgeworfenen Spezialfragen die verdiente Aufmerksamkeit und Beachtung. Auch stehen dem Zentralbureau Fachleute zur Seite, die auf Wunsch bereit sind, auf allen Gebieten des Hotelbetriebes und der fachtechnischen Einrichtungen allfällige Anfragen um Auskünfte und Ratschlag in objektiver Form zu beantworten. Die Vereinsmitglieder wollen sich daher mit derartigen Anliegen getrost an die Direktion des Zentralbureau wenden. Selbstverständlich kann aber der S. H. V. nicht für jedes Spezialgebiet einen besonders vorgebildeten Beamten als Experten oder als wissenschaftlichen Berater anstellen, da diese Entwicklung zur Überorganisation und Unwirtschaftlichkeit im Vereinsbetrieb führen müsste. Andererseits ist aber das „Universalgenie“ noch nicht vorhanden, das in der Lage wäre, die Hotels über die sämtlichen Einzelfragen der Betriebstechnik, der Installationen und Anlagen etc. zweckmässig und folgerichtig zu informieren und zu beraten, weshalb wir uns bisher in solchen Informationsfällen um Ratschlag an diverse Fachleute der einzelnen Sparten wandten. Das Zentralbureau ist auch fortgesetzt bemüht, diesen Kreis von Ratgebern nach Möglichkeit zu erweitern.

3.

Nach neuesten statistischen Feststellungen verteilt sich die erwerbstätige Bevölkerung in einigen europäischen Ländern auf die Berufsgruppen von Industrie, Handel und Verkehr wie folgt (in %):

Grossbritannien (1921)	51,5	in Industr. u. 22,5	in Verkehr =	73,7
Belgien (1920)	49,1	„ „ „	„ „	67,7
Schweiz (1920)	44,7	„ „ „	„ „	61,3
Holland (1920)	38,0	„ „ „	„ „	59,3
Deutschland (1925)	41,4	„ „ „	„ „	57,9
Frankreich (1921)	33,0	„ „ „	„ „	46,7
Norwegen (1920)	29,4	„ „ „	„ „	49,1
Dänemark (1921)	28,1	„ „ „	„ „	45,1
U. S. A. (1920)	34,4	„ „ „	„ „	61,0