

**Zeitschrift:** Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels  
**Herausgeber:** Schweizer Hotelier-Verein  
**Band:** 55 (1946)  
**Heft:** 49

**Heft**

### **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>**

\*\* An das Forschungsinstitut  
für Fremdenverkehr, Bern,  
Gurtengasse 6

# SCHWEIZER HOTEL-REVUE

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

ABONNEMENT:  
Schweiz: jährlich Fr. 12.—, halbjährlich 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. Postabonnements: Preise bei den ausländischen Post-  
ämtern erfragen. Für Adressänderungen ist eine Taxe von 30 Cts.  
zu entrichten.

REDAKTION UND EXPEDITION:  
Basel, Gartenstrasse 112.  
Verantwortlich für die Redaktion und Herausgabe: Dr. R. C. Streiff,  
Postcheck- und Girokonto: V 85, Telefon 27934.  
Druck von Emil Birkhäuser & Cie., A.O., Basel.

## Fachorgan für die Hotellerie und den Fremdenverkehr

Fünfundfünfzigster  
Jahrgang



Cinquante-cinquième  
année

Eigentum des Schweizer Hotelier-Vereins · Propriété de la Société Suisse des Hôteliers

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. Pour l'étranger 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.

REDACTION ET ADMINISTRATION:  
Bâle, Gartenstrasse 112.  
Responsable pour la rédaction et l'édition: Dr. R. C. Streiff.  
Compte de chèques postaux No. V 85, Téléphone 27934.  
Imprimé par Emil Birkhäuser & Cie, S. A., Bâle.

N<sup>o</sup> 49 Basel, 5. Dezember 1946

Erscheint jeden Donnerstag Parait tous les jeudis

Bâle, 5 décembre 1946 N<sup>o</sup> 49

## Die Familienausgleichskasse des SHV. tritt in Funktion!

Am 26. Juni 1946 hat die Delegiertenversammlung des Schweizer Hotelier-Vereins die Gründung einer Familienausgleichskasse beschlossen und mit folgendem neuen Art. 55 ter der Statuten gleichzeitig für alle Mitglieder mit Beherbergungsbetrieb den Beitritt obligatorisch erklärt:

„Art. 55ter. Der Schweizer Hotelier-Verein errichtet, mit eigener Rechtspersönlichkeit, eine Familienausgleichskasse, der alle Mitglieder mit Beherbergungsbetrieben anzugehören verpflichtet sind. Diese Kasse bezweckt die Ausrichtung von monatlichen, vom Lohn unabhängigen Kinderzulagen an die Angestellten der Mitgliederbetriebe. Andere Mitglieder, die keine Beherbergungsbetriebe führen, können der Familienausgleichskasse freiwillig beitreten.“

Im Anschluss daran fand dann am 27. Juni 1946 die konstituierende Delegiertenversammlung des Vereins „Familienausgleichskasse des Schweizer Hotelier-Vereins“ statt, an welcher nach Genehmigung der Statuten und Bestellung des fünfköpfigen Vorstandes die Aufnahme der Geschäftstätigkeit auf den 1. Juli 1946 beschlossen wurde. Dies war jedoch nur für den Kanton Luzern der Fall, wo auf diesen Termin der Beitritt zu einer Familienausgleichskasse gesetzlich vorgeschrieben war. Für die andern Kantone wurde der Beginn auf den 1. Januar 1947 hinausgeschoben, weil die Einführung während der Hochsaison erhebliche organisatorische Schwierigkeiten zur Folge gehabt hätte. Nicht in Betracht fielen die Kantone Waadt, Genf, Freiburg und Neuenburg, wo ähnliche Gesetze wie im Kanton Luzern zum Teil schon seit einigen Jahren bestehen und wo die gastgewerblichen Verbände die Organisation eigener Familienausgleichskassen auf beruflicher Basis bereits durchgeführt haben. Die Tätigkeit unserer Kasse wird sich somit ab 1. Januar 1947 auf die deutschschweizerischen Kantone, inbegriffen Wallis und Tessin, erstrecken.

Es darf angenommen werden, dass sich seit dem letzten Frühjahr die einzelnen Mitglieder des SHV. mit dem Warum? und Wie? der Familienausgleichskasse nicht mehr intensiv beschäftigt haben. Infolge des akuten Personalmangels und der strengen Saison haben sich ihre Sorgen anderswohin

verlagert. Nun steht aber der 1. Januar 1947 vor der Tür und es ist jetzt wohl an der Zeit, über die aus der Gründung der Kasse sich stellenden neuen Aufgaben sich zu orientieren, um auf die Aufnahme ihrer Tätigkeit gerüstet zu sein.

### Was will die Familienausgleichskasse?

Die Familienausgleichskasse bedeutet die Verwirklichung eines der wichtigsten der in Art. 34 quinquies der Bundesverfassung aufgestellten Postulate betreffend den Familienschutz. Dieser Artikel wurde bekanntlich in der eidgenössischen Volksabstimmung vom 25. November 1945 mit 548000 gegen 170000 Stimmen angenommen. Er bildet die Grundlage für die kommende eidgenössische Gesetzgebung über die Familienausgleichskassen, die den Arbeitgebern die Pflicht auferlegen soll, ausserhalb des Lohnes dem verheirateten und mit Kindern gesegneten Personal eine regelmässige Extravergütung in Form von Kinderzulagen zu leisten. Um jedoch zu vermeiden, dass derjenige Arbeitgeber dadurch stärker belastet wird, der mehr kinderreiche Angestellte hat als sein Kollege, und andererseits der Familienvater es gegenüber seinem ledigen Mitangestellten schwerer hat, eine Stelle zu finden, werden die Kinderzulagen nicht individuell bezahlt, sondern aus dem Ergebnis einer prozentualen Abgabe aller Arbeitgeber auf der Gesamtlohnsumme. Alle Arbeitgeber bezahlen also gemeinsam die Kinderzulagen aller ihrer Angestellten. Dies zu organisieren ist nun die Aufgabe der Familienausgleichskasse.

Der Gedanke der Familienausgleichskasse ist schon vor Jahren in der welschen Schweiz durch Gesetz verwirklicht worden, und zwar zuerst 1943 im Kanton Waadt, dann sukzessive in den Kantonen Genf, Freiburg und Neuenburg. Luzern war 1946 der erste deutschschweizerische Kanton. In allen diesen Kantonen sind neben den öffentlichen auch private, d. h. beruflich organisierte Familienausgleichskassen zugelassen.

### Warum eine beruflich organisierte Kasse?

Es ist eine allgemein bekannte Tatsache, die mit dem Beruf selbst einigermassen zu-

sammenhängt, dass das Personal im Gastgewerbe einen kleineren Prozentsatz Verheirateter und von Ehepaaren mit Kindern aufweist als andere Industrien und Gewerbe oder der Durchschnitt der Bevölkerung. Daraus ergibt sich als logische Folge, dass mit der gleich hohen prozentualen Abgabe von der Lohnsumme im Gastgewerbe höhere Kinderzulagen ausgerichtet werden können, als dies im allgemeinen Durchschnitt oder in bestimmten andern Berufen der Fall ist. Die Ergebnisse der gastgewerblichen Kassen in den welschen Kantonen haben denn auch den Beweis hierfür erbracht. Es liegt infolgedessen auf der Hand, dass das Gastgewerbe seinen Vorteil dabei findet, wenn es eigene Ausgleichskassen errichtet, weil trotz höherer Kinderzulagen die Arbeitgeberbeiträge nicht grösser, sondern im Gegenteil noch kleiner sind oder sein könnten als bei öffentlichen Kassen.

### Warum einer allgemeinen gesetzlichen Regelung vorgehen?

Es ist richtig, dass gegenwärtig eine gesetzliche Verpflichtung, einer Familienausgleichskasse beizutreten, erst in fünf Kantonen besteht. Wie rasch andere Kantone hinzukommen, ist noch ungewiss. Diskutiert über einen Gesetzesentwurf wird zur Zeit erst im Wallis. Möglich ist, dass man in andern Kantonen den Erlass eidgenössischer Vorschriften abwarten will, die das allgemeine Obligatorium bringen werden. Jedenfalls ist es Tatsache, dass gegenwärtig ein Zwang für den SHV., eine schweizerische Familienausgleichskasse zu gründen, noch nicht bestand. Wenn trotzdem der Vorschlag des Zentralvorstandes zur Gründung einer eigenen Kasse Zustimmung fand, ja sogar da und dort begeistert begrüsst wurde, so ist es sicher darauf zurückzuführen, dass man in allen einsichtigen Berufskreisen die Meinung hegte, es sei nun an der Zeit, mit einer sozialen Tat die ökonomische Lage und die Zukunftsaussichten der Hotelangestellten zu verbessern und damit auch das Ansehen der Hotellerie zu festigen. Nachdem schon in zahlreichen andern Berufen Familienausgleichskassen ohne gesetzlichen Zwang gegründet worden waren, durfte die Hotellerie ohne Gefahr für den Personalmehrwuchs nicht mehr länger zurückstehen. Der Personalmangel war noch nie so akut wie gerade dieses Jahr, und da er auch in den meisten andern Branchen besteht, war Gefahr vorhanden, dass sich die Abwanderung der Hotelangestellten in andere Berufe weiter fortsetze. Dieser Ent-

## Mitgliederbewegung — Mouvement des membres

Neuanmeldungen	Betten
Demandes d'admission	Lits
Fr. C. L. Boivin, Direktor, Grand-Hôtel Regina, Adelboden	130
Fr. Ulrich Brehm, Hôtel Beau-Rivage, Arosa	20
Fr. Fritz Kauf, Kleinhotel „Basilea“, Ascona	20
M. Gabriel Mossu, Hôtel de Ville et de l'Aigle, Châtel-St.-Denis	18
M. Ernest Gletting-Mounir, Hôtel Bourgoz, Gruyères	15
Fr. Charles Schenk-Witschi, Direktor, Beau-Rivage & Grand-Hôtel, Interlaken	150
Fr. Hermann Kramer-Hurni, Hotel Jura, Kerzers	10
MM. Léon et Ernest André, Hôtel de France, Lausanne	75
Frau E. Stilling-Zähringer, Park-Hotel, Lugano	130
Fr. Alfred Schnabel-Grossen, Hotel Concordia, Luzern	35
Fr. Peter Uffer, Sporthotel, Maloja	24
Populär Schweiz, Genossenschaft für Volkstourismus, Populär Hotel Sauvage, Meiringen	80
Fr. Fr. Lehmann-Etter, Hotel Schiff, Murten	12
Frau S. Hidber-Ackermann, Bahnhofbuffet, Rorschach-Hafen	—
Familie B. Gasser, Hotel-Pension Seehof, Salselin	40
Fr. Jean Jacques Urbanetz, Dir., Hotel Steffani, St. Moritz	P.M
Fr. Hans-Rudolf Kundert, Hotel-Kurhaus Walchwil	40
Fr. Norbert Weber, Gasthaus und Pension Hörndli, Walchwil	10
Frau L. Rothbühler-Taborelli, Hotel Commerce, Zürich	45
Frau O. Willi-Spiess, Touring Hotel Garni, Zürich	100

wicklung musste Einhalt geboten werden. Selbstverständlich ist die Gründung einer Familienausgleichskasse kein Allheilmittel gegen akuten Personalmangel, sondern eine Massnahme auf lange Sicht, aber doch eine mit unverkennbarer Sofortwirkung verbundene. Sie soll dem Hotelpersonal den Beweis erbringen, dass in den Arbeitgeberkreisen der feste Wille besteht, die notwendigen Verbesserungen auf sozialem Gebiet durchzuführen, um das Personal dem angestammten Beruf zu erhalten. Dass diese Absicht in den Personalkreisen richtig erkannt wurde, geht aus einem kürzlich bei der Kassenverwaltung eingegangenen Schreiben eines Walliser Hotelangestellten, Vater von 4 Kindern, folgenden Inhalts hervor:

„Ein einfacher Hotelangestellter möchte Ihnen danken für das Werk, das Sie geschaffen haben. Bis heute war es fast unmöglich für einen Mann, wenn er heiratete, länger im Hotelfach zu bleiben, weil einfach das Einkommen nicht langte, eine Familie zu ernähren. Mit der Schaffung der Familienaus-

## Vom Sesselfieber und der Schönheit unserer Berge

In der Zeitschrift des Schweizerischen Bundes für Naturschutz, des rührigen und nie verzagenden Hüters unserer einheimischen Tier- und Pflanzenwelt, fand sich kürzlich eine bittere Klage über die Skifilfts, Schlittenfuni- und Sesselbahnen, welche wie eine üble Seuche allmählich auf jeden Berggipfel kletterten und die Schönheit und Erhabenheit der Alpen wie das Leben der wenigen Gebirgswildkolonien aufs rücksichtsloseste zerstörten. Das „Bergbahnfieber“ der neuesten Jahre habe einem „Sesselfahnfieber“ den Platz geräumt, das im Begriffe stehe, die Würde unserer Natur, den schönsten „Rohstoff“ unserer Heimat, einer billigen Spekulationssucht zuzuliebe aufzufressen. Es wäre sicher verfehlt, solche herbe Kritik an den Einrichtungen des schweizerischen Fremdenverkehrs einfach als sentimentale Querulerei abtun zu wollen. Das Bild unserer Berge, unserer Wälder und unserer Seen ist eines der kostbarsten Erbstücke, die wir übernommen haben, und es unachtsam oder gar absichtlich zu verschandeln, hiesse unserm Tourismus eigenhändig das Grab schaufeln!

Es leuchtet ein, dass die öden Holzstangen der Skifilfts kaum eine Zierde der Landschaft darstellen, so wenig übrigens wie gewisse protzige Hotelkästen, die in einer Zeit gebaut wurden, da

es leider weder Natur- noch Heimatschutz gab. Und so möchten auch wir, gerade im Interesse des Fremdenverkehrs, wünschen, dass im Schweizerlande wenigstens einige intime Plätzechen von den Segnungen der modernen Technik unberührt bleiben und so dem Ruhebedürftigen, von der Hast des Alltags Überwältigten während kurzer Ferienwochen stille Freizeittage sein könnten.

Dürfen wir freilich deswegen das Kind mit dem Bade ausschütten? Müssen wir denn die Sesselbahnen (und damit wohl alle Bergbahnen überhaupt) schlankweg verbieten, bloss aus Angst vor den Folgen „eines Massenbetriebes mit Picknick, Zeltlagern, Lagerfeuern, Konserveneibischen, Glasscherben und Zertreten des Weidegrases auf den Alpmatten?“ Wenn der „Naturschutz“ schreibt: „Im Umgang mit der Landschaft der Heimat sollen und dürfen weder rein privatwirtschaftlich-spekulative Überlegungen noch rein lokale Wirtschaftsperspektiven massgebend sein“, muss er dann letztlich nicht jeden Fremdenverkehr überhaupt ablehnen?

Unsere Berge sind zum Glück so mächtig und so erhaben, dass ihr Bild klein Eingriffe wie Waldschneisen und aufgestellte Masten eines Skifilft- oder Sesselbahnbetriebes erträgt. Es gab eine Zeit, da an alle Wasserfälle und durch die wildesten Schluchten hölzerner oder auch eiserne Gehege gebaut wurden, da man die stürzende Gischt eines Giesbachs mit vieler Mühe benagelich beleuchtete und eine besondere Drahtseilbahn errichtete, bloss damit die fremden Gäste gegen Entgelt natürlich — unsere Naturwunder

angenehmer und müheloser bestaunen konnten. Die Leute, welche damals aus „rein privatwirtschaftlich-spekulativen Überlegungen“ heraus derartige Eingriffe ins Bild unserer Landschaft verübten, preisen wir heute als die ersten Pioniere der schweizerischen Touristik. — Es gab einmal einen Ingenieur Riggobach, der sich in den Kopf gesetzt hatte, eine Eisenbahn auf den Rigi zu schaffen. Er baute sie, und der Anblick des pustenden Zuges in der Einsamkeit der Bergwälder mag manchen gutmeinenden Heimat-schützer rechtens erhost haben. Heute preist die ganze Welt Riggobach als den Erfinder der Zahnradbahn, und kein Mensch denkt daran, an seinem Werk etwas Anstössiges zu suchen. — Es gab einen Alexander Seiler, der am Fusse des schönsten Gipfels der Alpen eine Hotelstadt gründete und erst durch diesen unzweifelhaft schweren „Eingriff in die Natur“ seinen Mitmenschen ermöglichte, die Natur richtig zu geniessen. Sollen wir da, die wir unsere Heimat unsern Gästen immer wieder neu zu erschliessen haben, ängstlich und kleinlich werden?

Dass die Skifilfts und die Schlittenseilbahnen aus dem touristischen Leben unserer Kurorte nicht mehr wegzudenken sind, das wissen nicht nur diejenigen, welche selbst dem Fremdenverkehr zu dienen haben. Wie aber steht es mit der Wirtschaftlichkeit dieser Anlagen?

Vor dem Kriege kostete der Bau einer mittelgrossen Skifilftanlage etwa 7000 Franken. Heute

gibt es neue Werke, die bereits mit beinahe einer Million zu Buch stehen, und bei kombinierten Skifilft-Sesselfilft-Bauten können die Erstellungskosten noch höher sein. Trotzdem ist die Rendite der allermeisten Skifilft-, Schlittenfuni- und Sesselfilft-Unternehmungen auch während des ganzen Krieges gut geblieben; da fast überall die Kurortgemeinden es sind, welche diese Betriebe besitzen, konnte manche Korporation, die im Laufe der bösen Jahre unweigerlich hätte verarmen müssen, auf diese Weise ihre Finanzen gesund erhalten.

Natürlich besteht eine gewisse Gefahr darin, dass bei allzu grosser Vermehrung der Zahl von Skifilfts und Sesselfilfts die Rentabilität der einzelnen Anlage sinkt. Im Interesse der Allgemeinheit und der bisher schon in derartigen Unternehmen investierten — meist öffentlichen — Gelder erscheint es daher tunlich, durch geeignete staatliche Massnahmen ein schädliches Überhandnehmen dieser Werke zu verhindern, wenn nicht durch eine privatwirtschaftlich von selbst in Erscheinung tretende Kartellierung ein freiwilliger oder obligatorischer Bedürfnisnachweis statuiert wird.

Die Rentabilität von Skifilft-, Schlittenfuni- und Sesselfilftbetrieben kann recht klar bestimmt werden. Sie ist dann gegeben, wenn folgende fünf Voraussetzungen zutreffen:

1. Günstige Frequenz des Lageortes durch Kurgäste oder Passanten.

gleichsam haben Sie aber eine Tat vollbracht, die einem Familienvater viele Sorgen abnehmen hilft. Ich arbeite diesen Sommer in Luzern (voransichtlich nächsten auch wieder) — (kam somit in den Genuss dieser Klasse, die kann Ihnen nur sagen, dass ich heute stolz bin, meinem Berufe treu geblieben zu sein, treu auch in Tagen, wo leicht andere Arbeit und ob besser bezahlte gefunden werden konnte. Ich weiss heute, dass die führenden Persönlichkeiten der Hotellerie auch für die Arbeitnehmer sorgen und dieses Wissen hilft mir, mit weniger Sorgen in die Zukunft zu blicken.

## Die Spekulation wittert Morgenluft

Die Freigabe von Dollars und ihre Transfierung in die Schweiz wird eine erhebliche Verflechtung des schweizerischen Geldmarktes zur Folge haben. Schon jetzt herrscht eine Geldknappheit, die wie man sieht, durch die jüngsten Bundesanleihe beweist, auf dem Kapitalmarkt Emissionen eine fast unbegrenzte Aufnahmefähigkeit sichert. Mit der weiteren Verflechtung des Geldmarktes wird es noch schwieriger halten, in unserem Lande, wo die Wirtschaft dank der günstigen Konjunkturlage in steigendem Masse ihren Kapitalbedarf auf dem Wege der Selbstfinanzierung zu decken in der Lage ist, gute Anlagemöglichkeiten zu finden.

Diese Situation scheinen sich nun gewisse Leute zunutze zu machen, um sich auf Geschäfte zu stürzen, die noch vor kurzem als kaum salonfähig gegolten hätten. Seit dem Frequenzaufschwung der letzten 24 Monate im schweizerischen Fremdenverkehr hat die Hotellerie die Aufmerksamkeit dieser Leute auf sich gezogen. Wie wir aus zuverlässiger Quelle erfahren, soll die

### Gründung eines Hotelkonzerns

bevorstehen, der zahlreiche Betriebe in allen bevorzugten Fremdenverkehrsregionen mit zusammen mehreren Tausend Betten umfassen soll. Ein anonymes Konsortium, hinter dem einflussreiche Persönlichkeiten wie Bankdirektoren, Parlamentarier, Rechtsanwälte — man spricht auch von Spitzen der schweizerischen Wirtschaft — stehen sollen, habe bereits einige Hotels käuflich erworben und sich den Kauf anderer gesichert. Nun werden kapitalkräftige Leute gesucht, die sich an dem zu gründenden Hotelkonzern zu beteiligen wünschen. Dabei scheint man es speziell auf die Besitzer frei wohnender Lokale abgesehen zu haben, denen sich hier eine hochinteressante Anlagemöglichkeit bietet. Man gaukelt ihnen vor, dass die Aussichten für unseren Fremdenverkehr glänzend seien, dass ausländische Reisebüros sich bereit fänden, auf lange Zeit hinaus einen grossen Teil der Betten dieser Konzernhäuser zu belegen, und dass andererseits Reklame die Betriebskosten niedrig gehalten werden könnten. So würden die Gewinnchancen entsprechend hoch sein und Anlagen, selbst in zweiten Hypotheken, keine Risiken in sich schliessen. Sogar 8% Zins mit Zins- und Ablösungsgarantie wird für solche Darlehen zugesichert. Gleichzeitig wird, um die letzten Zweifel in die Seriosität dieses zu gründen beabsichtigten Hotelkonzerns zu zerstreuen, versichert, dass unter Kontrolle einer ersten schweizerischen Treuhänder-Gesellschaft (wohlverstanden nicht SHTG, die Red.) Gewähr für eine saubere, kaufmännischen Grundsätzen huldigende Betriebsführung bestehe.

Wir haben nicht die Ehre, die hinter diesem Projekt stehenden Herren zu kennen. Ihr Gebahren gemahnt uns aber an unruhliche

### Zeiten der Spekulationswut und des Gimpelfangs.

Welchem Hotelbetrieb, selbst bei den heutigen Frequenzen, ist es möglich, die Berücksichtigung normaler Abschreibungen und Rückstellungen für den aufgelaufenen Erneuerungsbedarf seine zweite Hypothek zu 8% zu verzinsen? Ist es denn eine leere Phrase, wenn von den leitenden Instanzen unseres Berufsverbandes und der SHTG, stets auf die noch keineswegs konsolidierte Lage der schweizerischen Hotellerie hingewiesen wird? Und was ist die kritische Feststellung des Direktors der schweizerischen Hotel-Treuhänder-Gesellschaft, dass die Betriebsergebnisse im Jahre 1945 bestenfalls den Stand von 1937 erreicht haben, dass aber infolge Verschlechterung des Preis-Kostenverhältnisses zuzunehmen der Hotellerie Unterhalt und Erneuerung nicht aus dem Betriebsergebnis bestritten werden können, sofern die Frequenzen — und zwar nicht nur vorübergehend — nicht ganz andere Ausmassen annehmen als es heute der Fall ist, nicht nachdenklich stimmen? Und warum drängen wir so sehr auf die Beibehaltung der Hotelbedürfnis-

Diesen Winter werde ich im ... arbeiten, ich hoffe verzweifelnd, dass ich auch da zu den Hoffberechtigten zählen werde."

In einem Artikel der nächsten Nummer werden wir auf die Organisation unserer Familienausgleichskasse sowie Beiträge und Leistungen zu sprechen kommen. Inzwischen werden die Mitglieder dann auch ein Zirkular erhalten haben, das wir, nebst den dazugehörigen Beilagen, einem eingehenden Studium empfehlen. —ler

klause? Etwas, weil wir unsern Betrieben einen bequemen Schutz gewährleisten möchten? Mit nicht! sondern darum, weil wir wissen, dass die Grundlagen der heutigen Konjunktur im Fremdenverkehr auf brüchigen Füissen ruhen und dass sich andererseits die Spekulation bereit hält, Projekte zu verwirklichen, die jede solide, tragfähige wirtschaftliche Fundierung vermissen lassen, Fehlinvestitionen aber unweigerlich den bestehenden Betrieben die Existenzgrundlage schmälern.

An und für sich kann man es nur begrüssen, wenn heute die Bewertung der Hoteliengesellschaften nach einem vorstellbaren Tiefstand und gewaltigen Kapitaleinbussen wieder eine Korrektur nach oben erfährt. Spekulative Übertreibungen bilden indessen eine grosse Gefahr nicht nur für den Einzelnen, sondern für den ganzen Wirtschaftszweig. Nur die

### langfristigen Ertragsverwartungen

dürfen die Grundlage der Bewertung bilden. Sind diese wirklich so rosig, wie sie von den Promotoren des neuen Hotelkonzerns dargestellt werden?

Wir fürchten nein! Die Binnenfrequenz wird von dem Moment an wieder abbrechen, als nach Rückkehr normaler Verhältnisse wieder die Möglichkeit im Ausland besteht, Ferienaufenthalte zu angenehmen Bedingungen machen zu können. Andererseits muss damit gerechnet werden, dass mit der bereits wiederwachenden internationalen Konkurrenz im Fremdenverkehr — in allen massgebenden Fremdenverkehrsländern wird mit Hochdruck auf die Wiedereinschaltung des nationalen Fremdenverkehrsgewerbes hingearbeitet — und mit dem Wegfall der momentanen schiefen Attraktivitäten der Hotels der Schweiz der Kampf um den internationalen Gast unsere Hotellerie vor grösste Anstrengungen stellen wird. Bereits haben die Zahlungsabkommen mit verschiedenen Ländern gezeigt, dass auf dieser Grundlage keine befriedigende Dauerregelung gefunden werden kann. Und der Entschluss Grossbritanniens, die Devisenbewirtschaftung definitiv auch in Zukunft beibehalten, dürfte nicht geeignet sein, einem allzuroptimistischen die Zügel schiessen zu lassen.

Wir möchten mit diesen Feststellungen keineswegs, einer bewussten Schwarzseherei Vorschub leisten. Aber man muss die Verhältnisse sehen, wie sie sind. Eine nüchtern-realistische Betrachtungsweise scheint eher Gewähr zu bieten, vor schweren Enttäuschungen bewahrt zu bleiben.

Bei dem in Frage stehenden Hotelkonzern liegt die Vermutung nahe, dass es sich um eine

### rein spekulative Angelegenheit

handelt. Ob die Initianten im Ernste daran glauben, dass die gekauften oder noch zu kaufenden Objekte auf lange Sicht rentabel betrieben werden können, scheint uns zum mindesten recht fraglich zu sein. Vielmehr stellen wir uns die Sache so vor, dass die Promotoren Hotelobjekte, möglicherweise von Banken, die die Gelegenheit benützen möchten, auszusteuern, ihre Glaubwürdigkeit zu verbessern, erwerben, dazu einen Geldgeber für die zweite Hypothek benötigen, dem man das Blaue vom Himmel herunter schwärzt, und dann hoffen, nachträglich einen Käufer unter Vorspiegelung imaginärer Rentabilitätschancen zum Kauf überreden zu können, natürlich nicht ohne dabei einen tüchtigen Schnitt zu machen. Gelingt eine solche Transaktion, dann kann die zweite Hypothek mit dem verlockenden Zins von 8% abgelöst werden und dem neuen Hotelbesitzer obliegt dann nur die Sorge um die Finanzierung der baulichen Erneuerung. Wird kein neuer Käufer innert nützlicher Frist gefunden, dann muss der Inhaber der zweiten Hypothek zwischen dem Verlust seines Geldes oder der Aufbringung widerer-

Betriebswirtschaftlich ist dies insofern nicht sehr bedeutsam, als dann die Unternehmungen zu meist völlig abgeschlossen sein dürften und den nicht allzu solid gebauten Konstruktionen nach der Erfüllung ihrer Pflicht der Abbruch nicht viel schaden kann. Sorgt die einzelne Unternehmung in der Zeit der Hochkonjunktur gut vor, indem sie vor allem auf eine genügende Amortisation bedacht ist, dann wird die Notwendigkeit einer Liquidation im gegebenen Moment sie nicht allzu hart treffen.

Skilifts und Sesselbahnen sind als Ausdrucksformen des modernen Tourismus eine Zeitererscheinung. Wie die Epochen der „Wasserfallromantik“ und der Freude, die Berge nur von unten anzuschauen, sie aber nicht zu besteigen, ihr Ende gefunden haben, so wird wahrscheinlich früher oder später auch die heutige Fremdenverkehrsmode sterben müssen. Solange es aber geschieht kann, dass auch Leute, die ohne diese Hilfsmittel dazu nicht imstande wären, dank dem verschrienen „Sesselfieber“ auf unsere Berge kommen können, und solange die Skilifts und die schwebenden Seile helfen, uns Menschen zu erfreuen und auch die abgebrühtesten Stadtleute der Natur näherzubringen, wollen wir Naturschützer uns leichten Herzens auf die noch nicht „vertechnisierten“ Berge beziehen. Und wahrlich, es gibt deren noch genug! H. Sch.

Aus „Die Schweiz“, Heft 9, 1946.

Mittel zur Erneuerung wählen. Ob für die damit verbundenen Risiken ein Zins von 8% noch zu knapp bemessen ist, bleibe dahingestellt! So oder ähnlich dürfte sich die Sache abspielen.

Es ist in unserer Wirtschaftsordnung niemandem verwehrt, Geld zu verlieren. Aber wenn es dank Transaktionen geschieht, bei denen Spekulant mühelos hübsche Gewinne einstreichen, dann ist etwas faul im Staate Dänemark. Jedenfalls möchten wir

jeden Hotelfachmann dringend warnen, durch einen unbedachten Kauf oder durch bedeutende kapitalmässige Beteiligung an einem von anonymen Konsortien, die möglicherweise sogar mit ausländischem Kapital arbeiten, Risiken einzugehen, die unter Berücksichtigung aller ausschlaggebender Faktoren auf Grund seriöser Ertragszusätzungen nicht verantwortet werden können.

Was wir brauchen, sind gesunde Hotelbetriebe mit tüchtigen Leitern, die auf einer ertragsfähigen Basis in ehrlicher Arbeit ihr Auskommen finden. Die ganze bisherige Sanierungsaktion der SHTG, war von Gedanken getragen, seriös und fähigen, aber unverschuldet in eine Notlage geratenen Hotelbesitzern die berufliche Weiterexistenz zu sichern. Liegt es da wirklich im Interesse nicht nur der Hotellerie, sondern der ganzen Wirtschaft, wenn durch spekulative Machinationen einer neuen Überkapitalisierung Vorschub geleistet wird? Jedenfalls muss sich der, oder in Gesagte Hotelgeschäfte einlässt, darüber im klaren sein, dass er nicht öffentliche Hilfe anzurufen berechtigt ist, wenn die Sache schief gehen sollte. Wer unter dem Einfluss der herrschenden Inflationmentalität va banque spielen will, wohan! Nur sei er sich bewusst, dass er seine eigene Haut zu Markte trägt.

## Zu einer Lohnfrage im Wirtschaftsgewerbe

### Barlohnsanspruch und Trinkgeldgarantie

—b— Das zürcherische Gesetz über das Gastwirtschaftsgewerbe bestimmt unter anderem in § 107:

Jeder Angestellte hat Anspruch auf einen dem Dienst- oder Gesamtarbeitsvertrag zu bestimmenden Barlohn.

Unter Berufung auf diese Vorschrift forderte nun eine bei freier Kost arbeitende Serviertochter, der ein monatliches Trinkgeld von mindestens 300 Franken zugesichert worden war, nach Lösung des Dienstverhältnisses noch Nachzahlung eines monatlichen Barlohnes von 30 Franken. Als der Einzelrichter ihr diesen Barlohn versagte, erhob sie Nichtigkeitsbeschwerde mit dem Antrag auf Aufhebung dieses Entscheides wegen Rechtsverletzung, wurde aber abgewiesen und zwar aus folgenden Gründen:

Die Klägerin will eine Verletzung klaren Rechtes darin erblicken, dass der Einzelrichter trotz dem klaren Wortlaut von § 107 des Wirtschaftsgesetzes, der eindeutig von einem Anspruch auf Barlohn spreche, angenommen habe, die Gewährung freier Kost entbehe den Arbeitgeber von der Verpflichtung zur Bezahlung eines Barlohnes. Das sei schon deshalb falsch, weil im Wirtschaftsgewerbe allgemein die Übung bestehe, freie Kost zu gewähren.

Das alte Gesetz betreffend das Wirtschaftsgewerbe enthält keinerlei Bestimmungen über eine Barentscheidung des Wirtschaftspersonals und aus dem Bericht des Regierungsrates zum neuen Gesetz geht nur hervor, dass diese Personalbestimmungen auf einem im Wirtschafts-gewerbe zustandekommenden Gesamtarbeitsvertrag fassen. Auch die Beratungen des Kantonsrates zum Gesetzesentwurf geben keine Anhaltspunkte dafür, dass die von der Vorinstanz dem § 107 gegebene Auslegung unrichtig sei; im Gegenteil, aus diesen Beratungen liesse sich eher entnehmen, dass eine Entlohnung durch volle Überlassung des Trinkgeldes für zulässig erachtet werden sollte. Ohne weiteres zwingt also die Fassung von § 107 jedenfalls nicht zum Schluss, dem

## Unsere Lebensmittelversorgung

### Lage und Aussichten

Anlässlich der Liquidations-Generalversammlung der Cibaria, Schweizerische Zentralstelle der Lebensmittelimporteure, gab der Präsident dieses kriegswirtschaftlichen Syndikats, Firsprecher Armin Hodler, einen Überblick über die Versorgungslage und deren Aussichten im Jahre 1947.

Er stellte laut „National-Zeitung“, fest, dass es wohl gelungen sei, eine Reihe von Waren von den Kontroll-Listen absetzen zu lassen, aber in den Hauptpositionen Getreide, Zucker, Öl, Fett, Reis noch grosse Schwierigkeiten andauern. Die Transportlage dagegen hat sich seit Kriegsende immer günstiger gestaltet. Was das

### Getreide

anbetrifft, so ist die Lage noch nie so schlimm gewesen wie in der Gegenwart. Vor dem Kriege importierten wir rund 50000 Tonnen Brotgetreide. Während des Krieges waren der Schweiz jährlich 420000 Tonnen bewilligt. Durch das Curry-Abkommen wurde die Quote auf 300000 Tonnen herabgesetzt. In diesem Jahre konnten aber erst 100000 Tonnen importiert werden.

Der Getreideerkorderte der Schweiz von 1944 mit 170000 Tonnen Ablieferung folgte 1945 ein Rückgang auf 100000 Tonnen, und für die diesjährige Ernte wird die Ablieferung auf nicht mehr als auf 100000 Tonnen geschätzt. Was die

### Zuckerversorgung

anbetrifft, so wurden der Schweiz für 1946 82000 Tonnen (inklusive Importen) zugeweiht, 77000 Tonnen sind gedeckt. Der Jahresverbrauch dürfte aber über 100000 Tonnen betragen. Es ergibt sich so ein Defizit von 20000 Tonnen. Ein Gesuch um Erhöhung des Kontingents um 30000 Tonnen wurde von den Alliierten abge-

## Aufruf an die Weltöffentlichkeit

Eine neue Katastrophe bedroht die kriegsgeschädigten Länder und bringt Millionen aussehungerter, obdachlose, ungenügend gekleidete, gegen Epidemien widerstandlose Menschen in höchste Gefahr. Sie können einen neuen Winter nicht überleben, wenn nicht eine grosszügige Hilfe die Lage von Grund auf ändert.

Die Ernte von 1946 hatte die Ernährungskrise in den vom Kriege mitgenommenen Ländern Europas und Asiens vorübergehend gemildert, aber die Vorräte gehen zu Ende. Die grosse Zahl der Obdachlosen hat sich im letzten Jahr um ganze Bevölkerungsgruppen vermehrt, die ihre Heimstätten verlassen mussten. Die Unterernährung hatte überall verheerende Folgen. Die Zahl der Tuberkulosekranken hat sich in beängstigender Weise vermehrt. Hunderttausende von Kranken warten noch auf ärztliche Behandlung, aber die Mittel fehlen, um ihnen zu helfen und der Ansteckungsgefahr zu begegnen.

Es fehlt an Getreide, Fett, Arzneimiteln, Kleidern, Schuhen und Decken. Auch bedeutende Geldspenden werden dringend benötigt.

Wir haben die verheerenden Folgen der ständig wachsenden Notlage gesehen. Die angstvollen Hilferufe haben uns erreicht. Wir müssen aufs neue unsere Stimme erheben, damit sich ein jeder einmal mehr zu rascher helfender Tat entschliesst.

Ein jeder spende nach seinen Mitteln an die nationalen oder internationalen Organisationen, welche sich zu dem Grundsatze der Hilfe an alle Menschen in der Not bekennen.

Internationales Komitee vom Roten Kreuz.

Caritas Catholica Internationalis.

Oekumenischer Rat der Kirchen.

Union OSE Verband der Gesellschaften für Kinderhilfe und Gesundheitsschutz der Juden.

Internationale Vereinigung für Kinderfürsorge.

Weltbund der Christlichen Vereine junger Männer (YMCA).

Zentrale für internationale Hilfsaktion an die Zivilbevölkerungen.

Arbeitnehmer sei dann, wenn ihm das Trinkgeld oder ein Trinkgeldanteil überlassen oder ihm Kost und allenfalls noch freie Unterkunft gewährt werden, auch noch eine Barentscheidung zu entscheiden. Es ist auch nicht zu übersehen, dass § 107 für das ganze Personal des Gastwirtschaftsgewerbes gilt, also insbesondere auch für das Küchen- und Buffetpersonal, das keinerlei Trinkgeldernahmungen hat, sofern es nicht an einer Trinkgeldabgabe beteiligt ist. Offenbar sollte durch § 107 verhindert werden, dass diese Angestellten nur mit Kost und allenfalls freier Unterkunft abgefunden würden.

Nähme man aber auch noch an, es habe die Meinung bestanden, das Servierpersonal dürfe nicht einfach auf die ihrem Betrage nach ungesicherten Trinkgelder angewiesen bleiben, sondern es habe darüber hinaus noch Anspruch auf einen Barlohn, so kann dies doch nur so verstanden werden, es sei ihm auf jeden Fall eine von vornherein ihrem Werte nach feststehende Entschädigung zu gewähren. Hierin liegt keine Benachteiligung des Arbeitnehmers, denn es kann die Beköstigung sehr wohl mehr wert sein als eine Barentscheidung, deren Bemessung § 107 der freien Willensmeinung überlässt und die sich praktisch, wie man weiss, vielfach auf einen ganz kleinen Proformabetrag beschränkt.

Aber wenn man auch noch von diesen Erwägungen absehen wollte, so ist doch zu sagen, dass der hier von den Parteien abgeschlossene Dienstvertrag dem Erfordernis eines Barlohntelgtes Genüge leistet. Nach diesem Vertrag ist die betreffende Serviertochter keineswegs einfach auf die schwankende Höhe der Trinkgeldernahmen angewiesen, sondern es hat ihr der Arbeitgeber einen durchschnittlichen Barverdienst von monatlich Fr. 300.— zugesichert. Damit ist die gesetzliche Forderung, die Arbeitnehmerin mit einer bestimmten Summe baren Geldes für ihre Dienste zu entschädigen, als erfüllt zu betrachten, so dass ihre Klage abgewiesen werden muss.

leht, dagegen ein Vorbezug von 25000 Tonnen a conto 1947 bewilligt. So sind heute rund 63% des Vorkriegsverbrauchs gedeckt. Die Inlandernte 1945 erreichte mit 25000 Tonnen einen Höchststand. Für 1946 kann mit 22000 Tonnen gerechnet werden. Für 1947 stellen die Fachleute der Zuckerversorgung eine zuversichtlichere Prognose mit der Hoffnung, dass 75 bis 80% des Vorkriegsverbrauchs gedeckt werden können. Grössere Schwierigkeiten bereitet die

### Fettversorgung.

Die Quote 1946 erreicht nur 43% der Vorkriegsimporte.



Cognac Javraud  
LA MARQUE DU CHATEAU

**Reis**

Seit 1945 hat die Schweiz überhaupt keine Zuteilungen mehr erhalten. Grosse Bemühungen in Italien, Ägypten und Iran, Reis zu erhalten, blieben erfolglos. So können die zusammengesetzten Vorräte nur noch der Sättigungsernährung zur Verfügung gestellt werden.

**Der Kaffee**

ist im Oktober 1945 von der Kontroll-Liste gestrichen worden. Die Versorgungslage ist gut; grössere Käufe sind abgeschlossen worden. Allerdings weisen die Weltmarktpreise stark steigende Tendenzen auf. In einer Eingabe an das Finanzdepartement und an das Volkswirtschaftsdepartement hat das kriegswirtschaftliche Syndikat gegen die Absicht einer zusätzlichen Zollbelastung des Kaffees mit Entschiedenheit Stellung genommen, unter Hinweis darauf, dass der Kaffee in der Schweiz weniger ein Genussmittel als ein Volksnahrungsmittel (Milchkaffee) darstellt.

**Die Hülsenfrüchte**

erfreuen sich nur einer geringen Nachfrage der Konsumenten. — Die Versorgung mit

**Tea**

ist gegenwärtig eher knapp. Die Hoffnungen auf günstige Importe sind enttäuscht worden.

**St. Galler-Kurs über Hotelwerbung**

Im Rahmen der vom Seminar für Fremdenverkehr an der Handelshochschule St. Gallen durchgeführten Kurse über Fremdenverkehrsfragen fand am 25./26. November unter Mitwirkung des SHV, und des Betriebswirtschaftlichen Seminars für Warenhandel und Werbung an der Handelshochschule St. Gallen ein Kurs über Hotelwerbung statt. Wie sehr gerade dieses Thema in einer Zeit des wiederauflebenden Fremdenverkehrs Anklang fand, zeigte der stattliche Besuch, hatten sich doch etwa 120 Teilnehmer aus den Kreisen der Hotellerie und verwandten Zweigen eingefunden, um sich in St. Gallen über Theorie und Praxis der Hotelwerbung aufklären zu lassen. Die Notwendigkeit einer solchen Aufklärung ist unbestritten, kann doch der aufmerksame Beobachter tagtäglich feststellen, wie unzweckmäßig und kostspielig die Werbung von einzelnen durchgeführt wird. Ob individuell oder kollektiv, stets will die Werbung auf ihre Erfolgchancen durchdacht sein. Heute weniger denn je kann es sich der Hotelier leisten, seine finanziellen Mittel wahllos in der Werbung einzusetzen, bedeutende Summen nutzlos in unwirksamer Propaganda zu verschwenden. Deshalb entsprach dieser Kurs einem wirklichen Bedürfnis, und den Veranstaltern gebührt der Dank der Hotellerie für ihre Initiative und den Referenten für ihre Bemühungen, zur Durchleuchtung der Materie wertvolle Beiträge geliefert zu haben.

Die Kursreferate, die in der Aula der Handelshochschule St. Gallen gehalten wurden, wurden eingeleitet durch zwei kurze Begrüssungssprachen des Rektors der Handelshochschule

Ein zusätzliches Begehren der Schweiz ist erstmals abgelehnt worden, soll aber im Dezember in London noch einmal zur Behandlung kommen. Vor dem Kriege importierten wir 700-800 Tonnen Tee, im Jahre 1946 450 Tonnen. Als Lieferländer kommen nur Ceylon und Indien in Frage.

**Die Kakaobohnen,**

der Rohstoff unserer Schokoladenindustrie, sind während des ganzen Krieges in verhältnismässig befriedigender Weise importiert worden. Von der 10000 Tonnen betragenden Quote 1946/47 ist der Schweiz ein erster Anteil von 6000 Tonnen eröffnet worden.

Die Trockenfrüchte Mandeln und Haselnüsse werden uns vom Ausland, namentlich von Italien und Spanien, zu übersetzten Preisen angeboten.

**Die Fischkonserven**

bereiten dem Syndikat wegen der gewaltigen Vorräte vorübergehend erhebliche Sorgen. Es hat sich aber gezeigt, dass der Konsum von Fischkonserven in der Schweiz stark zunahm, insbesondere die Nachfrage nach norwegischer Ware. Für 1946/47 ist der Schweiz ein ausreichendes Kontingent von 2500 Tonnen zugeteilt worden.

Die Versorgung mit Gewürzen bereitet ebenfalls keine besonderen Schwierigkeiten.

*A. Keller*

Prof. Dr. Theo Keller und des Leiters des Seminars für Fremdenverkehr, Prof. Dr. W. Hunziker.

Der Reigen der Referate, auf die wir hier nicht im Detail eingehen können, wurde eröffnet durch Herrn Prof. Dr. Arthur Lisowsky, Leiter des Werbeseminars. In seinem mehr theoretisch-abstrakt gehaltenen Ausführungen über das Wesen und die Bedeutung der Hotelwerbung im allgemeinen trat er speziell auf die Besonderheit der Hotelwerbung ein, wobei er es verstand, die Psychologie des Hotelgastes in ihren wesentlichen Aspekten herauszuarbeiten und die sich daraus ergebenden besonderen Werbemethoden praktisch darzustellen.

**Persönliche Werbung**

Mehr auf die praktischen Bedürfnisse ausgerichtet war das klare und fundierte Referat des Vorstehers des Zentralbureaus, Dr. R. C. Streiff, dem die Aufgabe zufallen war, das weitreichende Thema „Persönliche Hotelwerbung“ zu beackern. Dr. Streiff unterschied die direkte, persönliche Werbung, die sich im Gegensatz zur Reklame an einzelne oder mehrere bestimmte Personen richtet, und die indirekte Werbung, die man ganz allgemein als „Dienst am Gast“ zu bezeichnen pflegt. Trefflich verstand es der Referent, darzulegen, wie es bei der mündlichen Werbung auf die guten Umgangsformen, auf freundliches und sicheres Auftreten und bereitwilliges Einfühlen in die Bedürfnisse und Wünsche

des Gastes, dem der Hotelier als Freund und Berater gegenüberzutreten muß, ankommt, dass aber auch auf Erziehung des Personals zur Dienstfertigkeit und richtigen Auskunfterteilung geachtet werden muss. Als eine verfehlte Methode bezeichnet er, durch Einräumen von Preisnachlässen einen Gast partout gewinnen zu wollen und warnte ebenso vor Überschwänglichkeiten und Versprechen, die nicht eingehalten werden können und vor denen sich der Hotelier hüten sollte.

Ein besonderes Kapitel stellt die persönliche, schriftliche Werbung dar. Ihr muss ganz besondere Aufmerksamkeit geschenkt werden. Werbriefe müssen sowohl nach Inhalt, Form und Stil den höchsten Anforderungen genügen, und immer muss darauf geachtet werden, dass hierfür im Werbebudget ein bestimmter Posten ausgesetzt wird, der in einem richtigen Verhältnis zu den Gesamtpropagandakosten steht. Andere Arten der direkten Hotelwerbung, wie Verabreichung von Geschenken, Souvenirs usw., sind sehr oft recht kostspielig und müssen auf ihre Erfolgchancen sehr genau abgewogen werden.

Die indirekte, persönliche Werbung, der „Dienst am Kunden“, ist nach Dr. Streiff nicht mehr auf Werbung eingestellt, sondern sie ist Ausfluss einer Gelegenheit, die der Gast gegen den bezahlten Preis erwartet. Hierunter fallen alle Massnahmen (gepflegter Service, gute Verpflegung usw.), die die Gäste in jeder Beziehung zufriedenzustellen trachten, damit sie wiederkehren und das Haus weiter empfehlen. Es ist das „gewisse Etwas“, die Atmosphäre, die den Gast gefangen nehmen muss. Er soll die umsichtige Hand des Hoteliers in allem und jedem spüren, und dazu gehört auch ein geschicktes und gutgeschultes, aufmerksames Personal. Dieses „Gewisse Etwas“ kann man nicht dem Zufall überlassen, sondern es muss oft erst geschaffen werden.

Der Dienst am Gast hat aber auch seine Grenzen. Und damit berührt Dr. Streiff einen Punkt, der häufig nicht genügend beachtet wird. Kaufmännische Überlegungen und Prinzipien gestatten es oft nicht, einfach alle Wünsche der Gäste zu erfüllen. Auch der Gast muss wissen, dass der Hotelier Verpflichtungen gegenüber seinen Lieferanten, Gläubigern usw. zu erfüllen hat. Wenn irgend einmal etwas nicht klappt, dann ist ruhige, sachliche Aufklärung am Platze, ohne dass man gleich hundertprozentig kapituliert.

Mit dem Hinweis, dass gerade die indirekte, persönliche Werbung die Stärke der schweizerischen Hotellerie bildet, die ihr eine gewisse Überlegenheit gegenüber der ausländischen sichert, schloss Dr. Streiff seine Ausführungen, indem er seiner Überzeugung Ausdruck gab, dass die schweizerische Hotellerie in der Lage sein werde, ihren Vorsprung zu halten, sofern jedermann sich die Mühe nehme, den Dienst am Kunden richtig zu pflegen und namentlich die persönliche, individuelle Behandlung des Gastes in den Vordergrund zu stellen.

**Die Hotel-Reklame und ihre Mittel**

Das Gebiet der unpersönlichen Werbung betrat der bekannte Werber Karl Erny,

**Ein Delegation des SHV. bei der Union Helvetica**

Vergangene Woche stattete eine Delegation des SHV., bestehend aus den Herren Zentralpräsident Dr. Franz Seiler, Edi Elwert, Präsident des Zürcher Hotelier-Vereins, E. F. Hirsch, Präsident der Kommission zur Behandlung für Lohnfragen, der Ausstellung für Freizeitgestaltung der Hotelgaststellen im Hotel Montana, Luzern, einen Besuch ab, und leistete der Einladung, am gemeinsamen Nachtessen anlässlich der Delegiertenversammlung der Union Helvetica teilzunehmen, Folge. Der Zentralpräsident hat diesen Anlass dazu benützt, einige Worte an die Tafelrunde zu richten, und namentlich dem zurücktretenden Generalsekretär, Herrn Baumann, die Anerkennung des SHV. für seine verdienstvolle Mitarbeit auf dem Gebiet der Förderung der Hotellerie im besonderen und des Fremdenverkehrs im allgemeinen, auszusprechen und ihm zur Erinnerung an die vielen Jahre seines hervorragenden Wirkens ein kleines Präsent zu überreichen, bestehend aus einem Aschenbecher mit entsprechender Widmung und einer Kiste nicht allzu schwerer aber auch nicht allzu neutraler Zigarren.

Wir werden auf diesen Anlass noch zurückkommen und möchten auch an dieser Stelle den Dank unseres Zentralpräsidenten bekräftigen. Wie er in seiner Rede ausführte, hatten wir das Heu nicht von diesem Reiteren gebotene Überblick über die Reklamemittel, angefangen vom Firmenabzeichen über die Zeitungsreklame, den Prospekt, die Koffertkette, das Plakat, die Licht- und Filmreklame bis zu den vielen andern Formen, die im Hotelgewerbe zur Anwendung gelangen. Besonders wertvoll war es, dass Erny auch die technische Eigenschaft dieser Reklamemittel zu beleuchten verstand, was für das Verständnis ihres zweckmässigen Einsatzes unerlässlich ist.

Zürich, mit seinem Referat „Die Hotelreklame und ihre Mittel“. Ausserst instruktiv war der von diesem Reiteren gebotene Überblick über die Reklamemittel, angefangen vom Firmenabzeichen über die Zeitungsreklame, den Prospekt, die Koffertkette, das Plakat, die Licht- und Filmreklame bis zu den vielen andern Formen, die im Hotelgewerbe zur Anwendung gelangen. Besonders wertvoll war es, dass Erny auch die technische Eigenschaft dieser Reklamemittel zu beleuchten verstand, was für das Verständnis ihres zweckmässigen Einsatzes unerlässlich ist.

**Kollektiv- und Landeswerbung**

Nach den vorangegangenen Referaten verblieb noch die Aufgabe, die individuelle Werbung auf die Gemeinschaftswerbung abzustimmen. Dies geschah in glücklicher Weise durch den

**SHERRY & PORT**  
**DELAFORCE**  
Generaldépôt für die Schweiz  
**JEAN HAECKY IMPORT A.-G., BASEL**

**GESUCHT**  
in guten Landgasthof, tüchtige Person als  
**Buffetdame-Gouvernante**  
Offerten sind zu richten an L. Wüst, Hotel Hirschen, Sursee.

**Hoteliers!**  
Eine grossartige Spargelegenheit: Wenn Sie modernisieren, wenn Sie im Flur, in der Halle, in einem Zimmer einen neuen Bodenbelag brauchen, so wählen Sie dafür **BALATUM**.  
Balatum ist der weltbekannte abwaschbare Bodenbelag, geschätzt wegen seiner zähen Qualität und dem leuchtenden Spiel seiner Farben.  
**nur Fr. 5.20** kostet Balatum per m<sup>2</sup> und braucht obendrein weder gebleicht noch genagelt zu werden.  
Lassen Sie sich von Ihrem Lieferanten diesen famoson Bodenbelag zeigen. Der Entschluss zu sparen fällt jedem leicht, der die prächtigen Balatum-Kollektionen sieht.  
**auf jeden Boden**  
Filmos AG., Tapeten- und Bodenbelagfabrik, Oftringen/Olten

**Papierwaren Drucksachen**  
**PAPIERROFF**  
(Rheinfelden)  
Wir fabrizieren in modern eingerichteten Werkstätten in erbklassiger Ausführung zu fabrikspreisen.  
DEA, Scharlatia, Peerless, Rossmar, Rapod, Wolf- und Kreisstrassen, Patentstrassen und schöner, bester, steppdecken  
Muster verlangen oder besuchen Sie uns.  
Müller, Bettwarenfabrik, Mühlen 3 bei Aarau.

**Ankauf und Verkauf**  
von **Hotel- und Wirtschaftsmobiliar.**  
O. Locher, Baumgarten, Thun.

**Barmaid**  
spricht englisch, französisch, deutsch perfekt, sucht Salsonstelle. Zeugnisse und Referenzen aus erstl. Häusern stehen zur Verfügung.  
Offerten unter Chiffre A. M. 2190 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.  
Personne cherche place comme **femme de chambre**  
ou pour lingerie. Certificats. **Leonie Amy, La Roche (Frz.)**

**Schlüsselbirnen**  
auf Wunsch laufend nummeriert.  
**Gummi-Matten Tür-Vorläufer Gleitschutz**  
Riester-Vorleger  
alles in guter Gummiqualität.  
Verlangen Sie Off. nach Bekannngabe von Ihrem Bedarf.  
E. Schwabiger, Zürich, Gummiwaren - Seefeldstr. 4

**Villars**  
Zu verkaufen: Hotel-Restaurant, Brasserie, Bar, Bäckerei, Konditorei, Teerom.  
Geschäft in vollem Ertrag, Notwendiges Kapital: Fr. 200.000.-. Sich wenden an Etude Roland Ferre, notaire à Olten et Villars.

**Barmaid**  
spricht englisch, französisch, deutsch perfekt, sucht Salsonstelle. Zeugnisse und Referenzen aus erstl. Häusern stehen zur Verfügung.  
Offerten unter Chiffre A. M. 2190 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.  
Personne cherche place comme **femme de chambre**  
ou pour lingerie. Certificats. **Leonie Amy, La Roche (Frz.)**

**Gründliches Spülen der Wäsche ist von grösster Wichtigkeit. Die Laugenteile und der in ihnen gebundene Schmutz müssen restlos aus den Fasern entfernt werden. Rückstände schaden der Wäsche. Stäubt diese und setzt sich in der Lingerie flaum an, dann fragen Sie uns um Rat. Wir können Ihnen bestmilt helfen.**

**HENKEL & Cie. A.G. BASEL**  
Abteilung Grosskonsumenten

**Mar Dettinger A.G. Basel**  
Tabakwaren en gros  
Nauenstrasse 73  
Telephon (061) 2 26 90

**Endives de Bruxelles premier choix**  
sont expédiées par carton de 8 kg. par poste. Franco toutes destinations à fr. 2.20 le kg.  
Se recommander: Pierre Fignieres, Etablissement Horticole, Rippe, Tél. 92359.  
Plantes en pots en tous genres et fleurs coupées, prix spéciaux pour hôtel.

**Alpine Parkpflanzen**  
Pinus cembra (Arven) 80-150 cm hoch  
Pinus mughus (Leföhren) 40- 60 cm hoch  
gut ballenhaltend, sowie alle andern Bäume und Sträucher für Ihre Anlagen liefert.  
**Jakob Füllemann, Gossau (St. Gallen)**  
Baumschulen Telephone (071) 6 55 88  
Bitte Preis- und Sortenliste verlangen.

**Mirabelle de Lorraine Framboise d'Alsace Quetsch d'Alsace Kirsch d'Alsace**  
en bouteilles d'origine. P. Weissenburger, Obernal. Marchandises garanties d'avant-guerre. Se trouvent dans toutes les bonnes maisons de vins.  
EN GROS: **RENAUD S.A., BALE 1**

*Les petits cadeaux entretiennent l'amitié*  
Wenn Sie etwas Besonderes suchen, dann zu  
**SUTER-STREHLER-SUGCRS. SSS MÜNSTERHOF 4, ZÜRICH**

Direktor der Schweizerischen Zentrale für Verkehrsförderung, S. Bittel, der in einem auf das Wesentliche gerichteten Referat über die schweizerische Verkehrswerbung und ihre Beziehungen zur kollektiven und individuellen Werbung sprach. Seinen Ausführungen kam besondere Bedeutung zu, da die Gemeinschaftswerbung jene Form der Werbung darstellt, die das notwendige Korrelat zur individuellen Werbung bildet und im Ausland wohl schlechthin als die einzig zweckmässige und wirksame angesprochen werden kann. Gerade heute ist neben der lokalen und regionalen Kollektivwerbung, auf die nie verzichtet werden können, die Landeswerbung wieder in verstärkter Masse in den Vordergrund gerückt. Von der Art ihrer Ausgestaltung wird es weitgehend abhängen, in welchem Masse die Schweiz als Fremdenverkehrsland sich wird behaupten können.

Direktor Bittel verstand es, die Notwendigkeit dieser nicht nur im Interesse der Hotellerie, sondern im Interesse des ganzen Landes liegenden Tätigkeit besonders eindrucklich vor Augen zu führen.

Als Abschluss des ersten Kursteiles hatten die Teilnehmer am Abend Gelegenheit, an Hand von Filmvorführungen einen praktischen Anschauungsunterricht beizuwohnen, wofür der das Filmmaterial liefernden Schweizerischen Zentrale für Verkehrsförderung Dank gebührt.

### Werbe-Planung und Werbekosten

Der zweite Kurstag war nicht mehr der Werbung als solcher, sondern den durch sie aufgeworfenen Problemen innerbetrieblicher Natur gewidmet. Der Zürcher, Werbeberater Adolf Wirz behandelte in seinem fundierten Referat die betriebliche Organisation der Hotelwerbung, Werbe-Budget und Werbe-Plan. Nachdrücklich ermahnte der Referent die Hoteliers, ihre Werbebudgets selbst aufzustellen, und diese Arbeit nicht irgendeinem Acquisiteur zu überlassen. Er unterstrich die Bedeutung der Marktforschung, die wertvolle Fingerzeige liefert, wo die Werbung einzusetzen hat und welche Werbemittel (Inserat, Plakat, Werbefilm) im einzelnen Fall das Gegebene sind, wobei der Referent auch die kostenmässige Seite beleuchtete. Was für die Aufstellung des Reklamebudgets von besonderer Bedeutung ist, der Reklameplan, darf nach Wirz nicht bei der Technik und Organisation der Werbung stehen bleiben, sondern er muss auch dem volles Augenmerk schenken, was es zu sagen gilt. Die gute Reklame muss den Persönlichkeitstwert des Hauses zum Ausdruck bringen. Das gehört mit zur Werbeplanung.

Es war von ganz besonderem Interesse, am Schlusse der Referate einen erfahrenen Praktiker über die betriebliche Organisation der Hotelwerbung, ihre Durchführung, Buchhaltung und Kontrolle, sprechen zu hören. Herr A. Weissenberger, Hotel Glockenhof, Zürich, unser rühriger EKFA-Pionier, war ganz besonders berufen, sich mit der Frage der Wirtschaftlichkeit der Werbung zu befassen. Er stellte fest, dass eher zu viel und namentlich zu unüberlegt als zu wenig für die Werbung ausgegeben wird, weshalb es ganz besonders am Platze ist, die Werbebuchhaltung auszubauen, wofür die Hoteliers im Normalkontenplan

der Schweizerischen Hotellerie ein wertvolles, wegwegendes Instrument besitzen. Die notwendige Ergänzung der Werbebuchhaltung bildet die Werbeerfolg-Kontrolle, die ihrerseits erst eine wirksame, sparsame und durchdrachte Werbetätigkeit ermöglicht, wie es die Rücksicht auf die Rentabilität der Hotelbetriebe erfordert.

Wir verweisen im übrigen unsere Leser auf den Leitartikel im französischen Teil unserer heutigen Ausgabe der Hotel-Revue. Im deutschen Teil werden wir in einer späteren Nummer auf die Ausführungen von Herrn Weissenberger zurückkommen.

Interessante Betriebsbesichtigungen (Buchdruckerei Zollikofer & Co., St. Gallen und Lithographische Anstalt Eidenbenz-Seitz & Co. St. Gallen), sowie eine Besichtigung der Sonderausstellung ostschweizerischer Hotelwerbung einst und jetzt" unter Führung von Prof. Dr. A. Lisowsky beschlossen den wohlgegangenen Kurs über Hotelwerbung an der Handelshochschule St. Gallen.

### Kürzung von Bundesbeiträgen am falschen Ort!

Der Vorstand der Schweizerischen Zentrale für Verkehrsförderung nahm an seiner Sitzung vom 29. November mit Befremden davon Kenntnis, dass der Verkehrswerbung im Zusammenhang mit dem Budgetausgleich des Bundes ganz beträchtliche Mittel zu entziehen erwogen werden. Die Konsequenzen werden das ganze Fremdenverkehrsgewerbe treffen, einen Wirtschaftszweig, der von beiden Weltkriegen besonders hart geprüft wurde und der von einer Gesundung noch weit entfernt ist! Der Vorstand glaubt immerhin im Interesse des Ausganges des Bundesbudgets einer vorübergehenden Kürzung des Bundesbeitrages in einem massigen Rahmen zustimmen zu können, soweit dadurch die Existenz des absolut notwendigen Auslandsapparates, der sich sehr gut eingelebt und bewährt hat, nicht gefährdet wird und unter der Bedingung, dass auch die Subventionen der übrigen Wirtschaftszweige im Sinne der Gerechtigkeit in mindestens gleichem Verhältnis gekürzt werden.

### Wiederausgabe des Ferienabonnements und der Sonntagsbillette im Winter 1946/47

Wie uns die Schweizerischen Bundesbahnen mitteilen, haben die beteiligten Transportunternehmen beschlossen, das Ferienabonnement für halbe Billette zu den bisherigen Preisen und Bedingungen auch im nächsten Winter, und zwar in der Zeit vom 14. Dezember 1946 bis 31. März 1947, auszugeben.

Im Zeitraum vom 14. Dezember 1946 bis 30. März 1947 gelangen auch die Sonntagsbillette wieder zur Ausgabe. Der Mindestfahrpreis wurde von Fr. 4.— auf Fr. 3.50 in 3. Klasse herabgesetzt. Über die Weihnachts- und Neujahrsfeierzeit sind die Sonntagsbillette jeweils zur Hinfahrt vom Dienstag bis Donnerstag, zur Rückfahrt vom Mittwoch bis Freitag gültig.

Diese Mitteilung wird in den Kreisen der Hotellerie mit grosser Genugtuung aufgenommen werden. Das Ferienabonnement hat sich so gut bewährt, dass seine Wiederausgabe eigentlich eine Selbstverständlichkeit ist, gleichwohl aber vom Verständnis der SBB und der beteiligten Transportanstalten für die touristischen Notwendigkeiten zeugt. Die Reduktion des Mindestfahrpreises für Sonntagsbillette ist ebenfalls ein Beweis dafür, dass die Bahnen auf die verstärkte Automobilkonkurrenz auf die einzig wirksame Weise zu reagieren verstehen.

### Kleine Auslandschronik

#### Schlechte belgische Touristensaison 1947

##### Lob der schweizerischen Verkehrspropaganda

Die Ergebnisse der diesjährigen belgischen Touristensaison sind ungünstig ausgefallen. Nach den bisherigen Angaben steht es fest, dass die Belgier während des Sommers weitaus höhere Beträge für den Reiseverkehr ins Ausland ausgaben, als sie den eigenen Sommerfrischen- und Kurorten zuführten, welche Unterbilanz noch durch das Ausbleiben eines grösseren internationalen Publikums verschärft wird. Allerdings hatten auch die belgischen Hotelbesitzer, namentlich an der Küste, die Preise derart hoch angesetzt, dass dadurch viele Kreise abgeschreckt werden mussten. Das internationale Publikum, das sonst vor allem nach Ostende und Spa gekommen war, musste vielfach aus Devisengründen fortbleiben. Die Direktion für Touristik hat daher schon jetzt mit den Vorbereitungen für die kommende Saison begonnen, um diesem Wirtschaftszweig wieder auf die Beine zu helfen. Es wird nicht nur Propaganda im In- und Ausland gemacht, sondern auch mit mehreren Staaten über die Aufhebung des Touristenvisums verhandelt werden. Andererseits sollen aber auch die Hotelpreise schärfer kontrolliert und der Wiederaufbau der zerstörten Küstenorte beschleunigt werden.

Unter dem Titel „Eine Lektion in Verkehrspropaganda“ veröffentlicht „Nation Belge“ einen Artikel, der vom wenig erfreulichen Ergebnis des Tourismus in Belgien im Jahre 1946 ausgeht und die Behörden ersucht, die Schweiz zum Beispiel zu nehmen. Die Schweiz habe einen Fremdenverkehr aufzuweisen, der einer sehr geschickten Propaganda hauptsächlich der Schweizerischen Zentrale für Verkehrsförderung zu verdanken sei. Ständig wurden in der Schweiz die Möglichkeiten der weiteren Ausdehnung des touristischen Verkehrs geprüft. Die Universität Bern besitze ein eigenes Forschungsinstitut für den Fremdenverkehr, die Handelsschule Neuenburg eine Verkehrsabteilung und die Handelshochschule St. Gallen ein Seminar für Fremdenverkehr, das seit 1942 6 Arbeiten von grösstem Interesse über die wirtschaftliche Förderung des Tourismus herausgegeben habe. Der Verfasser des Artikels erinnert auch an die im Ausland gezeigten Filme über die landschaftlichen Schönheiten der Schweiz.

### Ein Hotelier wird geehrt

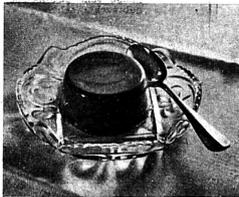
Gegenwärtig befindet sich Herr alt-Generaldirektor Georges Gottlob, der frühere Leiter des jetzt zerstörten berühmten „Frankfurter Hof“ in Frankfurt a. M., des „Englischen Hof“ und Direktor der bekannten, mit diesen Etablissements verbundenen Grossweinhandlung, mit seiner Gemahlin auf einem kurzen Urlaub in der Schweiz. Da Herr Gottlob sich in Deutschland, trotz aller Anfechtungen, seine angestammte belgische Abkunft bewahrt hat, wurde ihm die Ausreise von den Besetzungsbehörden gestattet, so dass er sich von den Strapazen der letzten Jahre einigermaßen erholen kann. Seine vielen Schweizer Freunde machen sich eine Ehre daraus, ihn zu empfangen; ist Herr Generaldirektor Gottlob doch seinerzeit der Lehrmeister einer ganzen Anzahl unserer führenden Fachleute gewesen, denen er seine vornehme Kunst der Gastlichkeit und sein reiches Fachwissen gerne und freigeigelt vermittelt und denen er unvergesslich geblieben ist.

Auch in Bern hat man ihm die alte Anhänglichkeit bewahrt. So benutzte der Verkehrsverein der Stadt Bern die Gelegenheit, anlässlich des Aufenthaltes des Herrn Gottlob im Bellevue-Palace, wo er als Gast seines früheren Schülers, Herrn Direktor Schmid, wohnte, den gerne gesehenen Pionier der Hotellerie anlässlich eines Aperitifs in kleinem Kreise zu ehren und ihm bei dieser Gelegenheit das Berner Stadtbild mit einer herzlichen Widmung zu überreichen. Herr Gottlob und seine Gattin werden den kurzen Aufenthalt in der Schweiz benutzen, um eine Reihe alter Freundschaften wieder aufzufrischen und sich ein Bild über den Stand unserer Hotellerie zu machen. Möge ihm überall der herzliche Empfang bereitet werden, der diesem Altmeister unseres schönen Gewerbes gebührt.

### Aus den Sektionen

#### Zürcher Hotelier-Verein

Der Zürcher Hotelier-Verein hielt am 27. November 1946 unter dem Vorsitz seines Präsidenten, Herrn Eduard Elwert, eine ausserordentliche Generalversammlung ab. Die allgemeine Berichterstattung gab der Versammlung erneut Anlass, die Stellungnahme der Städtehotellerie zur Hotelbedürfnisklausel zu präzisieren. Die Zürcher Hotellerie wehrt sich nicht gegen die Errichtung neuer Hotels, sofern hierfür ein Bedürfnis vorhanden ist; sie verlangt lediglich, dass die Hotellerie weiterhin vor einer wilden, bedürfnislosen und spekulativen Erstellung neuer Hotels geschützt wird. Die Hotelbedürfnisklausel vermag allen Interessen gerecht zu werden und soll deshalb beibehalten werden. Dass die Zürcher Hotellerie nicht ein absolutes Hotelbauverbot verlangt und die Hotelbedürfnisklausel auch kein solches ist, beweist die Tatsache, dass sie einem Gesuche um Errichtung eines Hotels mit 70 Betten und der teilweise Umnutzung eines Appartementhauses ihre Zustimmung erteilt hat. Befremden rief der Entscheid der Telephondirektion



Karamelköpchen, zart und nahrhaft aus Ihrer Küche, aber mit

**Flan**  
DAWA

Flan DAWA ist erhältlich in Aroma Chocolat und Vanille. Versuchen Sie es mit einer Packung zu 500 g oder 1 kg.

Dr. WANDER A. G., Bern Telephone 031 / 5 50 21

### Seltene Gelegenheit!

Zu verkaufen:  
**5 Sessel u. 1 Fauteuil**

für Jägerstübli oder Ecke, antik, handgeschützt und mit Bronze bespitztem Lederrelief, bei Alb. Hess Winterthurerstr. 485, Zürich-Schwamendingen. — Telefon 469836.

Gesucht von grösserem Wintersporthotel tüchtig, erfahrener

**Chef de réception**

(Journalführer)

Eilofferten mit Bild unter Chiffre W. S. 2193 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.



GEBR. SCHÜTLER  
TEL. 44150 NÄFELS

### Hotel-Manager!

Swiss, First Class Experience from big Hotels in London, Brussels, Algiers, also in Switzerland! Business Man! Wishes for the Winter-Season a situation! Accustomed to English and American clients. Free at once! Write: C. v. Parisod, Hôtel de Lausanne in Lausanne.

### Hotel

gut renommiert zu übergeben in industriellem Zentrum im Jura (Welschschweiz), evtl.

#### Verwaltung

mit Kapitaleinlage. Offerten unter Chiffre P 11084 N an Publicitas S.A., la Chaux-de-Fonds.

### HOTELMOBILIAR

Wegen Aenderung des Betriebes aus Hotel I, Rangos zu verkaufen:

50 sehr gute **Louis XV-Beiten** mit weissen Haar-Woll-Matratzen à Fr. 300.—, Ferner **Nachtische, Tische, Kommoden** mit oder ohne Aufsatz **Spiegelschränke, Waschgarnituren etc.**

Anfragen und Offerten unter Chiffre M. O. 2132 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

**RedHackle**  
Fine old SCOTCH-WHISKY



A good fighter for a good pleasure

IMPORTED BY DOEBELI SA. FAHRWANGEN

Tüchtiger, sprachensunderiger Mann sucht ab Januar 1947 Stelle als

### Loge-Tourant

in Hotel ersten Ranges (beste Referenzen vom In- und Auslande). Offerten unter Chiffre T. O. 2178 an Hotel-Revue, Basel 2.

### Kellergehilfe

tüchtiger und zuverlässiger Mann findet Stelle im Hotel Elite, Zürich. Gef. melden mit Referenzen.

### Jetzt keine Zuckerknappheit mehr

kaufen Sie rationierungsfrei:

**Cuba Zuckersirup**, wasserhell  
**Cuba Hard candy Zucker**, gelblich  
**Cuba Crème Fondant Zucker**, weiss  
alle Sorten sofort lieferbar.

Mit bester Empfehlung

**PETER & KUNZ**

Kolonialwaren engros

ZURICH 11

Telephon (051) 4670 10



**Van Baerle**

& Cie. AG.

Chemische Fabrik und Seifenfabrik

Münchenstein - Basel

Gegr. 1888 Telephon (061) 2 65 20

Produkte

Zürich, mit Wirkung ab 1. Dezember 1946 den Telefonankunftsdiensdienst über Hotelunterkunft einzustellen. Die Versammlung vertrat die Auffassung, dass dieser Auskunftsdienst mehr im Interesse der Allgemeinheit liegt als in demjenigen der Hotellerie, weshalb er unbedingt weitergeführt werden sollte. Um die Telefonzentrale zu entlasten, hat der Zürcher Hotellerieverein bereits vor Monaten gemeinsam mit dem Verkehrsverein ein Zimmer-Nachweisstelle errichtet, die für die beiden Verbände eine erhebliche finanzielle Belastung brachte. Ein weiterer Ausbau dieses Nachweises ist jedoch der Kosten wegen nicht möglich.

Im Mittelpunkt der Verhandlungen stand die Orientierung unseres Zentralpräsidenten, Herrn Dr. Franz Seiler, über die Geschäfte der bestehenden ausserordentlichen Delegiertenversammlung des SHV. Der Referent entledigte sich seiner Aufgabe in gewohnt meisterlicher Art und vermittelte der Versammlung mit seinen interessanten Ausführungen einen umfassenden Einblick in die grosse Zahl wichtigster Probleme, mit denen sich heute die Hotellerie und der SHV zu befassen haben. Die Ausführungen von Herrn Dr. Seiler wurden von der Versammlung mit Beifall verstanden.

Nach einer Statutergänzung, die eine Präzisierung der Aufnahme- und Ausschlussbestimmungen zum Inhalt hatte, wurden die Frühstückspreise auf Grund der jüngsten Vorschriften der EPK kategorienweise neu geordnet und vereinbart, unter Beibehaltung des Vorkriegsbeschlusses, wonach Zimmer nebst einschliesslich Frühstück abgegeben werden dürfen, in Zukunft den Preis für Zimmer und Frühstück dem Gast gegenüber nur noch in einem Pauschalpreis in Rechnung zu stellen.

Abschliessend nahm die Versammlung noch einen Bericht über die bisherigen Verhandlungen betreffend der Revision des Zürcher Gesamtarbeitsvertrages entgegen. Sie teilte die Auffassung des SHV, dass die Arbeitsverhältnisse des Gastgewerbes in den 5 grössten Städten der Schweiz in einem gemeinsamen Vertrag einheitlich geordnet werden sollen. Sie erteilte dem Vorstand Kompetenz, sich an den Verhandlungen über den Abschluss eines Mehrstädte- und eventuell Landesvertrages zu beteiligen. Sollten diese Verhandlungen innerer nützlicher Frist nicht zu einer Einigung führen,

so wären die Verhandlungen über einen separaten Vertrag für die Städte Zürich und Winterthur und eventuell für den ganzen Kanton Zürich wieder aufzunehmen.

Zur Forderung der Union Helvetia auf Gewährung eines zusätzlichen halben Freitages an das festbesoldete Personal erklärte sich die Versammlung übereinstimmend assensartig, diesem Begehren im heutigen Zeitraume im Hinblick auf die gegenwärtige Arbeitsmarktlage, sowie in Berücksichtigung der sich für die Arbeitgeberseite ergebenden finanziellen Belastung zu entsprechen. Die Zürcher Hotellerie ist indessen bereit, die Forderung der Union Helvetia erneut zu prüfen und in Erwägung zu ziehen, sobald die Verhältnisse am gastgewerblichen Arbeitsmarkt die Beschaffung der erforderlichen zusätzlichen Arbeitskräfte garantieren.

Nach mehr als fünfständigen Verhandlungen konnte der Vorsitzende die Versammlung um 20 Uhr als geschlossen erklären. B.

### Totentafel

**Frau Elise Fassbind-Schindler †**

In Arth am Rigi verschied im Alter von 82 Jahren Frau Elise Fassbind-Schindler, die Mutter unserer Kollegen Josef und Walter Fassbind, Besitzer der Hotels am Rigi-Kalbad und Rigi Klösterli und Continental Lugano. Den verehrten Trauerfamilien unser herzlichstes Beileben. Ein Nachruf folgt in unserer nächsten Nummer.

### Personaltubrik

„Départ“ in Lenk i/S.

Aus einer grossen Bewerberzahl sind Herr und Frau Dir. Rindlisbacher vom Gemeinderat der Stadt Bern als Pächter des bekannten Ticpark-Restaurants Dählhölzli gewählt worden. So sehr die Sektion Lenk den Wegzug ihres sympathischen Präsidenten bedauert, so sehr freut sie sich über den verdienten Erfolg dieses überaus

tüchtigen Hotelier-Paares. Während seiner zehnjährigen Tätigkeit als Direktor des Grandhotel- und Kurhaus Lenk, des führenden Hauses auf dem Platze, hat es Herr Rindlisbacher verstanden, den guten Ruf dieses bedeutungsvollen Unternehmens und damit den guten Ruf von ganz Lenk zu heben und über die Grenzen unseres Landes hinaus zu tragen. Dir. Rindlisbacher ist stets für eine verständnisvolle Zusammenarbeit zwischen dem Kurhaus und den Dorfhäusern eingetreten, und zwar in der richtigen Erkenntnis, dass dies eine der wichtigsten Voraussetzungen für eine gesunde Entwicklung unseres Kurortes sei. Unsere besten Wünsche begleiten Herrn und Frau Rindlisbacher in ihren neuen Wirkungskreis sowie unser Dank für ihre verdienstvolle, von kollegialem Geiste getragene Tätigkeit. P.

### Letzte Meldung

#### Nochmalige Verlängerung der alten Trinkgeldordnung

Sobien ist den Berufsverbänden des Gastgewerbes der Entwurf zur Verfügung des Eidg. Volkswirtschaftsdepartementes über die Allgemeinverbindlicherklärung der für das Berbergsbergsgewerbe vereinbarten Trinkgeldordnung, sowie die Trinkgeldordnung in der bereinigten Fassung zur Vernehmlassung zugegangen. Zu einigen wichtigen strittigen Punkten wird der Vorsteher des Eidg. Volkswirtschaftsdepartementes noch Stellung nehmen. Das Inkrafttreten der neuen Trinkgeldordnung wird nicht, wie ursprünglich vorgesehen, auf den ersten Dezember 1946 möglich sein, sondern erst auf den 1. März 1947. Das bedingt eine nochmalige Verlängerung der geltenden Trinkgeldordnung um zwei Monate.

#### Adressgesuch

Die Kontrollstelle für die Trinkgeldordnung im schweizerischen Hotelgewerbe schreibt uns: „Wir suchen die Namen und Adressen des bedienungsgeldeberechtigten Personals, welches während der Zeit vom 1. Januar bis 31. Mai 1946 im Hotel Continental, Montreux, gearbeitet hat.“

### Auskunftsdienst

Verlag Auto-Moto, Zürich

Dieser private Verlag eines Herrn O. Köppel in Zürich, wickelt gegenwärtig Hoteltouristen für ein von ihm herausgegebenes Auto-Tourbuch, welches das offizielle Tourenbuch des F.A.V. (Freier Schweiz. Automobil-Verband) sein soll. Für diejenigen unserer Mitglieder, die es noch nicht wissen sollten, machen wir darauf aufmerksam, dass es sich dabei um die von einigen dissidenten Mitgliedern des TCS. im Kanton Solothurn gegründete Vereinigung handelt, die nur wenige Mitglieder zählt. Auch wird bei der Acquisition mit dem Namen des Verbandes Schweiz. Gesellschaftsauto-Besitzer operiert, der jedoch jede Beziehung mit Herrn Köppel verneint. Wie weit die ebenfalls genannte Chauffeurgruppe der Gewerkschaft des VHTL an der Sache interessiert ist, entzieht sich unserer Kenntnis. Die vorstehend erwähnten Tatsachen dürften aber unsern Mitgliedern allein schon genügen, sich von dieser Reklame fernzuhalten.

Die Genannten werden ersucht, Ihre Namen und Adressen innerst kürzestfrist der Kontrollstelle für die Trinkgeldordnung, Heuberg 16, Basel, bekannt zu geben.

### Saisoneröffnungen

Mürlen: Bellevue-Hotel, 9. Dezember 1946. Adnarrat: Hotel Löwen, Hotel Krone, Hotel Schweizerhof, Hotel Alpenhof, Mitte Dezember.

Engelberg: Regina Hotel Titlis, 15. Dezember; Hotel Schweizerhof, 17. Dezember; Hotel Terrace Palace, 19. Dezember.

Frutt (OW): Hotel Kurhaus Frutt, 21. Dezember. Rigi: Hotel Rigi-First, 14. Dezember; Grand Hotel Rigi-Kalbad, 20. Dezember.

Redaktion: P. Kuhn  
Ad. Pfister P. Kuhn  
Inseratenteil: E. Kuhn

- **Fachkurs**
- **Englischkurs I**  
Anfänger
- **Französischkurs I**  
Anfänger
- **Sprachkurs II**  
15 Std. Englisch u. 7 Std. Französisch pro Woche für Vorkurste
- **Sekretärkurs**

**Je vom 6. Januar bis 3. April 1947**

Zimmer und Verpflegung im „Montana“  
Illustr. Prospekt gratis Telephone (041) 2 55 51

**Schweiz. Hotelfachschule Luzern**  
im „Montana“ Staatlich subventioniert

**Chef de service**

est demandé par Brasserie-Dancing de Suisse romande, entrée de suite, Personnes qualifiées, parlant français, anglais, allemand, sans préférence de faitre offered sous chiffre U 82311 X Publicitas, Genève.

**Saucier**  
**Garde-Manger**  
**Commis de cuisine**  
**Gouvernante**

Eintritt baldmöglichst. Offerten mit Zeugnisabschriften und Gehaltsansprüchen unter Chiffre C. R. 2223 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

**On cherche**  
**Gouvernante d'étages**  
**Gouvernante de lingerie**  
**2<sup>me</sup> Gouvernante d'office**  
**Portier**

pour hôtel de 1er rang Suisse française. Envoyer offres et copies de certificats, photo, etc. sous chiffre M. D. 2153 à la Revue Suisse des Hôtels à Bâle 2.

**Hotel - Restaurant - Dancing**

à vendre, excellente affaire, très bien placée à Lausanne; immeubles, mobilier et inventaire complet fr. 650'000.—. Hôtel de 22 chambres avec eau courante, Café-Restaurant, Dancing-Carnotet. Peut être libre pour Noël. Bénéfice net 85'000 fr. Nécessaire minima fr. 200'000.—. Ecrire case postale 1294, Lausanne.

**GESUCHT**  
**Bar-Pianist**

(Akkordeonist) allein oder zusammen mit Schlagzeuger. Lenzersheide, Postfach 68.

**Hôtelier, français,**  
**Chef de cuisine**  
30 ans, et  
**Chef de partie**

cherchent place pour saison d'hiver. S'adresser à M. Louis Morel, 119, rue de Genève, Mollenswil.

**Fille de salle**

désirent se perfectionner dans l'allemand, cherche emploi analogue, ou aussi le service de Tea-Room à Berne ou Zurich, etc. Excellentes références à disposition. Offres sous chiffres F. E. 2198 à la Revue Suisse des Hôtels à Bâle 2.

**Küchenchef**  
**erste Kraft sucht**  
**Wintersaisonstelle**

evtl. Jahres- in nur Grossbetrieb zu Brigade, Prima Referenzen und Zeugnisse zu Diensten. Offerten unter Chiffre F. R. 2902 an die Hotel-Revue, Basel 2.

**séjour au pair**

dans son établissement en Suisse romande (Montreux et ses parages) pour s'exercer en langue française; ou aussi l'anglais. Références saines à disposition. S'adresser à Savio, Berne, Monbijoustrasse 51.

**Töchter**

mit besten Referenzen suchen Stelle in Wintersaison, Teecoom, Restaurant oder Barservice. Bevorzugt Davos, Arosa oder St. Moritz. Offerten sind erbeten unter Chiffre T. M. 2234 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

**Küchenchef, gelernter Pâtissier**

ges. Alters, mit eigenem Gesch. d. Saisonbetrieb, sucht für Wintersaison Stelle als

**Alleinkoch**

oder als

**Chef-Pâtissier**

Offerten an Postfach 20, Muraltlo-Lozano.

**1 Dame**

pour seconder la maîtresse de maison. Faire offres avec copie de certificats, prétentions et photo à l'Hôtel des trois Rois, Le Locle. A la même adresse on demande portier-garçon de maison et un apprenti de cuisine.

**FR. LEOPOLD & CIE. A.-G.**  
**THUN**  
Verk.-Bureau in Zürich

Silberpoliermaschine  
Schweizerfabrikat

Machine à brunir l'argenterie  
fabric. suisse

**Köchin**

sucht Stelle in Wintersaison. Kann französisch sprechen. Eintritt nach Übereinkunft. Offerten mit Lohnangaben unter Chiffre H. R. 2201 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

**Casserolier**

Gute Jahresstelle. — Offerten an Hotel de la Paix, Genf.

**Excellente cuisinier**

français, 32 ans, références 1er ordre, parl. l'allemand, cherche place comme chef de partie dans station de sport d'hiver, de préférence en Valais; libre de suite. Ecrire à Paul Béchert, restaurant le Globe, Grand Quai, Genève.

**Stütze der Hausfrau**

Geregelte Arbeits- und Freizeit, Fräulein, die einen verantwortungsvollen und vielseitigen Posten schätzen, wollen sich melden und gleichseitig Zeugnisse, Photo m. Altersangabe beifügen, sowie Angabe der Einmündigkeit und Gehaltsansprüche. Offerten unter Chiffre S. H. 2224 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

**Journalführerin**

oder in kleinen Betrieb für sämtliche Büroarbeiten. Offerten sind zu richten unter Chiffre E. O. 2238 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

**Küchenchef**

30 Jahre alt, an nur erstklassige Küche gewöhnt, sucht Jahres- oder Saisonstelle in erstklassigem Hotel oder Restaurant. Offerten unter Chiffre OFA 983 Z an Orell Füssli-Annoncen, Zürich, Zürcherhof.

**21jährige Tochter sucht für ca. 2-3 Monate Stelle als**

**Köchin**

neben Küchenschef. Lohn Fr. 220.— bis 280.—. Offerten mit Zeugnisabschriften und Photo an Gasthof zum Bären, Birmeldalen bei Basel.

Herr Ober,  
2x Ostail  
aber  
**LUCUL**

★ **LUCUL-Nährmittelfabrik Zürich-Seebach Tel. 4672 94**

**NUR GUTEN**  
**VERMOUTH**  
**FÜHREN**  
**ES LOHNT SICH!**

Für gute Qualität garantiert die  
GRUPPE VERMOUTH-FABRIKANTEN DES VERBANDES DER SCHWEIZERISCHEN SPIRITUOSERWERBERE

Einige sehr guterhaltene, zum Teil nur wenig gebrauchte, echte

**Perfer-Teppiche**

darunter 1 „Tubris“, ca. 2x3 m, 1 feiner „Bochara“, ca. 2x3 m, 1 Keshan, ca. 2,80x3,80 m, 1 „Tubris“, 2,40x3,50 m, sowie ganz grosse Stücke für Halle oder Salon in den Grössen 3,20x4,50 m und 4x5,20 m, ausserdem einige feine, kleinere Stücke, ca. 130x200 cm, sofort, nur gegen Barzahlung auch einzeln zu verkaufen. Eilschriften unter Chiffre P. O. 37689 L an Publicitas, Lausanne.

Einser der schönsten

**Hotels am Genfersee**

mit neuzeitlichem Komfort, in unvergleichlicher Lage am See (Riviera suisse), 100 Betten, ist zu verkaufen. Kapitalkräftige Interessenten wollen sich melden unter Chiffre P. O. 37689 L an Publicitas, Lausanne.

**Direktor - Direktionspaar**

für sehr lange Winter- und anschließende Sommeraison in neue Bergstation gesucht. Eventuell auch Anfänger. Verlangt werden gute Kenntnisse im Service, Journalführung und gewandter Umgang mit englischer Kundschaft. Offerten mit Bild und Gehaltsansprüchen sind zu richten unter Chiffre D. R. 2222 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

**Zu verkaufen**

**Barbuffet**  
434x68x115 cm hoch, vordere Front ganz mit schwarzem Linoleum abgedeckt, Sockel in Antikordalblech, Bargarnitur in Antikordal poliert.

**Liqueurschrank**  
434x113x28 cm tief, Ausführung in Eichenholz mit vier abschliessbaren Rollen. Spiegelspiegelverkleidung und verstellbaren Tablaren.

**9 Barhocker**  
mit Einlegestoppler Rindleder.

**1 Spültrog**  
288x60 cm mit Spülkessel aus Nickelblech 40x32x28 cm.

**Div. Cristal-Spiegel**  
in Silberglanz-Rahmen 188x46 cm.

**Div. Wandleuchter u. Ampeln**  
in Antikordal poliert.

Die Einrichtung wird nur gesamthaft verkauft und kann bis auf weiteres noch in Betrieb beschäftigt werden. Bei Barzahlung Kurserzeit günstiger Preis, Beträge neuwertiger Zustand. Nähere Auskunft erteilt Chiffre Q 18587 Ch. Publicitas Chur.

# Stellen-Anzeiger

No. 48

## Moniteur du personnel

### Offene Stellen - Emplois vacants

**Aide-Lingère-repriseuse** est demandée pour maison de 1er ordre à Montreux. Bons gages, place à l'année. Offres sous Chiffre 1306

**Buffetdame** in gutes Speise-Restaurant gesucht. Eintritt 18. Dezember evtl. früher. Offerten sind zu richten an Postfach 109, Zofingen. (1309)

**Chef-Pâtissier** in erstklassigen Restaurantbetrieb in Jahresstelle gesucht. Offerten mit Zeugnisabschriften, Bild und Gehaltsansprüchen unter Chiffre 1310

**Conducteur** in Grand Hôtel der franz. Schweiz gesucht. Sehr gute Jahresstelle. Nur ganz tüchtige Kraft kommt in Betracht. Französisch, Deutsch, Englisch, Offerten mit Altersangabe, ledig oder verheiratet, Zeugnisabschriften und Photo unter Chiffre 1314

**Gesucht** in Passantenhotel der Ostschweiz 2 Serviertöchter für Restaurant, 1 Aide de cuisine (Fr. 350.- im Monat), 1 Wäscherin (Fr. 140.-). Alles Jahresstellen. Geringe Freizeit. Offerten mit Zeugnisabschriften und Bild an Chiffre 1321

**Gesucht** von Erstklassigem in Graubünden, Eintritt Dezember: 1 tüchtige, sprachkundige Gouvernante-Stütze, Saaltochter, II. Glättlerin, Etagenportier, Zimmermädchen. Offerten unter Chiffre 1322

**Gesucht** in Jahresgeschäft mit Zweifelsantrieb per sofort: 1 Wäscher oder Wäscherin, Kochgehilfin (neben Küchenchef zwecks weiterer Ausbildung). Hotel-Restaurant Rössli, Gstaad (Tel. 94477).

**Gesucht** in gepflegtes, vielbesuchtes Ferienhotel für Jahresstelle eine Saaltochter, evtl. Anfängerin, und eine Kochtochter, in elektr. Küche. Guter Verdienst, geringe Freizeit. Offerten an Chiffre 1312

**Gesucht** in Jahresstellen, Ostschweiz: Aide de cuisine-Pâtissier, junger Pâtissier, Köchen, Office- und Economat-gouvernante, Kellerbursche. Jahresstellen. Offerten unter Chiffre 1313

**Gouvernante**, tüchtige, die gewillt ist, überall mitarbeiten, per sofort gesucht. Offerten erbeten an Hotel Glockenhof, Ofen. (682)

**Kassierin-Sekretärin** per sofort in Passantenhaus nach Basel gesucht. Verlangt werden Kenntnisse in Réception und Korrespondenz. Selbständige Kraft Bedingung. Offerten mit Photo, Altersangabe, Zeugnisabschriften und Gehaltsansprüchen unter Chiffre 1309

**Kellnermeister** in erstklassigen Restaurantbetrieb in Jahresstelle gesucht. Offerten mit Zeugnisabschriften, Bild und Gehaltsansprüchen unter Chiffre 1308

### SCHWEIZER HOTELIER-VEREIN

Facharbeitsnachweis / Gartenstrasse 112 / Telefon 27933 BASEL

## Vakanzenliste

Liste des emplois vacants des Stellenvermittlungsdienstes

Die Offerten auf nachstehend ausgeschriebene offene Stellen sind unter Angabe der betreffenden Nummer auf dem Umschlag und mit Briefporto-Belag für die Weiterleitung an den Stellenleiter „HOTEL-BUREAU“ (nicht Hotel-Revue) zu adressieren. Eine Sendung kann mehrere Offerten enthalten. Stellensuchende, die beim Facharbeitsnachweis des S.H.V. eingeschrieben sind, erhalten telephonisch Adressen von unter „Vakanzenliste“ ausgeschriebenen Stellen.

7078 Hausbursche-Portier, sofort, mittelel. Hotel, Thunsee, 7080 Sekrätin, sofort, ersk. Restaurant, Zürich, 7086 Aide de cuisine oder Entremetteur, Küchenmädchen, n. Ubereink., mittelel. Hotel, Interlaken, 7089 Restaurant- und Saaltochter, sofort, kl. Hotel, Grb. 7092 Garçon d'office, fille d'office, à convenir, hôtel 30 lits, Suisse française, 7097 Serviertochter, sofort, Hotel 20 Betten, Kl. Solothurn, 7101 Kellnermeister, Pâtissier, sofort, ersk. Restaurant, Basel, 7103 Personal- und Hilfskochen, Küchenbursche-Casseroier, sofort, mittelel. Hotel, B.O., 7108 Kaffeebörcherin, Buffetdame, Lingeriegouvernante, mittelel. Hotel, Biel, 7108 Küchenbursche, Restaurations- und Jahresstellen, sofort, mittelel. Hotel, Olten, 7110 Bekontrollante, n. Ubereink., ersk. Hotel, Genf, 7112 Alleinköch, Jahresstelle, sofort, Kurhaus 120 Betten, Ostschweiz, 7113 Hausbursche, sofort, kl. Hotel, Et. Aargau, 7114 Restauranttochter, auch Anfängerin, Saaltochter, Office-mäd-

**Mädchen**, junges, tüchtiges, mit Handelschulbildung für Bureauarbeiten in Bergshotel der Innerschweiz gesucht. Gute Ausbildungsmöglichkeit als Hotelsekretärin. Jahresstelle. Eintritt sofort. Einleiten an Chiffre 1323

**Mitarbeiterin**. Gesucht nach Ueberinkunt/jüngere, fachkundige, aufrechte Tochter als Mitarbeiterin und Vertrauensperson in frauensolches, gutgeführtes Café-Restaurant nach Biel. Offerten unter Chiffre 1324

**Restauranttochter**, serviergewandt und sprachkundig, in bestgehenden Jahresbetrieb gesucht. Offerten unter Chiffre 1327

**Sekretär-Kassier** per sofort in Passantenhaus in Grösstadt gesucht. Verlangt werden Kenntnisse in Réception und Korrespondenz. Selbständige Kraft Bedingung. Offerten mit Photo, Altersangabe, Zeugnisabschriften und Gehaltsansprüchen unter Chiffre 1325

**Serviertochter**, seriöse, gewandte, in gutes Weinrestaurant der Stadt Luzern gesucht. Offerten unter Chiffre 1319

### Stellengesuche - Demandes de Places

### Bureau & Reception

**Chef de réception-Aide patron-Sekretär-Kassier**, ges. Alters 4, Hauptsprachen, mit langjähriger Erfahrung, sucht über Weihnachten und Neujahr für 10 Tage Vertrauens- resp. Aushilfsposten. Offerten unter Chiffre 59

**Chef de réception**, tüchtig, sprachkundig und erfahren, sucht entsprechendes Engagement in erstklassigen Betrieb. Gut präsentierend, mit besten Zeugnissen und Referenzen. Frei ab sofort Offerten erbeten unter Chiffre 59

**Hotelssekretärin** mit langjährigen Zeugnissen sucht Vertrauensposten. Jahresstelle bevorzugt. Chiffre 25

**Schweizerin**, ges. Alters, franz., engl., ital. sprechend, Buchhaltung (amerik. Journal), Statistik, beste Ref., sucht Vertrauensposten. Offerten unter Chiffre 59

**Sekretärin**, H., sucht für sofort Stelle in Hotel. Junge Tochter mit Handelsdiplom und guten Sprachkenntnissen. Winterkurs bevorzugt. Chiffre 66

**Tochter** sucht Stelle auf Hotel-Bureau zur Stütze des Patrons und in der Verwaltung im Service. Bevorzugt wird Hotel-Restaurant. Offerten sind zu richten unter Chiffre A 49315 Lz an Publicitas Luzern. (681)

### Salle & Restaurant

**Barman, Roman, parlant parfaitement l'anglais**, rentré de l'étranger (dernier poste King David Hotel Jerusalem de 1933 à l'année 1946), très bonnes références, cherche poste de saison ou à l'année pour de suite. Chiffre 14

chen, Officebursche, Hausbursche, Alleinportier, junger Alleinköch, Köchin, Winteranson, Bergshotel 50 Betten, Grb. 7124 Angestelltenzimmermädchen, Commis oder Aide de cuisine, Commis de rang, ersk. Hotel, Bern, 7128 Serviertochter, sofort, kl. Hotel, Et. Solothurn, 7138 Tüchtige Saaltochter, Mitte Dezember, mittel. Hotel, Flims, 7139 Kontrollor, sofort, ersk. Hotel, B. O., 7140 Aide de cuisine, Küchenbursche, Köchin, Winteranson, mittel. Hotel, B. O., 7136 Sekretärin-Chef de réception, Zimmermädchen, Winter-Hotel, Bern, 7138 Aide de cuisine, sofort, mittel. Restaurant, Zürich, 7141 Commis de cuisine, sofort, ersk. Hotel, Bern, 7142 Sekretärin evtl. Ubereink., mittel. Hotel, Basel, 7145 Kaffee- und Angestelltenköchin, 18. Dezember, ersk. Hotel, Engelberg, 7146 Chef de réception, n. Ubereink., ersk. Hotel, Zürich, 7147 Aide de cuisine-Pâtissier, Commis de cuisine, Office-Economat-Küchen-gouvernante, Jahresstellen, ersk. Hotel, Ostschweiz, 7150 Commis de rang, sofort, ersk. Hotel, Zürich, 7151 Lingère-Superlin, Pâtissier, sofort, ersk. Hotel, Lausanne, 7152 Sommelier, secrétaire, casseroier, à convenir, restaurant à Neuchâtel, 7155 Zimmermädchen, 18. Dezember, mittel. Hotel, B. O., 7158 Küchenmädchen, sofort, kl. Hotel, Ostschweiz, 7157 Bureauaufseher, engl. sprechend, Barmaid, evtl. Anfängerin, Office-mädchen, Wäscherin oder Wäscher, Winteranson, Hotel 50 Betten, B. O., 7161 Barmaid, Buffetdame, sofort, Kursaal, Tessin, 7164 Chef de réception-Stütze, Chef d'étage, n. Ubereink., ersk. Hotel, B. O., 7168 H. Köchin, sprachkundige Serviertochter, n. Ubereink., Kursaal, Grb., 7168 Serviertochter, Saaltochter, Anfang-Zimmermädchen, n. Ubereink., mittel. Hotel, Simmental, 7172 Sekretärin (Aushilfe 2 Wochen), mittel. Hotel, Baden, 7173 Haus-Küchenbursche, sofort, Hotel 40 Betten, B. O., 7174 Serviertochter (einfache), sofort, Hotel 60 Betten, Vuff. 7175 Chef de réception, 1. Economat-gouvernante, Kaffee-Panzonalköchin, Angestelltenzimmermädchen, Argenter, Buffetdame, ersk. Hotel, Wallis, 7176 Kellnermeister, Kellnermeister, nach Ubereink., mittelel. Hotel, Grindelwald, 7177 Küchenmädchen, evtl. Hilfsköchin, kleines Hotel, Tessin, 7178 Kellnermeister, Kellnermeister, Aide-Pâtissier, nach Ubereink., mittelel. Hotel, Obertrogenburg.

### Nadiporrier Portier

25 Jahre alt, Deutsch und Französisch perfekt, mit besten Referenzen, sucht per sofort Saison- oder Jahresstelle. Offerten unter Chiffre G. R. 2218 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

### PORTIER

geseteten Alters, zuverlässig, deutsch, englisch, franz. sprechend, sucht Stelle. War in ersk. Hotels; gut präsentierend. Offerten unter Chiffre A. 2229 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

### Zimmermädchen

sucht Stelle in Hotel für Winteranson. Offerten unter Chiffre H. M. 2238 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

### Barmen - Restaurationskellner

Zur selbständigen Besorgung eines Bar-Restaurants in erstem Winterkurs Graubünden

### Restaurationskellner

gegen 18. Dezember in lange Winteranson gesucht. Offerten unter Chiffre B. M. 2230 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

### Studenten-Tanzorchester

sucht Engagement in Wintersporthotel über Neujahr evtl. länger. Erste Referenzen, günstige Konditionen. Schreiben an Werner Winkler, Poststrasse 30, Zürich 7 oder Tel. (051)249825.

### Kassier - Sekretär

Junger Hotelssekretär mit Fachschulbildung in Service und Küche, sucht Stelle auf 1. Januar 1947 in grösseres Stadthotel als

### Kassier - Sekretär

**Aide Chef de réception** Offerten unter Chiffre H. S. 2239 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

**Obersaalochter**, tüchtig, selbständig, gut präsentierend, mündig, Bureaupraxis, 4 Hauptsprachen, sucht Saison- oder Jahresstelle in gutgeführten mittleren Betrieb. Beste Zeugnisse und Referenzen. Offerten unter Chiffre 57

**Obersaalochter**, tüchtig für Saal und Restauration, zuverlässig, 33jährig, sucht Engagement für Winteranson. Zeugnisse und Referenzen zu Diensten. Offerten unter Chiffre 52

### Cuisine & Office

**Aleinöch**, tüchtig, 33jährig, in allen Zweigen bewandert. sucht Stelle in gutes Haus, Antritt auf 15. Januar oder nach Ubereinkunft. Offerten mit Lohnangeboten unter Chiffre Cc 11169 an Publicitas Basel. (680)

**Chef-Koch**, mit besten Zeugnissen und Referenzen, sucht Saison in Familienhotel von mindestens 60 Betten. Offerten unter Chiffre 58

**Hotel-Metsger**, prima Wurster, sucht Stelle. Mithilfe bei Küchenarbeiten. Chiffre SA 33 Z an Schweizer Annoncen AG, Zürich. (610)

**Koch**, selbständig, für allein, geseteten Alters, sucht Saison- oder Jahresstelle in kleineres Haus. Gute Zeugnisse zu Diensten. Offerten erbeten an Chiffre 55

**Koch**, 27jährig, sucht Stelle als Saucier oder Tourant (Chef de partie) in Wintersporthotel, Berner Oberland bevorzugt. Eintritt circa 15. Dezember. Zeugnisse zu Diensten. Lohnunter Chiffre 58

**Küchenchef**, routinierter Fachmann mit prima Referenzen, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 43

**Küchenchef**, ledig, 38 Jahre, geleiteter Koch und Pâtissier. Rinker, sauberer Mitarbeiter, sucht Engagement sofort oder auf 1. Januar. E. Ruf, Weisses Rössli, Stadl/Bornschach. (51)

**Küchenchef**, entremeteskundig, sparsam und zuverlässig, sucht Saison in Familienhotel von mindestens 60 Betten. Offerten unter Chiffre 58

**Küchenchef**, besetzungswiesener Kalkulator, in allen Partien durchaus bewandert, initiativ, zuverlässiger Vertrauensmann, der für eine gute Küche und saubere ökonomische Betriebsführung volle Gewähr bietet, sucht Jahres- oder Saisonstelle. Ausführliche Offerte unter Chiffre F 191918 Z an Publicitas Zürich. (679)

**Küchenchef-Aleinöch**, 30 Jahre alt, in allen Partien der Grossküche bewandert und gewissenhafter Mitarbeiter, sucht Saison- oder Jahresstelle. Geil. Offerten unter Chiffre 60

**Tochter** sucht Stelle als Hilfsköchin, auf Neujahr. Bevorzugt Hotel in Kurort der Westschweiz. Offerten an Margrith Pfister, Bad Bannstein, Thun. (69)

### Loge, Lift & Omnibus

**Chasseur** (Telephonist), 22jährig, deutsch, französisch, italienisch und ziemlich englisch sprechend, sucht Stelle nach Zürich, Stadtkind. Beste Referenzen und Zeugnisse. Angebote erbeten an Chiffre 17

7181 Commis de cuisine, Chef de partie, sofort, Bahnhofbuffet, französische Schweiz, 7182 Hausbursche-Portier, Gouvernante-Stütze, sofort, Hotel 30 Betten, französische Schweiz, 7189 Oberaalochter, Portier-Conducteur, Winteranson, Hotel 100 Betten, 15. Dezember, mittleres Hotel, franz. Schweiz, 7189 Saaltochter, nach Ubereink., mittleres Hotel, Engelberg, 7190 Zimmermädchen, Hilfszimmermädchen, servierkundig, sofort, mittleres Hotel, Vevey, 7193 Alleinköch, Köchin, nach Ubereink., mittleres Hotel, französische Schweiz, 7194 Saaltochter, nach Ubereink., mittleres Hotel, Genf, 7195 Sekretär, sprachkundig, nach Ubereink., mittleres Hotel, B. O., 7198 Haushaltungsköchin, nach Ubereink., kleines Hotel, Kl. Bern, 7197 Commis de cuisine, jungerer Chef de rang, sprachkundig, nach Ubereink., ersk. Hotel, Bern, 7198 Economat-gouvernante, Jahresstelle, sofort, ersk. Hotel, Tessin, 7201 Hausbursche, Serviertochter, Zimmermädchen, 18. Dezemb., kleines Hotel, B. O., 7204 Selbständiger Pâtissier, Ende Januar, Hotel 100 Betten, Grb., 7205 Buffettochter oder Aide, sofort, Bahnhofbuffet, Kl. Zug, 7209 Aide-Pâtissier oder Aide de cuisine, sofort, mittleres Hotel, Bielboden, 7210 Haus-Küchenbursche, sofort, mittleres Hotel, Ostschweiz, 7211 Sekretär, sofort, grösseres Hotel, Genf., 7212 Saaltochter, Zimmermädchen, Economat-gouvernante, Engen-Hallenkellner, ersk. Hotel, Grb., 7213 Alleinköch-Hilfsportier, Serviertochter, sofort, mittleres Hotel, Aargau, 7216 Küchenchef, Commis de cuisine, Saaltochter, Restauranttochter, 18. Dezember, mittleres Hotel, Biel, 7220 Restauranttochter, 15. Dez., kleines Hotel, Luzern, 7230 Buffetdame, jüngere Buffettochter, Zimmermädchen, 10. Dez., mittleres Hotel, St. Moritz, 7239 Köchin oder Koch, Saaltochter, sofort, kleines Hotel, Simmental, 7231 H. Barman, Caisserie, 10. Dezember, Hotel 30 Betten, Vevey, 7233 Alleinportier, sofort, mittleres Hotel, Olten, 7234 Aide de cuisine oder Saucier, sofort, Hotel 50 Betten, Grb., 7235 Zimmermädchen, sofort, mittleres Hotel, Basel, 7236 Nachtconcierge, 3 Köhler, nach Ubereink., mittleres Hotel, Basel.

**Chasseur** oder Alleinportier, mit besten Referenzen, sprachkundig, 24jährig, sucht Saison- oder Jahresstelle. Offerten unter Chiffre 47

**Conducteur, Portier-Conducteur-Nachportier**, Portier allein, evtl. Etage, geseteten Alters, deutsch, französisch, prima englisch sprechend, mit besten In- und Ausländerreferenzen, sucht Saisonengagement. Chiffre 585

**Concierge**, anbetrieblücker, pünktlicher, 41 Jahre alt, sprachkundig, sucht Saison- oder Jahresstelle als solcher oder unverwandter Posten. Offerten unter Chiffre 24

**Concierge**, mit langjähriger In- und Auslandspraxis, 5 Sprachen, sucht Winterengagement evtl. Jahresengagement, in einem Eilboten erbeten an G. Bianchi, Unterseen-Interlaken. (59)

**Etagenportier**, 19 Jahre alt, gut präsentierend, deutsch, ziemlich französisch und italienisch sprechend, sucht Saison- oder Jahresstelle in die französische Schweiz als Portier oder Chasseur. Offerten unter Chiffre 41

**Mann**, junger, sucht Stelle als Fortier, Portier-Chauffeur oder Chauffeur-Hilfsmechaniker. Eintritt sofort oder nach Ubereinkunft. Chiffre 45

**Portier**, Portier-Chauffeur, Journalist, Deutsch und Französisch in Wort und Schrift, etwas Italienisch, sucht Stelle, Eintritt sofort oder nach Ubereinkunft. Bevorzugt wird Graubünden oder Tessin. Chiffre 44

**Portier**, älterer, solider, deutsch, französisch, englisch sprechend, sucht Anfangsstelle (Götten- oder Jahresengagement), Allein- oder Nachportier, Weilsche Schweiz bevorzugt. Offerten unter Chiffre 46

**Portier**, Allein- oder Etage, sucht Stelle. Gute Zeugnisse und Referenzen. Eventuell Stütze des Patrons, auch Kontorist. Offerten unter Chiffre 49

**Portier**, 33jährig, ehemaliger, deutsch, französisch sprechend, sucht Aushilfsstelle über Weihnachten/Neujahr. Offerten unter Chiffre 56

**Suisse romande**, ancien professionnel de l'hôtellerie, désire d'obtenir emploi comme portier ou concierge de nuit. De préférence au bord du Léman. Langues principales. Références de Paris et stations françaises. Bonne instruction, physique solide. Chiffre 54

### Divers

**Fräulein**, ges. Alters, im Hotelfach tüchtig, mit Erfahrung, auch für führendes Hotel, Sprachkenntnisse Deutsch, Französisch sowie Englisch. Referenzen stehen zu Diensten. Offerten unter Chiffre 64

**Stütze der Geschäftsleitung**, erfahrene, selbständige, würde Vertretungsmacht eventuell Leitung eines kleinen Betriebes übernehmen. Offerten unter Chiffre 63

**Tochter** sucht Winteransonstelle auf 18. Dezember in Saal-service, evtl. auch Zimmerdienst, wenn möglich in Hotel, wo etwas Gelegenheit vorhanden, Französisch zu lernen. Chiffre 23

**Tochter**, englisch sprechend, geseteten Alters, sucht Stelle als Stütze der Hausfrau oder in Laden in Wintersportplatz. Chiffre 40

7248 Buffetdame, Lingère, sofort, Gross-Restaurant, Basel, 7252 Haus-Küchenmädchen, sofort, mittleres Restaurant, Basel, 7253 B. Barbeiter, 1. Februar, Hotel 30 Betten, Zürichsee, 7255 Koch, Pâtissier, Chasseur, Casseroier, I. Lingère, Lingère-mädchen, nach Ubereink., mittleres Hotel, Genf, 7261 Junger Chef de réception, Chasseur-Telephonist, sofort, mittleres Hotel, Zürich, 7263 Buchhalter-Sekretär, sprachkundig, I. Glättlerin oder Lingeriegouvernante, Zimmermädchen, nach Ubereink., ersk. Kurhaus, Tessin, 7266 Koch, nach Ubereink., ersk. Berghotel, Zentralschweiz, 7268 Pâtissier, Commis de cuisine, nach Ubereink., Hotel 100 Betten, franz. Schweiz, 7270 Chef de rang, Saaltochter, Commis de rang, Angestelltenzimmermädchen, nach Ubereink., Hotel 50 Betten, franz. Schweiz, 7271 Lingère, Glättlerin, Casseroier, Chef d'étage, Commis de rang, Commis de cuisine, Kuchenzimmermädchen, Lingerie-mädchen, Office-mädchen, Angz-Zimmermädchen, 18. Dezember, Hotel 100 Betten, B. O., 7280 Glättlerin, 20. Dez., ersk. Zermatt, 7281 Etagenportier, Chasseur, Officebursche, Weißbäckerin, sofort, ersk. Hotel, Tessin, 7285 Engenportier, Mitte Dezember, mittleres Hotel, franz. Schweiz, 7286 Officebursche, Küchenbursche, nach Ubereink., mittleres Hotel, Genf, 7288 Saucier, Fr. 450.-, Jahresstelle, 15. Dezember, mittleres Restaurant, Zürich, 7289 Sekretärin evtl. Sekretär, sofort, Hotel 100 Betten, Grb., 7290 Chef de rang, sofort, mittleres Hotel, Zürich, 7291 Küchenbursche, Pâtissier, sofort, Hotel 100 Betten, Basel, 7292 Serviertochter, sofort, mittelel. Passantenhotel, Basel, 7293 Zimmermädchen, Wäscherin-Lingère, tüchtige, Serviertochter, nach Ubereink., Hotel-Rest., Basel, 7296 Saaltochter, Alleinköchin, Zimmermädchen, 15. Dez., kl. Hotel, Tessin, 7299 Wintersportkellner, Engen-gouvernante, Lingeriegouvernante, Ex-Office-gouvernante, Heizer, ersk. Hotel, B. O.

### Lehrstellenvermittlung:

7114 Saaltochter, Winteranson, mittelel. Berghotel, Grb., 7124 Bureaupraktikant, nach Ubereink., ersk. Hotel, B. O., 7128 Kochtochter, sofort, mittleres Hotel, franz. Schweiz, 7130 Bureaupraktikant, nach Ubereink., ersk. Hotel, Genf, 7163 Bureaupraktikant, englisch sprechend, nach Ubereink., mittleres Hotel, B. O.

Umstände halber zu verkaufen gutgegründete

## Hotel-Pension

32 Betten, an der ital. Riviera, alleinstehend in schönem Orange- und Palmengarten. Best einrichtet, mit vollständigem Inventar und Wäsche. Wird nur verkauft in Schweizerwährung an seriösen Referenzen. Offerten unter Chiffre A.Z. 2213 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

GESUCHT per sofort

## Commis de cuisine

in gutbezahlte Jahresstelle, Erstklassenhaus der Ostschweiz. Offerten unter Chiffre F. K. 2241 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

Zwei Schwestern suchen Stellen, die eine als

## Restaurations-tochter oder Saaltochter

die andere als

## Saaltochter

in Wintersporthotel der Westschweiz. Jahresstelle nicht ausgeschlossen. Offerten sind erbeten an Maria und Jos. Sonderegger, Möser, Post Gais, Telefon 93268.

## Maitre de plaisir - Eintränzer

sucht Stelle für Winteranson. Offerten unter Chiffre R. G. 2240 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

## Chef de Réception

### Assistant Manager

### Chef de service

Offerten unter Chiffre A. M. 2231 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

## Champagne

# Heidsieck-Monopole

Dépositaires pour la Suisse

## JEAN HAECKY Importation S.A. Bale

Jeune

## Fille de salle

cherche place pour se perfectionner de préférence à proximité de Montreux. Parlo allemand et français. Offres à Madeleine Clauser, St. Léger s/ Vevey.

Zur selbständigen Besorgung eines Bar-Restaurants in erstem Winterkurs Graubünden

## Barmen - Restaurationskellner

### Restaurations-tochter

gegen 18. Dezember in lange Winteranson gesucht. Offerten unter Chiffre B. M. 2230 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

sucht Engagement in Wintersporthotel über Neujahr evtl. länger. Erste Referenzen, günstige Konditionen. Schreiben an Werner Winkler, Poststrasse 30, Zürich 7 oder Tel. (051)249825.

## Studenten-Tanzorchester

Junger Hotelssekretär mit Fachschulbildung in Service und Küche, sucht Stelle auf 1. Januar 1947 in grösseres Stadthotel als

## Kassier - Sekretär

### Aide Chef de réception

Offerten unter Chiffre H. S. 2239 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

## Hotel-Direktor

sucht Mitarbeiterposten, Schweizer, Witwer in den 50er Jahren, gut präs., mit Referenzen. - Bescheidene Ansprüche. Sofort frei. Offerten gefl. unter Chiffre L. G. 2214 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

Junge, freundliche Tochter sucht Stelle in Hotel als

## Saallehr- oder Ausbildungstochter

Habe eine Sommeraison in Kurort der Deutschschweiz gemacht. Welschland bevorzugt, um französische Sprache zu vervollkommen. Geil. Offerte unter Chiffre K. L. 2237 an Hotel-Revue, Basel 2.

## Etalissement médical demandé

## Chef de réception - Caissier

collaborateur de la direction. Bon correspondant, français, allemand, si possible anglais. Bonne culture générale et expérience de l'hôtellerie exigées. Place stable bien rémunérée. Offres manuscrites avec copies de certificats et photographie sous Chiffre E. M. 2218 à la Revue Suisse des Hôtels & Hôtels.

Gesucht per sofort:

## Fräulein

Mit Bureaupraxis, zur Mithilfe in der Buchführung und für allgöhrliche Büroarbeiten (Maschinenbuchhaltung). Schriftliche Offerten mit Referenzen an Buchhaltung, Buffet SBB, Basel.

23jährige, gut präsentierende, tüchtige

## Serviertochter

mißkundig; deutsch, franz. und englisch sprechend, sucht Engagement für Winteranson als

## zweite Barmaid oder Bar-Serviertochter

Bevorzugt Bündlerland. Offerten an Gertrud Siegrist, Tea-room-Bar, Muraltal-Lozorno.

GESUCHT

## I. Buffetdame - Gouvernante

als Stütze der Hausfrau. Offerten mit Photo und Zeugnisabschriften unter Chiffre B. G. 2243 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

Junge Hotelssekretärin, die sich weiter im Hotelfach ausbilden möchte, sucht Stelle auf anfangs Januar in grösseres Stadthotel als

## Aide Gouvernante d'étage

## Aide Gouvernante d'économat

eventuell

## Direktionssekretärin

Offerten unter Chiffre S. H. 2238 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

## Je früher

wir im Besitze Ihres Inserates sind, desto mehr Sorgfalt können wir für dessen Ausführung verwenden

## Propagande hôtelière

1 x 6 x 10 cm

Nous donnons ci-dessous la traduction de quelques extraits du remarquable exposé fait par M. H. Weissenberger, Hotel Glockenhof Zurich, lors du cours de propagande hôtelière donné à St-Gall les 25 et 26 novembre, sous l'égide du Séminaire du tourisme de l'Ecole des hautes études commerciales de St-Gall. Nos lecteurs trouveront ci-après un bref compte rendu à ce sujet et, pour de plus amples détails, nous les renvoyons à la partie allemande de ce numéro. Nous reviendrons peut être à l'occasion sur l'une ou l'autre des conférences faites à ce cours (Réd.)

L'expérience a prouvé que pour diriger parfaitement une entreprise industrielle, il fallait unir la théorie à la pratique. Ceci est vrai dans l'industrie hôtelière également, et les communautés pour l'échange d'expériences qui fonctionnent depuis quelques années en sont le vivant témoignage. Elles permettent en effet d'avoir une meilleure vue d'ensemble de la structure et des possibilités de rendement de nos établissements. Si des analyses d'exploitation sont utiles elles ne prennent toute leur valeur que comparées à celles d'entreprises semblables. Ces vérités sont spécialement valables dans le vaste domaine de la publicité.

### Budget de publicité

Chaque entreprise devant faire un budget de publicité, on se demande aussitôt quel est le montant des sommes qu'un établissement peut ou doit consacrer à sa propagande pour avoir quelque chance de succès, et pour qu'il n'y ait pas disproportion avec les autres dépenses d'exploitation.

Voyons par quelques chiffres ce qui se faisait autrefois dans ce sens. D'une manière générale, il convient de remarquer que l'on dépense souvent trop et surtout d'une manière trop irréflective, plutôt que trop peu. Selon des statistiques de la Société suisse des hôteliers, il est établi qu'en 1894 les dépenses de publicité s'élevèrent à fr. 1,351,683.—, soit fr. 15,29 par lit ou 14 cts par nuitée, ce qui représentait le 0,8% des recettes. En 1912, ces dépenses étaient de fr. 4,957,087.—, soit fr. 29,40 par lit, 26 cts par nuitée ou le 2% des recettes. De ce fait les dépenses de publicité avaient augmenté de 266% alors que le nombre des nuitées passait de 9,506,000 en 1894 à 19,400,000 en 1912, accusant une augmentation de 104%. 18 ans plus tard, le Dr Münch constatait que les frais de propagande étaient de 40,70 par lit ou 49 cts par nuitée, soit 2,49% des recettes. Enfin d'après les études du Dr Gurtner faites en 1937, la publicité absorbait 42 cts par nuitée, c'est-à-dire le 2,16% des recettes.

Comme pendant cette période de 25 ans les dépenses de propagande ont constamment augmenté, alors que le nombre des nuitées diminuait, il était clair que la réclamation *manquait son but*, d'une part parce que les moyens employés étaient probablement faux, d'autre part parce qu'on faisait de la publicité à tort et à travers sans en observer l'efficacité et les résultats. La publicité hôtelière doit donc faire l'objet d'attentives observations et de contrôles constants si l'on veut que les sommes qui lui sont consacrées soient judicieusement employées et non dépensées en vain.

Les chiffres de 0,8 à 2,49% des recettes sont des moyennes générales, et il est évident que le pourcentage varie fortement suivant le genre ou la catégorie d'entreprise. On peut donc dire que les frais de propagande varient entre 1 et 5% des recettes. Une enquête faite récemment auprès d'hôtels saisonniers a enregistré des dépenses de réclamation de 2-3%, alors que pour un hôtel de sport d'hiver on constatait qu'elles atteignaient le 6,7% des recettes.

Les deux communautés pour l'échange d'expériences dépendent en moyenne en propagande pour la catégorie de prix de chambre fr. 4,50/6.—, 0,6 à 1,0%, et pour la catégorie de prix de chambre fr. 6/8.—, 0,9 à 1,9%.

Il est donc impossible de fixer un pourcentage ayant une valeur d'application absolue. Tout dépend des conjonctures, de la propagande faite par les institutions officielles et d'autres facteurs variables concernant certaines régions ou entreprises particulières. Ce qui est important, c'est que si l'on commence par une action de propagande provoquant des dépenses de l'ordre de 3 à 5% des recettes, les frais doivent diminuer constamment pour ne plus atteindre finalement que le 1% environ, mais à condition que cette action ait donné des preuves de sa valeur et de son efficacité.

Autrefois l'on se contentait de mettre tous les frais de publicité en un compte *réclame*, ce qui compliquait les contrôles. On ne saurait donc trop recommander de recourir maintenant aux différents *sous-comptes prévus par le plan comptable normalisé de l'hôtellerie suisse*.

### Contrôles

S'il convient de contrôler exactement les dépenses de propagande, il faut aussi surveiller attentivement la propagande elle-même, le matériel dont on dispose et, surtout, le résultat de cette propagande.

On tiendra un compte spécial des *annonces de presse* donnant, outre les indications comptables, tous renseignements sur les journaux dans lesquels ont paru les annonces (date, tirage, format de l'annonce etc.). On ne négligera pas non plus la surveillance des *clichés*; puisqu'il s'agit d'un matériel coûteux, il faut que l'on connaisse toujours le nombre de clichés dont on dispose et que l'on sache exactement où ils se trouvent.

Des *inventaires* semestriels ou annuels donneront également des indications sur le nombre d'imprimés divers (prospectus, plaquettes, etc.) que l'on a encore en réserve. Mais ce qu'il faut surtout connaître c'est l'*efficacité de la propagande faite*. Le but que nous poursuivons est d'accroître la fréquence de l'entreprise et les dépenses que nous effectuons pour cela doivent absolument être compensées par des succès concrets. Suivant les circonstances, ceux-ci ne se révèlent pas immédiatement et il faut un certain temps pour pouvoir apprécier l'effet de la publicité.

Il s'agit donc de contrôler l'effet des annonces de journaux, des actions de propagande spéciales, de l'envoi direct de prospectus, d'attentions spéciales faites à certains clients, de même que le résultat des circulaires et des voyages de propagande.

Les *tableaux et graphiques de statistiques* seront encore le meilleur moyen de contrôle, car c'est eux qui donnent la meilleure vue d'ensemble du résultat et qui permettent le mieux de faire des comparaisons.

Pour le contrôle de la *propagande directe*, on aura par contre recours à une *cartothèque des clients* et à une *cartothèque de publicité*. On ne conçoit pas d'ailleurs qu'il soit possible de donner un caractère individuel à la réception sans une telle cartothèque.

Chaque hôte probable aura donc une carte de publicité dans laquelle on notera, non seulement son adresse et son état-civil, mais des indications relatives à la manière dont son adresse a été obtenue, au matériel de propagande qui lui a été envoyé et la date à laquelle cet envoi a été fait. Au moment où l'un de ces clients commandera effectivement une chambre et arrivera à l'hôtel, on fera passer la carte de la cartothèque de publicité dans celle des clients. La *carte du client* contiendra encore des renseignements particuliers sur la chambre occupée, les désirs exprimés, ou des indications personnelles telles que date de naissance, etc. En surveillant la cartothèque, on pourra par exemple envoyer des vœux pour l'anniversaire de l'hôte. Une telle cartothèque représente un capital qui est trop souvent

négligé et qui contribue énormément à réduire le budget publicité.

Lors de l'envoi des circulaires dans certains endroits, on cherchera à établir la proportion entre les chambres effectivement commandées par les personnes qui ont reçu la circulaire et le nombre des dites circulaires adressées. En faisant ce petit travail pendant plusieurs années, on finira par connaître exactement les localités dans lesquelles il convient d'intensifier la publicité, celles dans lesquelles on peut la réduire ou la modifier.

Du point de vue publicité, ce qui est important c'est de savoir ce qui a engagé le client à descendre dans notre maison plutôt que chez un concurrent. La méthode la plus simple pour cela est de poser directement la question à l'intéressé, ce que l'on fera soigneusement discrètement au cours d'une conversation, ou ce que l'on fera faire par le personnel supérieur (concierge, maître d'hôtel, gouvernante). Dans les maisons de passage, les établissements saisonniers, où l'hôtelier et son personnel sont moins en contact avec les hôtes à cause de la brièveté de leur séjour, on pourra déposer dans la chambre un *petit bulletin* priant l'hôte de répondre par écrit à cette question. On peut demander par exemple: Etes-vous descendu chez nous sur recommandation d'un ancien client, d'un médecin, d'une agence de voyages? Le nom de notre hôtel vous a-t-il été signalé par une annonce, une affiche, un prospectus? On posera en outre des questions subsidiaires telles que: nom du journal dans lequel vous avez lu notre annonce, nom du médecin, du client etc.? Ces renseignements seront enregistrés sur des listes ou tableaux et les totaux seront transformés en pourcentage. C'est ainsi que, dans une *station*, on a constaté que le 35% des hôtes étaient des anciens clients, que le 22% étaient venus sur recommandation de médecins suisses, 5% sur recommandation de médecins étrangers, 16% sur recommandation d'anciens clients et 8% avaient lu des annonces parues.

Ces pourcentages amènent à constater que d'importantes dépenses d'annonces n'ont amené que le 8% des clients et que la documentation envoyée aux médecins s'est révélée fructueuse. Ils mettent en évidence les avantages et les inconvénients de telle ou telle publicité.

On fera bien aussi de comparer les observations faites au sujet du résultat de la propagande avec la statistique des arrivées et des

nuitées de la ville ou de la station où se trouve l'établissement. Cela donne de précieuses indications sur l'attrait que présente la maison pour certaines catégories d'hôtes (nationalité, etc.). Cette comparaison nous donnera souvent la preuve que notre politique publicitaire est judicieuse.

On pourra encore établir une statistique des hôtes d'après leur lieu d'origine et d'après le moyen de locomotion qu'ils ont utilisé pour venir dans l'endroit en question (chemin de fer, auto, avion), car on aura aussi des précisions sur l'efficacité de certaines propagandes.

Pour les commandes venant d'agences de voyages, on tiendra compte des commissions payées, de la réclamation supplémentaire faite dans les guides ou autres publications de ces agences, des frais des voyages de propagande, et, si l'on constate que les dépenses publicitaires de cet ordre atteignent environ le 30% des recettes, on aura la preuve que l'une ou l'autre de ces relations n'est pas intéressante.

En résumé il est utile d'établir toutes sortes de statistiques et chacune pourra fournir des indications de valeur. On ne peut les énumérer toutes, car il appartient à chaque entreprise de voir celles qui peuvent lui rendre les plus grands services. Mais enfin, chaque établissement aura avantage à déterminer la durée de séjour par nationalité ou, pour les hôtels des villes, par profession. Ces renseignements seront en effet précieux, non seulement pour la publicité, mais pour la manière de gérer l'entreprise.

Ces quelques explications ne donnent qu'une faible idée de l'exposé complet de M. Weissenberger qui a fourni encore maints détails complémentaires ou explications sur lesquelles nous ne pouvons nous attarder faute de place. Nous espérons simplement avoir donné une idée de la *moyenne des sommes* qu'il convient de consacrer à la propagande, et un aperçu de quelques *moyens de contrôle*. Comme l'a dit M. Weissenberger, en terminant: il ne faut pas en conclure que chaque hôtel doit ouvrir un nouveau bureau pour son département publicitaire. Rome n'a pas été bâtie en un jour et les renseignements ci-dessus constituent principalement des directives que l'on observera suivant les besoins, au fur et à mesure que l'on développera ou complètera l'administration de son hôtel. Toutes ces mesures ne poursuivent en définitive qu'un but: *réduire les dépenses de publicité* en donnant à celle-ci son maximum d'efficacité.

2 x 49 p. 1

## Problème de la main-d'œuvre et contrat collectif de travail

Après une longue interruption, les discussions entre l'Union Helvetia et la Société suisse des hôteliers sur des questions intéressant les deux parties viennent de reprendre et, au cours d'une séance tenue récemment à Berne, les délégations des employeurs et des employés ont délibéré sur la situation du marché du travail, sur les contrats collectifs de travail, sur l'adaptation des revenus du personnel à salaire fixe, et enfin sur les mesures à prendre afin de relever la qualité de nos collaborateurs.

La pénurie de personnel dont souffre l'hôtellerie est la source de multiples tracés pour nos entreprises, car pour pouvoir administrer convenablement un hôtel, il est indispensable d'avoir des employés en nombre suffisant. C'est pourquoi les employeurs voudraient que les demandes relatives à l'entrée en Suisse de main-d'œuvre étrangère puissent être liquidées rapidement. Du côté suisse, il faudrait que l'on tienne compte de cette revendication simplifiant comme il convient les formalités nécessaires pour que les employés de l'hôtellerie venant de l'étranger obtiennent facilement l'autorisation d'entrer et de travailler dans notre pays. Il s'agit d'engager en même temps des négociations dans le même sens avec les autorités italiennes. Faisant preuve d'une parfaite compréhension pour la situation générale du marché du travail, l'organisation du personnel insiste cependant pour que, pendant les entre-saisons, l'on engage de préférence des employés suisses. C'est en effet en contrôlant exactement le marché du travail que l'on parviendra à éviter le chômage au personnel indigène. L'absence de documents statistiques précis sur le nombre des employés étrangers occupés dans notre pays complique ce contrôle. L'Union Helvetia reconnaît la bonne volonté de la S.S.H. qui ne veut nullement porter préjudice au personnel suisse, mais les méthodes aux quelles recourent certains établissements ne confirment pas toujours cette bonne volonté. Il est évident que tous les abus, qu'ils soient commis par des employeurs ou des employés, doivent être combattus.

La question de principe soulevée au sujet d'un contrat collectif de travail national permet de prendre connaissance des positions réciproques. Jusqu'à présent, il n'existe que des contrats locaux et régionaux, mais leur multiplicité et leur diversité sont la cause d'une grande incertitude et expliquent que certaines dispositions propres à protéger le personnel ne soient pas toujours respectées. Seul une réglementation uniforme permettra à tous les employés de bénéficier dans une égale mesure de cette protection sociale. Une réglementation uniforme ne se conçoit que sous forme d'un contrat de travail national. Une commission d'études de la S.S.H. a élaboré un projet de discussion. D'après celui-ci, le champ d'application est divisé en 5 zones et il est prévu différentes catégories d'entreprises d'après le nombre des employés occupés. Du côté des employeurs, on estime qu'il serait possible d'établir un contrat collectif de travail national tenant judicieusement compte des différentes conditions d'exploitation de l'hôtellerie urbaine et rurale, ainsi que des entreprises annuelles et saisonnières. Les salaires et les prestations accessoires seraient réglés par une convention complémentaire. Il s'agit de réglementer d'une manière nouvelle le principe des conditions de travail dans l'hôtellerie, afin d'avoir pour l'avenir une base solide de collaboration, non seulement entre les associations, mais entre patrons et employés. Les représentants de l'Union Helvetia se déclarent d'accord, sous certaines conditions, d'examiner le projet en question dès qu'ils l'auront reçu.

Le problème de l'adaptation des revenus du personnel à salaire fixe est extrêmement difficile à résoudre. Les deux parties conviennent de la nécessité qu'il y avait pour elles de continuer à s'occuper de la chose. Les plaintes sur le niveau moral des employés et sur la valeur des prestations qu'ils fournissent sont malheureusement souvent justifiées. Les exigences des employés sont parfois en rapport inverse de la qualité de leur travail. Pendant la

crise et la guerre, l'hôtellerie a perdu nombre de bons employés. Il convient donc de chercher les moyens propres à combler les lacunes actuelles. Mais il faudra faire de gros efforts pour former en suffisance des collaborateurs qualifiés. Il serait indiqué surtout de faciliter l'avancement des bons employés. Malgré la communauté domestique qui est de règle dans l'hôtellerie, patrons et employés suivent souvent des routes trop divergentes. Les prescriptions relatives à la formation des apprentis doivent être mieux observées. Beaucoup de patrons se plaignent amèrement de la pénurie de personnel, mais ne se soucient pas de former eux-mêmes des apprentis. Dans de tels cas, les lamentations ne servent à rien, c'est des actes qu'il faut.

Cette réjouissante conférence entre la délégation de la Société suisse des hôteliers présidée par le Dr F. Seiler, président central, et celle de l'Union Helvetia dirigée par M. Scheuch, président de la direction générale, permet d'espérer une fructueuse collaboration entre les deux organisations.

### Mouvement hôtelier en septembre 1946

Depuis la fin de la guerre en Europe, le nombre des nuitées dans les hôtels, pensions, sanatoriums et établissements de cure a régulièrement augmenté de plus de 20 pour cent par rapport au mois correspondant de l'année précédente. Le mois de septembre est le premier de l'après-guerre à accusé une hausse inférieure à ce chiffre. Cette régression relative — l'augmentation reste encore de 13 pour cent — est due au fait que l'affluence étrangère s'est quelque peu ralentie à la fin de l'été; en outre c'est la première fois, depuis mars 1941, que les nuitées d'hôtes suisses se trouvent moins nombreuses que douze mois auparavant, la diminution étant de 29000 nuitées ou de 2 pour cent.

### Mouvement hôtelier au mois de septembre 1945 et 1946

Année	Arrivées d'hôtes domiciliés			Nuitées d'hôtes domiciliés		
	en Suisse	à l'étranger	Total	en Suisse	à l'étranger	Total
<b>Hôtels, Pensions</b>						
1945	318 985	180 461	499 446	1 216 587	362 934	1 579 521
1946	308 118	147 647	455 765	1 192 854	577 754	1 770 608
<b>Sanatoriums, Etablissements de cure</b>						
1945	3 312	710	4 022	204 670	65 633	270 303
1946	3 230	863	4 093	199 544	117 581	317 125
<b>Total</b>						
1945	322 297	181 171	503 468	1 421 257	428 567	1 849 824
1946	311 348	148 510	459 858	1 392 398	695 335	2 087 733

1 y compris les patients du Don suisse.

### Hôtels et pensions

Dans les hôtels et pensions, le nombre des arrivées s'est réduit de 43 700 ou 8,7 pour cent, tandis que celui des nuitées s'est accru de 101 000, soit donc « seulement » de 12 pour cent. La hausse du total des nuitées, jointe à la baisse du chiffre des arrivées, implique une prolongation de la durée moyenne des séjours; cela provient de ce que les permissionnaires américains — dont le séjour est de courte durée — se font rares et que les hôtes permanents exerçant une profession sont plus nombreux.

Dans les hôtels et pensions, la réduction du total des nuitées d'hôtes indigènes est de 24 000 (2 pour cent). Le nombre des nuitées d'étrangers, en revanche, s'est élevé d'un peu plus de la moitié (augmentation: 215 000 nuitées ou 59 pour cent), bien que les permissionnaires américains n'eussent, avec 44 000 nuitées, guère dépassé le sixième du chiffre atteint il y a un an. Les militaires d'outre-Atlantique ont été remplacés surtout par les Anglais, dont les nuitées, au cours de ce mois déjà, sont sensiblement plus nombreuses qu'en septembre 1937. Il en est de même pour les hôtes de Belgique et du Luxembourg, qui ont apporté presque quatre fois plus de nuitées qu'en ce même mois d'avant-guerre. Le gain de nuitées a profité aussi bien aux hôtels qu'aux pensions ces dernières accusent comme de coutume un taux d'occupation (45,7 pour cent) considérablement plus élevé que les hôtels (33,7 pour cent).

L'évolution est assez diverse suivant les régions. Dans les cinq plus importantes régions de villégiature et dans les Alpes vaudoises, comme aussi dans le nord-est du Plateau et le Jura, qui sont des centres de l'industrie et des affaires — le nombre des nuitées a augmenté de 10 à 26 pour cent; une régression est notée, en revanche, dans le Valais, la Suisse orientale et l'ouest du Plateau. Presque partout, les hôtes du pays ont fourni moins de nuitées qu'il y a un an.

Le taux d'occupation a été le plus favorable, comme il est normal à cette époque, au Tessin et dans la région du Léman, où les trois quarts environ des possibilités d'hébergement ont été utilisées. Le sud du pays a enregistré 5000 nuitées (23 pour cent) de plus qu'il y a un an, et cela grâce à une augmentation de 238 pour cent du total des nuitées d'étrangers. De meilleurs résultats ont également été relevés aux abords du Léman (augmentation du nombre des nuitées: 14 pour cent), malgré la diminution de 11 pour cent de l'apport indigène. Lugano et Locarno ont bénéficié d'une augmentation du total des nuitées de 26 et 22 pour cent. Dans la région du Léman, Montreux accuse le plus fort accroissement relatif (35 pour cent).

La reprise observée jusqu'ici dans les grandes villes s'est quelque peu ralentie. Seul Zurich annonce une augmentation de 20 pour cent sur le total des nuitées et accuse le taux d'occupation le plus élevé. Genève vient au deuxième rang, tandis que Bâle demeure la moins fréquentée.

### Sanatoriums et établissements de cure

Dans les sanatoriums et établissements de cure, le gain de nuitées (17,3 pour cent) a été un peu moins marqué que dans les hôtels et pensions. L'augmentation de 47 000 nuitées est essentiellement due au développement du Don suisse, qui en fournit à lui seul 42 000.

## Chronique

### Cours de propagande hôtelière

Le séminaire du tourisme de l'Ecole des hautes études commerciales de l'Université de St-Gall avait organisé un cours de propagande hôtelière qui s'est déroulé les 25 et 26 novembre à St-Gall. Les directeurs de ce séminaire s'étaient assurés la collaboration de la Société suisse des hôteliers et du séminaire économique pour le commerce et la propagande de l'Ecole des hautes études commerciales de St-Gall.

L'opportunité de ce cours a été démontrée par la présence de quelque 120 participants qui ont jugé utile de se renseigner sur la théorie et la pratique de la propagande hôtelière. On sait en effet combien celle-ci est délicate et difficile à faire judicieusement, et quelles sommes certaines entreprises y consacrent, sans toutefois que leurs efforts soient couronnés de succès.

Le cours qui avait lieu dans l'aula de l'Université de St-Gall fut ouvert par deux allocutions, l'une de M. Th. Keller, recteur de l'Université, et l'autre par le professeur Hunziker, directeur du séminaire du tourisme.

La première conférence fut tenue par le professeur A. Lisowsky, chef du séminaire de propagande qui parla d'une manière plutôt théorique de l'importance et du rôle de la propagande hôtelière en général, et de ses aspects particuliers, puisqu'elle doit tenir compte de la psychologie du client.

Puis le Dr R. C. Streiff, chef du Bureau central de la S.S.H., développa ce vaste thème: «La propagande hôtelière personnelle». Celle-ci s'adresse à des personnes déterminées et englobe la propagande indirecte qui trouve sa forme dans un service tenant le plus possible compte des désirs et goûts des clients. C'est par contre une mauvaise méthode que de vouloir à tout prix assurer un client par des promesses que l'on sait d'avance ne pouvant tenir. La manière dont le client sera servi, entouré, la composition des repas, la façon dont ses ordres seront exécutés sont des facteurs propices à créer une atmosphère agréable qui engagera le client à revenir. Mais dans ce domaine aussi il ne faut point exagérer et n'agir que selon des principes commerciaux bien établis. Si l'on a tout avantage à créer une ambiance agréable, on ne saurait par contre exécuter aveuglément et sans contrôle-tout les ordres des hôtes. Il faut qu'ils sachent aussi que l'hôtelier a des obligations à remplir à l'égard de ses fournisseurs, créanciers, etc. C'est précisément dans cette propagande indirecte personnelle que

l'hôtellerie suisse affirme une certaine supériorité sur l'étranger, et il faut qu'elle continue à maintenir son avance dans ce domaine.

M. Karl Erny, conseiller de publicité, parlant de la réclame d'hôtel et de ses moyens traita le sujet de la propagande impersonnelle. M. Erny énuméra en les commentant ces moyens de propagande qui vont de l'étiquette qui est apposée sur les valises à l'affiche, en passant par les annonces, les prospectus, etc. Il s'attarda surtout sur les propriétés techniques de ces moyens de réclame.

M. S. Bittel, directeur de l'office central du tourisme, établit la différence entre les tâches de la propagande individuelle et de la propagande collective. On put conclure de ses explications que la propagande collective joue un rôle essentiel à l'étranger où la propagande ne saurait jamais avoir une action aussi efficace. Aujourd'hui spécialement, puisque la concurrence internationale a devenir de plus en plus intense, il convient d'appuyer la propagande collective régionale et locale dont on ne saurait se passer par une propagande nationale toujours plus intense.

A la fin de la première journée les participants eurent l'occasion de voir des films fournis par l'office central suisse du tourisme, films qui illustrèrent bien les explications qui avaient été données.

Au cours du deuxième jour, on entendit encore 2 conférences. L'une de M. A. Wirz, conseiller en publicité de Zurich, sur l'organisation commerciale de la publicité hôtelière, soit sur le programme et le budget de propagande. Il insista sur l'importance qu'il y avait de la prospection du marché et quels sont les moyens de propagande (annonces, affiches, lettres), qui sont les plus indiqués suivant les cas. L'autre de M. Weissenberger, Hotel Glockenhof à Zurich, dont nous avons résumé les intéressantes explications dans notre article de fond.

Les participants eurent enfin l'occasion de visiter l'imprimerie Zolliker & Cie et la lithographie Eidenbens-Str. à Cie à St-Gall, ainsi qu'une exposition de la propagande hôtelière faite par l'hôtellerie de Suisse orientale, autrefois et aujourd'hui.

### Vente de l'Hôtel Métropole à Genève

Les nouvelles les plus extraordinaires et les plus bruits les plus divers ont couru ces derniers temps dans la presse et dans le public au sujet de la vente de l'Hôtel Métropole à Genève qui, comme on le sait, avait été racheté par la Ville, afin d'être conservé à l'hôtellerie. On se demandait si la Ville de Genève entendait exploiter elle-même cette entreprise, si elle voulait l'affirmer ou si elle comptait la vendre.

Comme Genève manque de lits, les hôteliers de la ville étaient absolument d'accord que l'on rende l'Hôtel Métropole à sa destination première, mais ils craignaient cependant un peu la concurrence directe de la Ville. Des lors, le conseil administratif n'avait plus que deux solutions à envisager. La première était de remettre l'immeuble en état, de le rénover et de l'affirmer à une société hôtelière qui en assurerait l'exploitation. Mais il fallait engager beaucoup d'argent, puisque l'étude des travaux nécessaires, qui auraient été à la charge de la Ville, ont été budgétés comme suit: transformations et aménagements: fr. 1 400 000.—; réfection des façades: fr. 300 000.—; honoraires des architectes: fr. 100 000.—; imprévus: fr. 200 000.—, soit au total 2 millions.

Que pouvait compter recevoir la Ville pour les capitaux investis, qui auraient été en définitive de 3,4 millions (valeur vénale de l'immeuble 1,4 millions, remise en état 2 millions). On envisageait un loyer annuel de 13% avec un minimum de fr. 500 000.— et un plafond de fr. 1 500 000.—, ce qui correspondait dans le cas le plus favorable à un rendement d'à peine 4,5% et, en cas de crise, d'environ 1%. L'affaire n'était donc pas intéressante au point de vue financier et le seul avantage aurait été que le groupe qui faisait une telle offre — groupe constitué par des personnalités genevoises et représenté par un hôtelier — offrirait toutes sécurités, puisqu'il se présentait avec un capital d'un million et que l'on avait la certitude que l'entreprise serait gérée selon la meilleure tradition touristique et hôtelière de Genève, pour la plus grande satisfaction des hôtes.

Mais devant la somme de capitaux à engager, le Conseil administratif a préféré prendre en considération une offre d'achat qui se présentait dans les conditions suivantes:

1. Vente au comptant au prix de fr. 1 400 000.—;
2. inscription d'une servitude perpétuelle d'affectation à l'hôtellerie, en faveur de la Ville;
3. droit de préemption, en cas de vente, en faveur de la Ville;
4. l'hôtel est vendu dans son état actuel;
5. l'hôtel devra être ouvert à l'exploitation le 1er juin 1947.

Les conditions énumérées plus haut, et qui seront insérées dans l'arrêté municipal et dans l'acte de vente, constituent des garanties non négligeables.

Les acheteurs admettent l'inscription, en faveur de la Ville, d'une servitude perpétuelle d'affectation à l'hôtellerie, d'un droit de préemption en cas de vente et donnent toute certitude que la société qui sera formée pour exploiter l'hôtel comptera des personnalités suisses et en partie même spécifiquement genevoises, que l'hôtel sera organisé selon les méthodes suisses en usage et dirigé par un hôtelier suisse ayant fait ses preuves à la tête de grands établissements similaires.

Ce projet de vente a été ratifié par le Conseil municipal et l'on peut donc déclarer l'affaire faite. Les intéressés ont confirmé qu'ils entendaient tout mettre en œuvre pour que le nouvel Hôtel Métropole soit un établissement de premier ordre donnant toute satisfaction à la clientèle aisée qu'il s'agit de retenir le plus possible à Genève. Tous les travaux à exécuter ont déjà été étudiés dans les moindres détails et plus d'un million y sera consacré. D'autre part, les preneurs entendent demeurer fidèles à leurs engagements, y compris celui qui leur impose l'ouverture de l'établissement en juin prochain.

## Trafic et Tourisme

### L'abonnement de vacances et le billet du dimanche pendant l'hiver 1946-47

Cet hiver, l'abonnement de vacances sera émis du 14 décembre au 31 mars, et les billets du dimanche du 14 décembre au 30 mars. Le minimum de prix fixé pour ces derniers est baissé à fr. 3,50 en 3e classe.

Pendant les fêtes de Noël et du Nouvel-An, les billets du dimanche pourront être utilisés du mardi au jeudi pour l'aller, et du mercredi au vendredi pour le retour.

On avait pu dire que vu le trafic énorme auquel ils auraient à faire face cet hiver, vu la reprise du trafic international, les C.F.F. hésitaient à accorder les billets du dimanche, pour la prochaine saison. Comme le prouve le communiqué ci-dessus, il n'en est heureusement rien et tous les milieux touristiques se réjouiront de la réintroduction de cette facilité de voyage.

## Nécrologie

### Madame Marie Biselx †

C'est avec tristesse que nous apprenons la nouvelle du décès de Madame Marie Biselx, épouse de M. Ulrich Biselx, propriétaire de l'Hôtel du Glacier, à Champex. Nous présentons à ce fidèle membre et à sa famille nos sincères condoléances pour le deuil cruel qui vient de le frapper.

### LA G<sup>de</sup> CHARTREUSE

doit sa finesse et son arôme à son séjour prolongé dans les foudres anciens

Agent général: P. F. Navazza, Genève

**NEUCHÂTEL CHÂTENAY**  
la marque des bons hôtels...

### Suche Stelle als Hilfs- oder Etageportier

32 Jahre, fließend Deutsch, Franz., Engl., intern. Referenzen. Offerten unt. Chiffre B. H. 2189 an Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

## Tapis

*pour Hôtels*

Notre stock est intéressant en

MILIEUX, PASSAGÈS, DESCENTES dans tous les genres, Orient et mécanique.

Nous sommes à votre entière disposition pour vous soumettre échantillons, choix et devis.

Notre souci constant est de vous donner satisfaction par un service consciencieux et des prix avantageux.



**P. König & Cie.**

Tapis - Linoleum - Parquet-liège  
Lausanne

Bat. Ciné Rex, Petit-Chêne, Tel. 2 55 41

### Orchestre

gut eingespielt für Konzert und Tanz sucht kurzes Saisonengagement. Offerten an Kapellmeister, Beulster, 8, Zürich 7, Tel. 324282.

### Demoiselles belges

Education et présentation parfaites, références nombreuses, désirent en Suisse romande emploi Tea-room ou similaires. Intérieur ou externes. Ecrire conditions et détails Ledoux F., Rue de Rybsbroeck 35, Bruxelles.

Fräulein mit guter Allgemein- und Handhablung sowie Praxis, sucht Saisonstelle als

### Hotel-Sekretärin

in Winterkurort. — Offerten unter Chiffre O 61824 G. an Publicitas St. Gallen.

### Jeune cuisinier

sortant de l'école de recettes, cherche pour de suite ou à convenir, place dans bon restaurant ou hôtel de passage.

Faire offre sous chiffre R. R. 2178 à la Revue Suisse des Hôtels à Bâle 2.

On cherche place pour jeune homme, ayant fréquenté l'école secondaire, comme

### apprenti cuisinier

dans la Suisse française. Entrée après Piquès. S'adresser à famille Frit, Châz, z. Bergman, Reidenbach-Bolligen (Bern).

### Aus Privatbesitz!

## Perserteppich

Machal, 7 x 4,25 m, noch gut erhalten, 800 Fr.;

Originalgemälde, Vasen, Uhren, alte Stilmöbel, Porzellan und vieles andere preiswert zu verkaufen.

Offerten unter Chiffre S. B. 2182 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

## Hotel-Restaurant ADLER, Interlaken

zu verkaufen

Grosser Theatersaal und Dancing, Zentrale Lage. Seit 20 Jahren in gleichem Besitz. Gute Aussichten für jüngeren, initiativen Käufer. Anfragen erbeten an Frau E. Kurzen-Géty, Hotel-Restaurant Adler, Interlaken.

Gesucht in grösseres Passantenhotel in Zürich jüngerer

## Chasseur - Telefonist Tournaert

Eintritt sofort oder nach Uebereinkunft. Bewerber mit erstklassigen Referenzen wollen sich melden unter Chiffre H. Z. 2206 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

## Thon

in Olivenöl, mild und weiss

spanisch, Büchse à 1,6 kg nur Fr. 15.—

Madeira, „ à 4,6 kg p. kg Fr. 7.60

## Sardinien

in Olivenöl, die vorteilhafte Hotelpackung

1/2 Büchse (14-16 Fische) per Bz. Fr. 3.30

Verlangen Sie unsere Preisliste für weitere Artikel, die Sie interessieren.

Mit bester Empfehlung

**PETER & KUNZ**

Kolonialwaren en gros

Zürich 11

Telephon 46 70 10.

## Hôtel

de bonne renommée à remettre dans centre industriel du Jura (Suisse romande). Eventuellement

Gérance

avec apport de fonds. Offres sous Chiffres P 11084 N à Publicitas S.A. La Chaux-de-Fonds.



**Glasbecher - Import aus Belgien**

Die Becher der berühmten Weltmarke DUR-O-BOR sind in der Schweiz eingeführt. Diese Gläser sind ganz besonders beliebt wegen dem hygienischen, splittericheren Rand, deren grossen Widerstandsfähigkeit gegen Hitze und Bruch, sowie der sorgfältig entworfenen Formen.

# DUR-O-BOR

GESETZLICH GESCHÜTZTE MARKE

Verlangen Sie von Ihren Lieferanten die Marke "DUR-O-BOR"



## CAVIAR RUSSE

Importé par nous-mêmes

Envoi de confiance

Prière de demander des offres

**TREBLA S. à R. L. ZÜRICH**  
4, Stampfenbachplatz, Tel. 28 69 10



## BELLINO Vermouth

DORATO E BIANCO

Pour la Suisse: RAISIN D'OR S.A. CHEZ-LE-BART (Ntel.)

Für die Dauer von 4 Monaten suchen wir ab sofort für ein sehr gut gehendes und gut ein gerichtetes Hotel in Engelberg mit 60 Fremdenbetten folgendes berufstüchtiges Hotelpersonal

**1 tüchtiges Bureaufräulein**  
mit englischen und französischen Kenntnissen

**1 Küchenchef, 1 Kaffeeköchin**

**1 Obersaalköcher, 2 Lehrköcher**

**2 Zimmermädchen**

**1 Hausmädchen**

**1 Etagenportier, 1 Küchenbursche**

**1 Hausmädchen**

Für sämtliches Personal besteht eine sehr gute Dienstvermittlung. Ferner ist dem Personal geboten, nach Ende der Wintersaison sofort anschliessend bei derselben Gesellschaft die Früh- und Sommersaison in einem grösseren Hotel mitzumachen. Eingezeichnete Zeugnisabschriften und Referenzen erbeten unter Chiffre L. M. 2187 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

Erfahrener und tüchtiger

## Hotelfachmann

40 Jahre alt, mit mitarbeitender Frau, in allen Zweigen des Gastwirtschafsgewerbes versiert, sucht sich ab Frühjahr 1947 zu verändern. In Frage kommt nur selbständige, gute Direktion oder günstige Pacht eines grösseren Unternehmens. Beste Referenzen. Geft. Mitteilungen unter Chiffre H. F. 2088 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

Employé d'hôtel italien, distingué, parlant anglais, français, 18 ans de pratique dans grands hôtels, Angleterre, France, Italie,

## cherche emploi

comme chef de rang secrétaire ou autre. Offres sous chiffre P. L. 21207 L. à Publicitas, Lausanne.

Es werden Stellen gesucht als

**Zimmermädchen**

**Saalköcher**

**Hotelsekretärin**

in Winterkurorte der deutschen u. franz. Schweiz, Weibliche Berufsberatung, Brig, Tel. 31170.

**Gesucht**  
in Hotel der Innerschweiz tüchtige

## Köchin

Etwas Mithilfe im Haushalt erwünscht. Jahresstelle. Offerten mit Zeugnisabschriften unter Chiffre H. J. 2180 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

## Barman

expérimenté, 41 ans, cherche situation pour la saison d'hiver. Ecrire sous chiffre B 82 387 X Publicitas, Genève.

Jünger strebsamer Hotellersohn, welcher den Küchenkurs der Hotelhochschule Lausanne absolviert hat, sucht Wintersaisonstelle als

## Koch-Volontär

(deutsche Schweiz bevorzugt). Offerten an K. Leimgruber, Hotel Schüller, Luzern.

**Gesucht**  
für Wintersaison in Erstklasshotel

## L. Glätterin

Eintritt ab 20. Dezember. Offerten unter Chiffre W. E. 2226 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

**Gesucht**

## Eislauflehrer

Einfach unter Chiffre E. L. 2227 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

**GESUCHT** in grösseres Passantenhotel in Zürich, tüchtiger, jüngerer

## Chef de réception

(Jahresstelle). Guter Korrespondent in Deutsch, Französisch, Englisch und Italienisch. Eintritt sofort oder nach Uebereinkunft. Offerten sind zu richten mit Photo unter Chiffre P. H. 2208 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.



Schutzmarke Gegründet 1908

## KAFFEE \* TEE

Täglicher Versand - Grossrösterer  
Muster bereitwillig

**MAISON « SAO PAULO »**  
CAHEN FILS  
BASEL 9  
Tel. (061) 4 55 67

**Gesucht**  
für Wintersaison 1946/47 (25. Dezember) in grösseres Hotel des Ober-Toggenburgs,

**1 Aide de cuisine**

**1 Buffetköcher**

Offerten unter Chiffre T. B. 2184 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

Hotellersohn, mit Handels- und Hotelsekretärdiplom, sucht Stelle als

## Sekretär-Journalführer

Deutsch, französisch und englisch sprechend. Offerten unter Chiffre H. R. 2188 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.



## CINZANO

der weltberühmte Vermouth aus Turin!

PAULIN POUILLOT S.A., LAUSANNE

**Gesucht für Wintersaison 1 tüchtige nette**

## Saalköcher

Hotel Sport-Hof, Klosters.

28 jährige gut präsentierende Tochter mit Sprachkenntnissen sucht Wintersaison- oder Jahresstelle als

**zweite Barmaid oder**

**Barserviertochter**

Gute Referenzen. Offerten sind zu richten an Madeleine Berger c/o Freitag, Badergasse 9, Zürich 1.

Tüchtige

## Restaurationsköcher

englisch und französisch sprechend, gewandt im gepflegten Service, sucht Stelle in besseres Restaurant, eventl. Wintersaison. Offerten unter Chiffre M. A. 2204 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

On demande

**1 Commis-Tournant**

**1 Commis-Entremetier**

Places à l'année. Adresser offres avec prétentions de salaire au Buffet de la Gare, Neuchâtel.

On cherche pour seconder la maîtresse de maison

**personne de confiance**

Faire offre avec photo, copies de certificats et prétentions à Hôtel des Trois Rois, Le Locle, téléphone 31481. A 1 même adresse on demande un **apprenti de cuisine.**

Bestausgewiesener Hotelfachmann, mit mehrjähriger Auslandspraxis, 4 Hauptsprachen in Wort und Schrift, sucht Stelle als

**Chef de Réception, Sekretär-Kassier**

**Chef de service**

in Wintersporthotel. Offerten erbeten an K. M. poste restante, Montreux.

**Gesucht**  
in Grossrestaurant

## Kellnermeister

Jahresstelle. Offerten mit Zeugniskop. u. Bedingungen gef. unter D 14238 Y an Publicitas Luzern.

Erstklassiger

## Kellner

31 Jahre alt, sucht Engagement für Wintersaison oder ganzjährig (nur in gutem Hause), Sprachen: Deutsch, Französisch, Englisch. Chiffre: „Nur in gutem Hause“ an „Praga“ Praha II, Panska 6.

Jünger, tüchtiger Bursche sucht Stelle zur Erlernung des

**Kellnerberufes**

Der Eintritt könnte auf den 1. Januar 1947 erfolgen. Deutsch u. franz. sprechend. Offerten unter Chiffre OFA 848 Z an Orneli Fusali-Annoncen Zürich, Zürichhof.

Töchter, gewissen Alters, sucht Stelle als

## Anfangs-Bufferköcher

in gutes Haus (absolviertes Servierkurs) Schwestern. Offerten unter Chiffre W. M. 2200 an Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

Jüngerer Bursche sucht

## Kellner-Lehrstelle

Arbeitslohn ein halbes Jahr im Hotelgewerbe. Gute Zeugnisse vorhanden. Eintritt könnte sofort geschehen. Offerten unter Chiffre W. A. 2191 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

**Sekretär**

**Journalführer**

**Kassier**

sucht Stelle für Wintersaison. Geft. Offerten unter Chiffre M. O. 2203 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

Pour raison de santé, à vendre de gré à gré

## Hotel-Restaurant

de vieille renommée, avec agencement et mobilier complets, au centre de localité industrielle du Ct. de Neuchâtel, en bordure de route à grand trafic. 11 chambres, dont 7 à eau courante, chaude et froide, chauffage central, salle de débit, salles de société. Bon état d'entretien. Assurance-incendie: Fr. 70,800.— x 50%. Estimation cadastrale: Fr. 80,000.—. Entrée en jouissance selon entente. Facilités de paiement. Pour tous renseignements, s'adresser à l'étude Max Benoit, notaire, Fleuriot (Neuchâtel), Tél. 9.11.20.

Junge, tüchtige

## Barmaid

sucht Jahresstelle od. Saisonengagement. Barjahre, Mixkurse absolviert. Deutsch, franz. sprechend. Englischkenntnisse. Offerten unter Chiffre H 7386 Y an Publicitas, Bern.

**Hotel-Direktor - Restaurateur**

erfahrener, zuverlässiger Fachmann

sucht Vertrauensposten

Geft. Offerten unter Chiffre H. M. 2822 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

*Sie bauen um?*

DANN ÜBERTRAGEN SIE UNS DIE INDIVIDUELLE NEUGESTALTUNG IHRER HOTELRÄUME

HALLE, BAR, SPEISESAAL UND SCHLAFZIMMER RICHTEN WIR ELEGANT UND PREISWÜRDIG EIN

**Hartmann Meer**

KUNSTHANDWERKSTÄTTEN FÜR MÖBEL U. INNENAUSBAU PERMANENTE GROSSAUSSTELLUNG LUZERN CENTRALSTR.18

**Zu verkaufen**  
an Winter- und Sommerkurort des Oberengadins in nächster Nähe von St. Moritz, altbekanntes

## Hotel-Restaurant

mit zirka 46 Betten (Jahresbetrieb). Das Objekt eignet sich auch als Erholungs- oder Kinderheim. Anfragen von nur kapitalkräftigen Interessenten unter Chiffre S. O. 2207 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

**Teppiche in bester Qualität für das Hotel- und Gastgewerbe**

Beziehen Sie Ihre Teppiche zu Hotelpreisen direkt vom Gross-Importeur. Ich bringe Ihnen stets eine grosse Auswahl in Vorläufen, Läuferten, Umrandungen, sowie in Zimmer- und Hallenteppichen aller Grössen, angefangen von der beliebtesten Strapazierqualität bis zum feinsten Luxusperser. Verlangen Sie unverbindlich Preisofferte.

**Besonders günstiges Angebot:**  
Indische Teppiche, handgeknüpft aus reiner Wolle, in allen Grössen

**H. Schmid, Teppich-Import, ZÜRICH**  
Bahnhofstr. 17, beim Paradeplatz, Telefon (051) 27 28 50  
Engros (mit Verkauf) Giesshübelstr. 62, Telefon (051) 33 13 13

# 3 GRÜNDE

um die Wiederinstandstellung der Silberwaren Ihres Betriebes der Firma

## H. BÉARD S.A., MONTREUX

anzuvertrauen. Ein durch die Firma H. BÉARD S.A. repariertes und neu versilbertes Stück ist einer Neuananschaffung gleichwertig. Hunderte von erstklassigen Referenzen zur Verfügung.

- 40 Jahre Erfahrung
- Erstklassige Neuversilberung, Aufhängestellen durch Eigenverfahren verstärkt
- Handpolitur durch Blutstein




**BÉARD** Fabrique d'argenterie MONTREUX

Dauernde Ausstellung und Bureau: ZÜRICH, BELLERIVESTRASSE 7, TELEFON 32 00 66

## Überlastet ... ?

Der wieder einsetzende Fremdenverkehr bedingt auch mehr Büroarbeit

### ... da hilft Ihnen



**Precisa**  
die Schweizer Addier- und Saldiermaschine von Weltruf!

Verlangen Sie bitte Referenzen und Probestellung durch den Generalvertreter

## ERNST JOST AG

Ecke Bahnhofstrasse/Sihlstrasse 1, Zürich 1  
Telefon (051) 72 23 12.

Im «Bund» Nr. 456 steht im Textteil zu lesen:

Im Säberatsaal werden inständig feine lauten Schritte mehr erdröhnen. Der gefamte Saal ist von der Gitta Geelhaar in Bern mit einem Teppich ausgelegt worden.

**Dieser Auftrag hatte ein lustiges Vorspiel:**

Bereits 1939 wurde von uns der Nationalratsaal mit Spannteppichen neu belegt. Die Herren Nationalräte waren von der schalldämpfenden Wirkung begeistert. Die Säberäte wollten nun auch «in aller Ruhe» debattieren können und reichten eine Petition ein. Um zu sparen, wurde damals abgewartet, aber — «nüt na lah gwint» —

Jetzt endlich haben sie ihn

Wüssten Sie schon, dass Geelhaar für das Belegen grosser Räume mit Teppichen spezialisiert ist? Haben Sie solche Aufgaben zu lösen, bitte setzen Sie sich mit uns in Verbindung.

**Eine «Kleine» Auslese von Aufträgen, welche momentan ausgeführt werden:**

Schweizerische Volksbank — Cinfima Alhambra, Genève — Fluela-Sporthotel, Davos — Hotel Derby, Ostende — Cinfima Metropole, Lausanne — Rif-Hotel, Tanger, Ferner Villen, Geschäftshäuser, Verwaltungen, Privatbüros, Restaurants, Hotels, Bars usw.

**Ein Gang zu Geelhaar lohnt sich!**

*Teppichhaus*



**Geelhaar**  
BERN

W. Geelhaar AG, Bern, Thunstr. 7 (Helvetenplatz)  
Begr. 1869 Tel. 2 10 58

## RENAUD S.A., BALE

LES MEILLEURS CHAMPAGNES  
LES BONNS VINS DE FRANCE  
LES GRANDES LIQUEURS DE FRANCE

*Demandez nos prix courants*

Agents généraux pour la Suisse de

GEORGE GOULET, REIMS  
LANSON PERE & FILS, REIMS  
J. BOLLINGER, AY-CHAMPAGNE

Zur gef. Notiznahme!  
Insertenaufträge belieben man an die Administration, nicht an die Redaktion, zu richten.

### Ausgelernter Zuckerbäcker

mit gutem Zeugnis, 21 Jahre alt, Österreicher, sucht Stelle auch als Hilfskoch. Zuschriften unter „Alexander 4414“ an Werbungsmitlung „Sanko“ Wien, 101, Mariahilferstrasse 206.

## Goldenbohm & Co.

ZÜRICH 8

Dufourstrasse 47, Telefon 32 08 60 und 32 47,75

*Spezialhaus für sanitäre Anlagen*

## Hotel-Journale

(Recettenbücher)

für Pensions- und Passantenhäuser stets am Lager  
Extra-Anfertigung in kürzester Frist

U. B. KOCH'S ERBEN, CHUR  
VORMALS KOCH & UTINGER  
Schreibbüchcherfabrik - Buchdruckerei

## Libby's

feinste californische

Erbsen- und Bohnen-Konserven  
in 700 gr. Büchsen



## HANS GIGER, BERN

Lebensmittel - Grossimport  
Gutenbergstr. 3 - Telefon 227 35

## Hotelbar und Hotelhalle

Die Gruppe „Raumgestaltung“ der kantonalen Landwirtschafts- und Gewerbeausstellung Zürich 1947

(Zuka) wird in ihrer Halle eine Hotelbar, kombiniert mit Hotelhalle, einrichten. Hoteliers oder Restaurateure, die sich für eine geschickte und gediegene Führung dieser Gaststätte als

## Pächter

und eventuell für die Uebernahme des Mobiliars und des Innenausbau nach der Ausstellung interessieren, sind gebeten, sich mit dem Präsidenten der Fachgruppe, F. Huonder, Bahnhof Zürich, in Verbindung zu setzen.



FORMSCHÖNE  
POLSTERMÖBEL  
Sitzstühle - Sessel - Lehnstühle  
KIRCHBERG (ST. ALBAN)

ADRESSENACHWEIS: STRASSE SÖHNE & CO. KIRCHBERG 18

Zu verkaufen fabrikneu

### elektrische Kippbratpfanne

Grösse 100 x 66 cm., 380 V.  
Auskunft erteilt: Tel. 272830 Zürich (während Bureauezeit).



## Schweizer Fische

lebendfrisch, direkt ab See, ganz oder als Filets, liefert täglich

**E. J. FRÈRE**  
PÊCHERIE BROYARDE  
FRIBOURG Tel. 222 42

Ihre Gäste loben Ihr Menu, wenn Ihr Küchenchef „Teiro“, das beste portugiesische

## Tomatenpurée

verwendet. Denn „Teiro“ ist kräftig-würzig, leuchtend in der Farbe und dazu sehr ergiebig.

Dosen à 1 kg Fr. 3.95 incl. Wust.  
Dosen à 5 kg Fr. 16.90 incl. Wust.  
(Bei Abnahme von 10 Dosen 10 % Rabatt.) Prompter Versand per Nachnahme durch J. Schläpfer, Lebensmittel-Import, Eblikon 15 Luz., Tel. (041) 3 62 10.

## Mulden- Glättemaschinen

mit Elektromotoren-Antrieb und Stromheizung

**Typ A**  
Zylinder-Durchmesser bewickelt 24 cm  
Zylinder-Länge 150 cm

**Typ B**  
25 resp. 170 cm

**kurzfristig lieferbar**

CHROMOS A.-G., ZÜRICH  
Postfach Fraumünster Telefon 32 64 81

## Frostgefahr

Bevor in Ihrem Hotel ein Schaden eintritt, sollten Sie sich fachmännisch beraten lassen. Eine

## Wasserleitungsschaden-Versicherung

ist in der heutigen Zeit doppelt wichtig. Unser zuvorkommender Schadedienst hat in überzeugender Weise zum starken Aufschwung dieses Zweiges unserer Tätigkeit beigetragen.




**HELVETIA**  
Schweizerische Feuerversicherungs-Gesellschaft St. Gallen

## Argentyl

lässt Ihr Silber in neuem Lichte erstrahlen!



rational, sauber, angenehm, zeitsparend und schonend, das sind einige der besonderen Eigenschaften von ARGENTYL. Tausende profitieren davon. Tun Sie es auch!

**SAPAG A.G. ZÜRICH 10**  
Röbelstr. 67 Tel. (051) 28 60 11  
Seit 1931 bekannt für besonders prompten und individuellen Service am Kunden

L. M. KOHLER



PAPIERE & DRUCK

BERN