

**Zeitschrift:** Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels  
**Herausgeber:** Schweizer Hotelier-Verein  
**Band:** 57 (1948)  
**Heft:** 40

**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:** 26.11.2024

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

# SCHWEIZER HOTEL-REVUE

Fachorgan für Hotellerie und Fremdenverkehr

Siebenundfünfzigster  
Jahrgang



Cinquante-septième  
année

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

INSEDATE:  
Die einspaltige Nonpareillezeile oder deren Raum 60 Cts. Reklamen  
Fr. 2.— per Zeile. Bei Wiederholung entsprechender Rabatt.

ABONNEMENT:  
Schweiz: jährlich Fr. 15.—, halbjährlich Fr. 9.—, vierteljährlich  
Fr. 5.—, monatlich Fr. 2.—, Ausland: bei direktem Bezug jährlich  
Fr. 20.—, halbjährlich Fr. 11.50, vierteljährlich Fr. 6.50, monatlich  
Fr. 2.50. Postabonnemente: 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 27935.  
Druck von Emil Birkhäuser & Cie., A.G., Basel.

ANNONCES:  
La ligne de 6 points ou son espace 60 cts., réclames fr. 2.— par  
ligne. Rabais proportionnel pour annonces répétées.

ABONNEMENTS:  
Suisse: douze mois 15 fr., six mois 9 fr., trois mois 5 fr., un  
mois 2 fr. — Four étrangers abonnement direct: 1 an 20 fr.,  
6 mois 11 fr. 50; 3 mois 6 fr. 50; 1 mois 2 fr. 50. 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:  
Basel, Gartenstrasse 112.  
Responsable pour la rédaction et l'édition: Dr. R. C. Streiff.  
Compte de chèques postaux No. V 85, Téléphone 27935.  
Imprimé par Emil Birkhäuser & Cie, S. A., Bâle.

N<sup>o</sup> 40 Basel, 30. September 1948

Erscheint jeden Donnerstag · Paraît tous les jeudis

Bâle, 30 septembre 1948 N<sup>o</sup> 40

## Demonstration am untauglichen Objekt

Die „Schweizerische Metallarbeiter-Zeitung“ erfreut sich mit Recht eines ausgezeichneten Rufes. Zu allen wichtigen wirtschafts- und staatspolitischen Fragen nimmt sie in einer Weise Stellung, die Sachkunde, Objektivität und klare Grundsätzlichkeit vertritt — Eigenschaften, die in der heutigen Zeit mehr mehr überall anzutreffen sind. Auch wer nicht immer mit allen Auffassungen, die das Blatt vertritt, einig geht, muss anerkennen, dass das Niveau dieser Zeitung sehr hoch ist, und dass sie nicht mit den Mitteln der Demagogie kämpft. Gerade weil dem so ist, sehen wir uns veranlasst, auf den Artikel „Bumerang“ in der letzten Nummer vom 22. September, der Herr Prof. Dr. F. Marbach zum Verfasser hat und der sich eines Beispiels aus der Hotelwirtschaft bedient, etwas eingehender zu befassen, als wir es sonst verantworten könnten.

Herr Professor Marbach versucht nachzuweisen, dass die staatlichen Interventionen sich oft in unlösbare Widersprüche verstricken. Weil nämlich die Handlungen der staatlichen Verwaltungsorgane nicht einem umfassenden Zentralgehirn — ein solches könne es gar nicht geben — entspringen, das alle direkten und indirekten Auswirkungen einer wirtschaftspolitischen Datenänderung in der Wirtschaft zu überblicken vermöge, durchkreuze der Effekt der einen Intervention oft die Zielsetzung anderer.

Die Absicht, die Problematik staatlicher Interventionen auf dem Gebiete der Wirtschaftspolitik aufzuzeigen, ist an und für sich höchst verdienstvoll. Was wir bedauern, ist lediglich, dass er ein unglückliches, weil in bezug auf das zu Beweisende *wirklichkeitsfremdes Beispiel* wählt, wodurch ein nationalökonomisch richtiger Zusammenhang nicht überzeugend vordemonstriert wird.

Zur Illustration seines Gedankenganges geht Herr Prof. Marbach von der Rangklasseneinteilung (Kategorisierung der Hotelbetriebe) des Schweizer Hotelier-Vereins aus, die nach seiner Auffassung auf etwas „verstaubten“ Prinzipien beruhe, und führt folgendes Beispiel an: Ein Hotelier müsse, um seine Kosten decken zu können, für sein Haus höhere Preise anwenden. Das könne er aber nur, wenn er sich in eine höhere Rangkategorie einreihen lasse. Der Hotelier-Verein wolle indessen in eine solche Neueinteilung seines Betriebes nur ein, wenn er bedeutende Mittel in „Firlefang“ (der Verfasser spricht von Polster- und Teppichüberschwang) investiere. Ein Austritt aus dem Hotelier-Verein zwecks Erlangung der Preisfreiheit nütze ihm nichts, denn die Preiskontrolle wende für die Rangeinteilung auch für Outsider die gleichen Kriterien an wie der SHV. für seine Mitglieder. Die Erreichung der Preise, die der Hotelier für nötig erachte, zwingt deshalb zur Vornahme der erwähnten kostspieligen Investitionen und damit zur Inanspruchnahme von Bankkrediten (sic!). Inankredite, Herr Professor, das wäre zu schön, um wahr zu sein! Die vom Hotelier ausgelöste Nachfrage auf dem Kapital- und Gütermarkt hätte nun aber eine zinsfuss- und preissteigernde Wirkung, die den staatlichen Preisstabilisierungsbestrebungen zuwiderlaufen. Und darin bestehe eben die Bumerangwirkung der öffentlich-rechtlichen Sanktionierung unserer Preisnormierung durch die EPK. Das ist ungefähr der Gedankengang, den wir unter Abstraktion von Nebensächlichkeiten herauszuschälen suchten. Was ist nun davon zu halten? Wir können uns des Eindrucks nicht ganz

erwehren, dass das von Herrn Prof. Marbach erwähnte Beispiel nicht dem wirklichen Leben entnommen, sondern von ihm „pour le besoin de la cause“ konstruiert wurde. Uns wenigstens ist jene Hotelierfigur nicht bekannt, die, um höhere Preise erzielen zu können, ihr überflüssig erscheinende Investitionen vornimmt, denen zufolge sein Betrieb in eine höhere Rangklasse aufsteigen kann. Dagegen ist der andere Fall recht häufig, dass viele Betriebe infolge Erneuerungs- und Modernisierungsarbeiten in der bisherigen Rangeinteilung zu tief klassiert sind und sich deshalb um eine gegenüber der Preiskontrolle nicht immer leicht zu bewerkstellende Neukategorisierung bewarben.

Bevor wir auf den Zusammenhang Rangeinteilung-Preiskontrolle-Investitionen eingehen, sei uns ein Wort über die *Klassifizierung* der Hotelbetriebe gestattet. Es ist ein wirtschaftliches Grundprinzip, dass man für gleiche Leistungen nicht verschiedene Preise verlangen kann. Die vom SHV. vorgenommene Rangeinteilung bezweckt nichts anderes als eine Klassifizierung der so ungemein verschiedenartigen Hotelbetriebe nach ihrem *Leistungsstandard*. Sie wird nach folgenden Kriterien vorgenommen: „Jedes Haus wird nach Massgabe seiner Einrichtungen, Leistungen, örtlichen Lage sowie unter Berücksichtigung seines besonderen Charakters und namentlich der Station in der es liegt, in die entsprechende Rangklasse eingeteilt.“ Danach wird z. B. für den allerersten Rang verlangt: „Aller moderner Komfort, vornehme Ausstattung, grosse Gesellschaftsräume.“ Je weiter nach unten man geht, desto geringer sind die Anforderungen, die gestellt werden. Man mag gegen diese Kriterien alles mögliche einwenden, aber sie sind aus der Erfahrung herausgewachsen und haben sich bewährt.

Durch die Klassifizierung soll verhindert werden, dass sich beispielsweise ein einfaches Haus als Erstklassenhaus ausgibt und Preise verlangt, die nicht in einem entsprechenden Verhältnis zu den gebotenen Leistungen stehen. Es ist klar, dass sich eine solche Rangeinteilung nur bewährt, wenn sie sich in Übereinstimmung mit dem Empfinden des Gastes befindet. Eine willkürliche Kategorisierung würde vom Gast abgelehnt und ein Hotelführer, in dem die Preise nach Gutdünken jedes einzelnen Hoteliers festgelegt wäre, verlor seinen propagandistischen Wert.

Die Kategorisierung hat mit der individuellen Preisgestaltung nach oben grundsätzlich nichts zu tun. Das Preisregulativ des SHV. bezweckt vor allem, die *Minimalpreise* zu normieren, um so eine Preisschleuderei zu verhindern. Hiezu dient die *Kategorieneinteilung* nur als ein *Hilfsmittel*, um die Preise entsprechend den gebotenen Leistungen und Einrichtungen anzupassen. Heute könnte die Kategorisierung des SHV. ohne weiteres wegfallen, da die *staatlichen Vorschriften* einzig *massgebend* sind. Diese nehmen keine Rücksicht auf die Verbandskategorisierung, sondern stellen lediglich auf die angewandten Vorkriegspreise und andere Momente wie Konjunkturerscheinungen (Zunahme der Frequenzen) ab. Daraus hat sich auch der grosse Wirrwarr in bezug auf Leistungen und Preise ergeben, weshalb der SHV. eine Lockerung der Preisvorschriften anstrebt, um so wiederum Ordnung in eine verfahrenere Situation zu bringen.

Aus den bisherigen Darlegungen dürfte hervorgegangen sein, dass die Preiskontrolle die von uns angewandten Rangeinteilungsvor-

schriften nicht als massgebend anerkannt, sondern jedes Mal ein besonderes Bewilligungsverfahren verlangt. Es geht deshalb nicht an, unsere Hotelkategorisierung in einen Zusammenhang mit der staatlichen Preispolitik zu bringen. *Diese allein trägt die Verantwortung für die entstandene unerfreuliche Situation auf dem Gebiete der Hotelpreise und für gewisse Bumerangwirkungen*, die etwas anders geartet sind, als auf Grund der Darlegungen von Prof. Marbach angenommen werden könnte. Nicht von unserer Rangeinteilung und nicht von der Politik der Preiskontrolle ist eine investitionsanregende Wirkung ausgegangen. *Sicher aber hat die allzu lang geübte Politik der Tiefhaltung der Hotelpreise das Gegenteil bewirkt*. Diese Politik in Verbindung mit den grosszügigen Preiskonzessionen bei den Kostengütern der Hotellerie haben die kostendegressive Wirkung der besseren Frequenzen paralyisiert und dadurch eine normale Ertragsgestaltung verunmöglicht. Darum ist ein grosser Teil der Häuser nicht in die Lage gekommen, über den Zinsendienst hinaus — vielfach kann auch dieser nicht immer voll bestritten werden — für den normalen Unterhalt aufzukommen, geschweige denn Rückstellungen für spätere Erneuerungen und Modernisierungen zu machen. Wir können es offenkundig nicht ganz verstehen, dass Herr Professor Marbach an einem

so untauglichen Objekt die These von der investitionsbegünstigenden Politik der Preiskontrolle zu erhärten suchte. Es scheint uns, dass *andere Beispiele* viel *überzeugender* gewirkt hätten. Man denke doch nur an die grosse Zahl neuer Fabriken, an die Erweiterung unzähliger bestehender Fabrikbetriebe und — last not least — an die prächtigen, mit den letzten Schikanen ausgestatteten Verwaltungsgebäude industrieller Unternehmen, die in der letzten Zeit förmlich aus dem Boden schossen. Oder wollte der Herr Professor sagen, dass selbst das wenige, was in der Hotellerie investiert worden ist, noch zuviel war?

Wenn auf einem Gebiet eine vermehrte Investitionstätigkeit dringlich und notwendig gewesen wäre und ist, so sicher in der Hotellerie, die zur Erhaltung ihrer Konkurrenzfähigkeit einen gewaltigen *Nachholbedarf* zu bewältigen hat. Gerade weil die Behörden nicht über ein umfassendes Zentralgehirn verfügen, möge der Staat, wenn ihm eine Zurückdämmung des Investitionsfiebers notwendig erscheint, dies nicht durch diskriminierende Einzel Eingriffe, namentlich auf dem Gebiete der Preispolitik, tun, sondern sich an die klassischen Massnahmen der Konjunkturpolitik halten. Das sind unsere Betrachtungen, zu denen uns Prof. Marbachs Artikel „Bumerang“ Anlass gegeben hat.

## Ursachen des Dollarmangels

Für unsere Hotellerie spielt die *Zahlungsschwäche* mancher europäischer Länder bekanntlich eine dominierende Rolle. „Krise der Zahlungsbilanz“ und „Dollarmangel“ sind zu integrierenden Bestandteilen der modernen Volkswirtschaft in Europa geworden. Bei frei beweglichen Devisenkursen würde jedoch das Gleichgewicht zwischen Angebot und Nachfrage sich automatisch einstellen. Wenn aber an fiktiven und illusionären Zwangswährungen, die der Preiswahrheit nicht entsprechen, krampfhaft festgehalten wird — was oft auch aus Prestigegründen geschieht —, dann kann eine Besserung nicht erwartet werden. Selbst die Steigerung der Produktion lässt nicht ohne weiteres eine Sanierung der Aussenhandelsbilanz erwarten, wie das Beispiel Englands zeigt. Dort wird von der Labour-Regierung zwar mit Stolz auf die steigenden Gesamtproduktionsstatistiken hingewiesen, wie das auch in andern planwirtschaftlichen Ländern geschieht. Woher kommt es dann aber, dass sich die Versorgung der Bevölkerung doch nicht normalisiert und dass die Passivität der Handelsbilanz bestehen bleibt? Erst jüngst, am britischen Gewerkschaftskongress, ist von seiten der Labour-Regierung auf diese Tatsache hingewiesen worden, die für jeden Volkswirtschaftler eigentlich rätselhaft bleibt, weil steigende Produktion eine Verbesserung der Aussenhandelsituation und des allgemeinen nationalen Lebensstandards mit sich bringen müsste.

In einer interessanten Studie, „Die Krise der Zahlungsbilanzen“, ist Prof. Röpke dieser Tage in der „NZZ.“ auf diese Fragen eingetreten und hat Feststellungen gemacht, die jedermann angehen. Er wies zunächst auf die Fragwürdigkeit der Gesamt-Produktionsstatistiken der Länder hin, indem er schrieb: „Der Wirtschaftsprozess ist dann geordnet, wenn die richtigen Güter in richtigen Proportionen erzeugt und wirtschaftlich verwendet werden. Je weiter sich ein Land auf den Weg eines inflationistischen Kollektivismus begeben hat, um so sicherer können

wir sein, dass sich hinter den selbstzufrieden zur Schau gestellten Totalziffern der Produktion Unordnung, Verschwendung und Disharmonie verbergen.“

In der Tat liegt die Ursache des bestehenden Dollarmangels und der Passivität der Aussenhandelsbilanzen weitgehend im *Wirtschaftssystem* und in der *innern Ordnung* der nationalen Volkswirtschaften begründet. Röpke weist den Versuch scharf zurück, hierfür allein den Mangel einer gutfunktionierenden internationalen Organisation verantwortlich zu machen. Vielmehr weist er auf die *Verantwortung der Regierungen* hin, auf die Verantwortung der kollektivistischen Wirtschaftspolitik mit allen ihren Fehldispositionen und Fehlinvestitionen. Gerade das Beispiel der britischen Labour-Regierung ist hierfür aufschlussreich. Eine übertrieben durchgeführte Investitionspolitik verhindert eine Stärkung der Zahlungskraft nach aussen und ein Ansteigen des Lebensstandards des Volkes. Der *Aussenhandel* — und darauf weist Röpke mit Recht hin — steht im *Zusammenhang* mit der *Gesamtwirtschaft* und darf nicht von ihr getrennt betrachtet werden, weil er eine Funktion derselben ist.

Eine dauernde *Heilwirkung* der amerikanischen Wirtschaftshilfe für Europa lässt sich nur dann erwarten, wenn hier auf *fiktive Währungszwangskurse* verzichtet und eine innere Ordnung im Wirtschaftsleben wiederhergestellt wird, die höchste Leistungen mit zweckmässiger Gütererzeugung und -verwendung verbindet. Die verstaatlichte Wirtschaft hat dieses Problem nicht zu lösen vermocht, und gegen diese Tatsache helfen keinerlei Produktionsstatistiken, die ja rein quantitativen Charakter haben. Auch die verheissene Steigerung der individuellen Arbeitsleistung der Arbeiterschaft ist nach der Sozialisierung der Wirtschaft nicht eingetreten, soweit wie der propagandistisch aufgelegene und angekündete „neue Geist“. Nur die Defizitwirtschaft hat Einzug gehalten, sowie eine produktionshemmende und Arbeitskraft verschlingende staatliche





















## Der Hausbursche Peter...

waltet von früh morgens bis spät abends seines Amtes. Ihm obliegt die Pflege der vielen Teppiche, welche Halle, Treppenhaus und Korridore schmücken. Seit 20 Jahren schon ist er im Grand Hotel, und alle Stücke sind noch gut erhalten. Erst kürzlich hat der Herr Direktor wieder einige echte Orientteppiche dazugekauft. Natürlich von SCHUSTER, wie die bisherigen! Der erfahrene Hoteller wählt nur das Beste vom Guten.

# Schuster

*ein Begriff im Hotel*

Bitte wenden Sie sich für unverbindliche Beratung und Offerten an unsere Hotel-Abteilung.

Schuster & Co., St. Gallen Schuster & Co., Zürich 1  
 Multergasse 14 Bahnhofstr. 18  
 Telefon Nr. 071/215 01 Telefon Nr. 051/2376 03

## FOIRE AUX PROVISIONS



### Freiburger Herbstmesse

30. September bis 11. Oktober in Freiburg



Champagne des Ambassadeurs  
 Ambassadeur des Champagnes

Dépositaire pour la Suisse

A. Fischer

Première Distillerie par Actions Sâle  
 Telephone 21991 und 21992



JÄGGI

## Die interessante Offerte:

Spannteppiche,  
 Tournai-Läufer,  
 Milieux,  
 Vorlagen,  
 Bettumrandungen etc.

zu interessanten Preisen! — Besuchen Sie unser großes Lager in Bern, oder verlangen Sie Vertreterbesuche, eventl. bemusterte Offerte.

Extra-Anfertigungen —  
 eine Geelhaar-Spezialität!

Ein Gang zu Geelhaar lohnt sich.

Teppichhaus



W. Geelhaar AG., Bern · Thunstr. 7 (Helvetiaplatz)  
 Gegr. 1869 Tel. 2 2144

Revue-Inserate haben Erfolg



Für

## Kaffee Tee Konserven

### HANS GIGER & Co., BERN

Lebensmittel-Großimport  
 Gutenbergstraße 3 Telephone (031) 227 35

Aus der Reihe unserer Spezialitäten:



## Fleischbrühe

„Grad wie sälber g'macht!“ Ihre Gäste strahlen!

HACO-GESELLSCHAFT AG., GÜMLIGEN bei Bern



## Napperons

Krepp und Damast

Tischüberzugpapiere

Papierservietten

Damast krepp und glatt

37 1/2 x 37 1/2 cm

40 x 40 cm

50 x 50 cm

Plattenpapiere

in üblichen Größen

Klosettpapiere

krepp und glatt

P. Gimmi & Co. A.G., Z., „Papyrus“, St. Gallen

W. JAUSLIN, BASEL  
 letzte Betten, Matratzen, Couches, Patentmatratzen  
 Birsstraße 102, Telephone (081) 225 97

Bettcouches für alle Ansprüche

COUCH POPULAIRE

24 doppelkonische Federn, Cordelverschnürung, Einsteckfußbrett und mit Auflage-  
 matratze Fr. 115.—

COUCH TOXA

mit 12 einfachkonischen Federn, Spiralfederbandspannung, verstellbarem Keil u.  
 verstellbarem Fußbrett, mit Auflage-  
 matratze Fr. 145.—

Bedienung: Gewissenhaft und zuverlässig. — Spezialpreise für Hotels und Pensionen.

Zu verkaufen

an bester Lage eines bekannten Sportplatzes  
 Graubündens schöne, solidegebaut

## Hotel-Pension

mit 30 Betten und allem Zubehör. Für tüchtigen  
 Fachmann, welcher sich selbständig machen  
 möchte, bietet sich Gelegenheit, dieses Kleinhotel  
 zu übernehmen. Nähere Auskunft unter Chiffre  
 H. P. 2338 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

Wegen Aufgabe einer Spezialfabrikation verkaufen wir, solange Vorrat, zu äußerst günstigen, konkurrenzlosen Preisen jedes Quantum

## flüssige Seife

Rausch, Fabrik kosmet. u. pharmaz. Produkte, Kreuzlingen.

Krankheitshalber ist gutgehender

## Landgasthof

(Tavernrecht) mit Speisesäli, einzig großem  
 Saal, Kegelbahn, Parkplatz, Garagen, an der Haupt-  
 straße Bern (20 Automaten von Zürich) zu ver-  
 kaufen. Nötiges Kapital Fr. 78 000.—. Seriöse  
 Selbstinteressenten erhalten Auskunft unt. Chiffre  
 Zc 16034 Z an Publicitas Zürich.

Zu kaufen gesucht  
 gebrauchte

## Teppichläufer

Breiten von 1,20 bis 2 m. Offerten an Hermann  
 Suter, Blumenkulturen, Tenero/Yesslin.

Ankauf  
 und Verkauf

von  
 Hotel- und  
 Wirtschaftsmobiliar.  
 Übernahme  
 jede Liquidation.  
 O. Locher, Baumgarten,  
 Thun.

Aber gewiss

... nur bei In-  
 serenten kaufen!

## BAR

Barmaid, versiert, seriös, mit langjähriger Praxis,  
 sucht Übernahme einer gutgehenden, mittleren

## Mix-Kurse

Am 11. Oktober 1948  
 beginnen die Kurse für Anfänger.  
 Garantiert erfolgreiche Anleitung.

Mixen mit und ohne Alkohol, Kontrolle, Berechnung, Weinkunde usw.

Ausgezeichnete Möglichkeit für Hoteliers, Wirte, Oberkellner, Servicetöchter usw. Prospekt durch:

Harry Schraemli

Swiss Mixing School, Marktgasse 20  
 Zürich 1

## DIXON

DER IDEALE FUSSBODEN- UND  
 TEPPICH-REINIGER FÜR DAS  
 GAST-GEWERBE

DIXON

shampooiert sämtliche Teppiche an Ort  
 und Stelle nach dem bestbewährten  
 Verfahren

DIXON

reinigt bei grosser Leistung mühelos!

Saubere einladende Räumlichkeiten - der Stolz jedes Gasthauses dank  
 DIXON der idealen Boden- und Teppichreinigungs-Maschine. 1 Jahr Garantie

VORFÜHRUNG UND BERATUNG durch DIXON AG.  
 LÖWENSTRASSE 11 · ZÜRICH · TELEFON (051) 27 12 28



DIXON

erspart  
 Zeit und Material

DIXON

kosten-  
 loser Kundendienst