

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 1 (1892)
Heft: 22

Titelseiten

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 24.02.2026

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

Abonnement:

5 Fr. per Jahr,
3 Fr. per Halbjahr.
Fürs Ausland mit
Portozuschlag
Vereinsmitglieder
erhalten das Blatt gratis.

Inserate:

25 Cts. per 1spaltige
Petitzelle
oder deren Raum.
Bei Wiederholungen
Rabatt.

Vereinsmitglieder
bezahlen die Hälfte.

Abonnements:

5 frs. par an,
3 frs. pour 6 mois.
Pour l'étranger
le port en sus.
Les sociétaires
reçoivent l'organe
gratuitement.

Annances:

25 cts. pour la
petite ligne
ou son espace.
Rabais en cas
de répétition de la
même annonce.
Les sociétaires
payent moitié prix.

Hôtel-Revue

1. Jahrgang. — 1^{re} ANNÉE.

Organ und Eigenthum

Organe et Propriété

des
Schweizer Hotelier-Vereins.

de la
Société Suisse des Hôteliars.

Redaktion & Expedition: St. Albananlage Nr. 7, Basel.
Telegramm-Adresse: „Hotelrevue, Basel.“

Téléphone.

Rédaction & Expédition: Avenue St. Alban No. 7, Bâle.
Adresse télégraphique: „Hôtelrevue Bâle“.

Nachdruck der Originalartikel nur mit Quellenangabe gestattet.

Diejenigen III. Vereinsmitglieder, die vom Centralbureau um Bereinigung der Listen für das Hotel-Adressbuch angegangen worden, und bis jetzt die Verzeichnisse noch nicht zurückgesandt haben, werden hiemit dringend um baldmöglichste Retournung derselben ersucht.

Das Centralbureau.

Internationales Hotel-Taschenbuch.

Die ich rief, die Geister,
Werd' ich nun nicht mehr los!

Dieses Citates aus dem »Zauberlehrling« können auch wir uns bedienen, denn kaum haben wir mit wuchtiger Hand in das »Wespennest« der Reklameunternehmen hineingegriffen, so schwirrt es um uns herum von Circularen und Bittelbriefen, so dass wir den Stoff kaum zu überwäligen vermögen. Nicht dass wir uns in der Situation des »Zauberlehrlings« befinden, der aus Angst und Verzweiflung sich nicht mehr zu helfen wusste, nein, im Gegentheil, es ist uns der Umstand, dass uns von allen Seiten der Schleier, unter welchem die Reklame schaltet und waltet, gelüftet wird, ein Beweis, dass allseitig der Frage die gebührende Aufmerksamkeit geschenkt wird. Möge dies auch künftighin geschehen, mögen die Hoteliers uns in unserer Aufgabe dadurch unterstützen, dass sie alle verdächtig scheinenden Circulars und »Werke« uns zu Händen stellen, denn auf direktem Wege gelangen wir wohlweislich nicht in den Besitz derselben.

Allein schon der Umstand, dass alles Fragewürdige veröffentlicht wird, wird dazu beitragen, dass die Herren »Unternehmer« etwas sparsamer mit ihren Circularen umgehen und etwas weniger schwindelhaf mit der Abfassung derselben vorgehen werden. Also bitten wir unsere werthen Leser, uns stets auf den Laufenden zu halten.

In letzter Nummer haben wir, gestützt auf einen schnellen Ueberblick in das »Internationale Hotel-Taschenbuch« (Verleger Max Czerny, Wien) demselben das Prädikat »gering« zugemessen. Heute, nachdem wir dieses »Werk« genau geprüft haben, können wir nur erklären, dass wir mit Worte gering noch viel zu wenig gesagt haben. Wir haben in einem Conversationslexikon nach einem Ausdrucke gesucht, der für das Werk bezeichnend genug wäre, haben aber keinen gefunden und müssen uns desshalb damit begnügen, das »Internationale Hotel-Taschenbuch« als ein »elendes Machwerk« zu bezeichnen. Der Verleger schwindelt in seinen Circularen von 15,000 in seinem »Taschenbuche« enthaltenen Anstalten, von welchen für jeden Inserenten die Zuweisung von Fremden zu erwarten sei. Thatsächlich aber enthält das Buch nur 12,000 Ortsnamen, wovon jedoch nur 9000 mit Hotelnamen begleitet sind. Deutschland z. B. figurirt in dem »Machwerk« mit rund 4000 Ortsnamen, Hotelnamen sind jedoch nur 2000. Aus der Schweiz sind ca. 1200 Ortsnamen aufgezeichnet, dabei passiert dem Verleger aber das Malheur, dass er eine grosse Zahl von Ortschaften zwei Mal aufführt, d. h. unter deutschem und französischem Namen, ein Beweis, dass das ganze Buch ein zusammengewürfeltes Abklatsch aus den verschiedenen Adressbüchern ist. Die doppelte Aufführung der Ortsnamen in deutsch und französisch ist nicht etwa absichtlich geschehen, sondern ist ein evidenter Beweis der geo-

graphischen Kenntnisse oder besser gesagt Unkenntnis des Verlegers, denn er betont ja in seinem Circular, dass von jedem Orte nur ein Hotel aufgenommen werde, wogegen aber durch die doppelte, getrennte Aufführung eines und desselben Ortsnamens nicht ausgeschlossen ist, dass zwei verschiedene Hotels aufgeführt werden. Eine Menge Hotelnamen figuriren als Ortsnamen. Von der Unmasse von Schreib- und Druckfehlern wollen wir gar nicht reden.

Also 1200 Ortsnamen aus der Schweiz — und was für Namen, die oft gar nicht einmal im Schweiz. Ortslexikon stehen, abgesehen davon, dass auf Fremdenverkehr oder auf Frequenzverhältnisse gar keine Rücksicht genommen ist.

Wer kennt z. B. eine Molkenkuranstalt in Aesch, Kanton Uri?, wer war schon einmal in Davis, wer war in Drise, wer in En? Kann uns Jemand sagen, wo die Ortschaften Gisi und Canüel sind? Existirt auf dem »Männlichen« im Berner Oberland ein Hotel Rigi? Seit wann ist der Vierwaldstättersee eine Ortschaft? Wie viele Fremde verkehren das Jahr durch in Aadorf, Aarmühle, Aarwangen, Aeftigen, Affeltrangen, in Allerheiligen, Amlikon, Atzmoos? wie viele in Bäch, Baldegg, Basadingen, Biltlen, Bretzwyl, Brittnau etc. etc.? Wir wissen zum Vorneherein, dass uns Niemand diese Fragen so beantworten kann, dass unser Urtheil über das »Machwerk« abgeschwächt wird. Es würde uns zu weit führen, alle krassen Fehler herauszugreifen; um dies zu thun, müssten wir das ganze Buch abdrucken.

Von den 1200 im Buche enthaltenen Ortsnamen der Schweiz darf man füglich 1000 streichen, denn wenn wir die aufgeführten Hotelnamen dieser Ortschaften lesen, friert es uns ordentlich, wenn wir an die Handwerksburschenfrequenz dieser »Hotels« (?) denken. Das gleiche Verhältniss wird auch bei den übrigen aufgeführten Staaten bestehen, somit unterschätzen wir nicht, wenn wir die Zahl der aufgeführten wirklichen Fremdenetablissements, Europa, Amerika, Australien, Afrika und Asien inbegriffen, auf rund 2000 schätzen, wir möchten aber selbst für diese geringe Zahl nicht garantieren, dass sie im Buche enthalten sind, denn wie dieselben herausfinden aus diesem Chaos?

Auf das Allgemeine übergehend, dürfen wir nicht unterlassen auf die äusserst geringe Ausstattung des »Werkes« hinzuweisen: Papier von der geringsten Sorte und in Folge dessen auch schlechter Druck. Das ganze Büchlein, so wie es vor uns liegt, kostet den Verleger, wenn der Drucker ihm gegenüber ehrlicher handelt, als der Verleger den Hoteliers gegenüber, höchstens 50 Cts. per Exemplar bei einer Auflage von 15,000. Es muss demnach die Einbanddecke, die der Verleger nach Erhalt der 6 Fr., welche das Buch kostet, einzuschicken verspricht, mit Gold überzogen sein, um ein Aequivalent für den Kaufpreis darzustellen. Wir unserseits könnten uns höchstens dann zum Kaufe eines Exemplares zum Preise von 6 Fr. entschliessen, wenn in der im Einband angebrachten Brieftasche ein Fünflivre und ein Einfrankenstück eingenäht wären.

Ist das deutlich genug gesprochen, um jeden Hotelier zu veranlassen, dieses »Werk« aus seiner Bibliothek fern zu halten, denn ratsamer wäre es, die 6 Fr. aus dem Fenster zu werfen, man hätte wenigstens die Genugthuung, dass vielleicht ein Bedürftiger sich darnach blickte.

Bald hätten wir ein wichtiges Argument vergessen zu erwähnen: Kommt da Ende Juli ein Chargebrief an uns von Herrn Czerny, Verleger des »Hotel-Taschenbuches« in Wien, mit der äusserst höflichen Bitte, um Aufnahme eines Empfehlungsinserates für sein »Werk« in die »Hotel-Revue«; eine 10 Guldennote war zur Berappung beigefügt mit dem Versprechen, dass in Bälde noch mehr Inserate aufgegeben d. h., dass noch mehr solcher 10 Guldennotchen den Weg nach Basel nehmen würden.

Die erste Frage, die wir uns nach Erhalt dieses inhaltschweren Briefes zu beantworten suchten war die: Hat der Verleger des »Taschenbuches« Lunte gerochen und wird nun so geschmeidig, dass ihm das »Schmier«-Oel von den Händen fliesst? Wir haben einigen Grund, dies anzunehmen, da wir so »freundlich« waren, die vor 14 Tagen veröffentlichte Kritik über »Wierers Annuaire d'Hotel-Elite« dem Herrn Portier Wierers zuzuschicken, es ist also nicht ausgeschlossen, dass diese beiden Wiener »Verleger« Freunde sind und keine gegenseitigen Geheimnisse haben, ergo wäre also das Inserat mit der 10 Guldennote ein indirektes »Mundtodmachungsmittelchen« gewesen.

Die 10 Guldennote hat Tags darauf den Weg wieder nach Wien genommen und in einem Schreibbriefchen an Herrn Czerny haben wir die Erklärung abgegeben, dass wir bereits in letzter Nummer sein Werk »empfohlen«, und dass wir in der folgenden (heutigen) Nummer es noch einlässlicher und würdiger »empfehlen« werden und zwar — gratis.

„Paris-Milan,“

voilà le titre de cette entreprise de réclames dont nous avons promis dans notre dernier numéro d'en communiquer les détails.

Quoique nous n'ayons fait aucune autre remarque dans notre dernier numéro que celle de vouloir bien attendre avant d'acquitter les dits remboursements jusqu'à ce que nous donnions de plus amples renseignements; car nous avions quelques soupçons à cause de la dite circulaire et de différentes lettres, et c'est grâce à cela que nous avons reçu une lettre de quatre pages de l'éditeur du »Paris-Milan«, dans laquelle il s'exprime, d'être persuadé que notre critique aurait été bien plus favorable si nous avions attendu jusqu'après avoir pris connaissance d'un exemplaire de »Paris-Milan«. Le style du reste de la lettre est rédigée de manière que nous sommes obligés, bon gré mal gré, de traiter toute cette affaire, plus en détails que nous l'avions précisément en vue; que l'éditeur attribue à son propre compte cette démarche qui ne sera pas du tout favorable pour lui.

Certes cela ne sera pas dommage de traiter une fois un cas exemplairement, et n'importe, que ce soit une entreprise suisse ou étrangère.

En premier lieu nous ferons remarquer à Mr. l'éditeur que dans notre dernier numéro nous n'avons critiqué son livre en aucun point et que justement maintenant nous n'avons pas besoin de retirer aucun mot de ces allusions faites, parce que nous présentons aujourd'hui ces allusions comme des faits. Cependant nous ne voulons pas agir avec partialité et nous mettrons aussi le bon côté de cet œuvre en évidence, et même en premier lieu.

»Paris-Milan« est un livre relié en forme d'album et orné avec soin et bon goût. Trente-