

**Zeitschrift:** Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels  
**Herausgeber:** Schweizer Hotelier-Verein  
**Band:** 2 (1893)  
**Heft:** 33

**Artikel:** Verstaatlichung der Eisenbahn-Reklame  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-522431>

### **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:** 14.02.2026

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

Basel, den 12. August 1893.

Bâle, le 12 Août 1893.

Erscheint Samstags.

Paraissant le Samedi.

**Abonnement:**

Schweiz:  
Fr. 5.— jährlich.  
Fr. 2.— halbjährlich.  
Ausland:  
Unter Kreuzband  
Fr. 7.50 (6 Mark) jährlich.  
Deutschland,  
Österreich und Italien:  
Bei der Post abonnirt:  
Fr. 6.— (5 Mk. 4.—) jährlich.  
Vereinsmitglieder  
erhalten das Blatt gratis.

**Inserate:**

30 Cts. per 1 spaltige Petit-  
zeile oder deren Raum.  
Bei Wiederholungen  
entsprechenden Rabatt.  
Vereinsmitglieder  
bezahlen die Hälfte.

N<sup>o</sup> 33.

**Abonnements:**

Pour la Suisse:  
Fr. 5.— par an.  
Fr. 2.— pour 6 mois.  
Pour l'étranger:  
Envol sous bande:  
Fr. 7.50 par an.  
Pour l'Allemagne,  
l'Autriche et l'Italie.  
Abonnement postal:  
Fr. 6.— par an.  
Les sociétaires reçoivent  
l'organe gratuitement.

**Annonces:**

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

# Hôtel-Revue

2. Jahrgang

2<sup>me</sup> ANNEE

Organ und Eigentum

des

Schweizer Hotelier-Vereins.

Organe et Propriété

de la

Société Suisse des Hôteliers.

Redaktion und Expedition: Sternengasse No. 23, Basel.  
Telegramm-Adresse: „Hôtelrevue Basel.“

TÉLÉPHONE No. 1373.

Rédaction et Expédition: Rue des Etoiles No. 23, Bâle.  
Adresse téléphonique: „Hôtelrevue Bâle.“

## Verstaatlichung der Eisenbahn-Reklame.

Der Eisenbahnminister in Deutschland geht, um die Ueberschüsse der Eisenbahnen zu heben, nach der „Bresl. Morgenztg.“ damit um, sämtlichen Verlegern von Eisenbahnzeitungen, Fremdenführern u. s. w. die Erlaubnis der Verteilung ihrer Zeitungen auf den Bahnen zu entziehen, dagegen will er Annoncenbücher in den Coupés auslegen lassen und diese Reklame-mittel an einen oder mehrere Unternehmer verpachten. Der Termin, an dem die neue Einrichtung in Kraft treten soll, ist noch nicht bestimmt, doch wird dies mutmasslich in einigen Monaten der Fall sein, denn bereits ist mit der Kündigung bestehender Vertriebs-erlaubnisse gegenüber Verlegern begonnen worden. Die Monopolisierung der Eisenbahnreklame würde einer Reihe von deutschen Eisenbahnzeitungen mit einem Schlage den Garaus machen. Diese Wirkung wäre von unserm Standpunkt aus nicht sehr bedauerlich, denn wir haben der Reklame durch Eisenbahnzeitungen nie einen grossen Wert beigemessen, es kommt aber dabei eine andere Frage in Betracht, nämlich, ob durch die Verstaatlichung des Reklame-wesens auf den Eisenbahnen für das reisende, sowie namentlich für das inserierende Publikum ein Vorteil oder Nachteil entstehe.

Es muss zugegeben werden, dass sich die Reklame auf den Eisenbahnen besser organisieren und damit die Vorteile, welche dieses Verkehrsmittel in so hohem Masse für die Reklame bietet, besser ausnützen liessen. Von diesem Gesichtspunkte aus wäre eine Verstaatlichung zu begrüssen, vorausgesetzt jedoch, dass die Organisation und Durchführung von staatswegen, d. h. durch die betreffenden Bahnverwaltungen oder besser noch durch vom Staate besoldete sach- und fachkundige Angestellte erfolge.

Durch eine Verpachtung der neuen Einrichtung an einen oder mehrere Unternehmer verlöre dieselbe den Charakter eines offenen, den allgemeinen Interessen des Publikums dienenden Unternehmens. Da es keinem Zweifel unterliegt, dass die Bewerber um das neue Privilegium nach moderner Gewohnheit das Äquivalent für das Verwertungsrecht möglichst in die Höhe schrauben würden, so würde der Unternehmer die Preise für seine Thätigkeit nicht so gering bemessen können, dass dem Publikum die Vorteile dieser Neuordnung gesichert wären. Das reklamemachende Publikum wäre unter allen Umständen in seine Hand gegeben und der Fall nicht ausgeschlossen, dass durch Bevorzugung gewisser Firmen das übrige inserierende Publikum in eine Zwangslage versetzt würde. Es würden überhaupt der Ausbeutungssucht des Einzelnen Thür und Thor geöffnet, so dass im günstigsten Falle das Interesse der Allgemeinheit kaum noch hinter ihr Platz fände. Andererseits, d. h. bei selbständiger Verwaltung des Eisenbahn-Reklame-wesens durch den Staat, könnte diese Neuordnung grosse Gefahr laufen, bürokratisch behandelt und durchgeführt zu werden, welcher Gefahr nur dadurch gesteuert werden könnte, dass äusserst vorsichtig mit der Wahl der Spezialbeamten vorgegangen würde. Es bedürfte hiezu gewandte, weitsichtige Geschäftsleute mit scharfem Verständnis für die Bedürfnisse des Publikums im Allgemeinen und die Interessen der reklamemachenden Firmen im Besonderen.

Vergeblich, sagt die „Reklame“, wird man anführen, dass durch die Vergebung an Unternehmer den Interessen der Eisenbahnverwaltung resp. den Intentionen derselben besser gedient ist. Wir wollen die moralische Seite der Veräusserung von Staats-eigentum zu privater Ausnutzung an Meistbietende gar nicht einmal in Rechnung ziehen, obgleich wir der Meinung sind, dass die Achtung vor sich selbst einer staatlichen Verwaltung verbieten muss, von dem Einzelnen eine möglichst hohe Entschädigung herauszuschlagen, wenn sie gleich weiss, dass die über-

tragene Berechtigung nach ihrem Werte mit der vereinbarten Vergütungssumme in keinem Verhältnis steht und dass daher der Unternehmer entweder selbst geschädigt werden oder seinerseits das Publikum schädigen muss. Selbst wenn lediglich finanzielle Gründe die Vergabung bestimmt haben, so kann eine Behörde sich doch nimmermehr auf den Standpunkt eines skrupellosen Privatmanns stellen, der nur nach dem ihm entstehenden Nutzen, nicht aber nach der Wirkung einer Handlung auf seinen Partner oder das Publikum fragt. Wir sind im Voraus überzeugt, dass der Standpunkt der betreffenden Verwaltung auch nicht ein solcher, sondern in jeder Hinsicht den Traditionen des deutschen Beamten-tums entsprechend und mit dem alten Ansehen, welches dasselbe geniesst, voll vereinbar sein würde.

Fällt also diese Seite der Frage hinweg, so bleibt nur noch zu konstatieren, dass ein von der Verwaltung erzielter, durch den Gewinn des Unternehmens nicht gedeckter Preis für dieselbe nur einen flüchtigen, vorübergehenden Nutzen bedeuten würde, der die schlimmsten Wirkungen im Gefolge hat. Nur ein-, zwei-, oder dreimal würden die Unternehmer ihre Mittel an ein schlechtes Geschäft setzen und die Pachtsumme würde vielleicht bald tiefer sinken, als selbst die Verhältnisse rechtfertigen.

Nicht zu vergessen, dass ein nicht hinreichend befähigter Unternehmer, der die Interessen seiner Klienten nicht richtig zu wahren versteht oder der gar durch seine Geschäftspraxis Bedenken hervorrief, das Ansehen der betr. Einrichtung herabsetzen und dieselbe in der Achtung und Sympathie der Interessenten ernstlich gefährden könnte.

Alle diese Bedenken fallen teils hinweg, teils fallen sie wieder ins Gewicht bei der rationellen Bearbeitung des neuen Gebietes durch einen tüchtigen Mann, der dasselbe nicht als Ausbeutungsfeld, sondern als gemeinnützige Institution ansieht, welcher er dieselbe Achtung erwerben muss, wie jede andere des Staates beansprucht und verdient. Wir sind überzeugt, dass auch finanziell in solchem Falle die Verwaltung ihre Rechnung finden würde, vielleicht auf die Dauer besser, als bei der beabsichtigten Verpachtung.

Für uns wird es sich in erster Linie darum handeln, auf der Hut zu sein und unsern Lesern Vorsicht zu empfehlen, wenn diesen Herbst oder Winter von Seite der Verleger von deutschen Eisenbahnzeitungen etc. wieder die Trommel gerührt wird.

## Le „Petit Journal“ et la Suisse.\*)

Thomas Grimm, le spirituel rédacteur du „Petit Journal“ à Paris, a publié sous le titre „Les Alpes dauphinoises“ l'article suivant paru dans un des numéros de mai:

„La Suisse nous boude décidément, à cause de cette malheureuse question des douanes, qui n'a pas été résolue à son gré, ni peut-être au nôtre.“

Deux bonnes amies, comme l'étaient la République helvétique et la République française ne devraient certes pas se brouiller pour quelques gros sous. Espérons que cette froideur dans nos relations avec notre aimable voisine ne tiendra pas, et que les chaleurs estivales de cette année 1893, qui promet de faire grimper le thermomètre à des hauteurs jusqu'alors inconnues, fondront prochainement ces regrettables malentendus.

En attendant, il faut bien que nous acceptions la situation qui nous est faite par l'esprit de représailles dirigeant actuellement la politique de la Suisse à notre égard.

On sait que nos voyageurs de commerce s'en ressentent déjà, et qu'ils paient les frais de la guerre...

\*) A dû être plusieurs fois ajourné.

de la guerre entre libre-échangistes et protectionnistes. Bref, l'hospitalité helvétique menace nos nationaux de nombreuses taxes: taxes de séjour, de circulation ou autres, petites chicanes qui pourraient bien décider, cet été, nos touristes à prendre un autre chemin.

La Suisse, qui, depuis plus d'un siècle, fait en grand le commerce des voyageurs, et à qui, en particulier, les touristes français, artistes, gens de lettres ou bourgeois ont créé une réputation universelle entraînant, chaque année, du côté de l'Oberland, le flot des promeneurs de Panurge, la Suisse a peut-être tort, au point de vue même de ses intérêts bien compris, de détourner d'elle, dans un mouvement de mauvaise humeur, une partie importante de ce Pactole.

Elle n'est pas seule au monde à posséder des montagnes admirables, la Suisse; elle n'a pas le monopole des Alpes sublimes, et, sans bien chercher, nous pourrions trouver, à deux pas d'elle, sans sortir de chez nous, de quoi la remplacer avantageusement.

Nous avons, en effet, des Alpes françaises qui, en Savoie, et, surtout, en Dauphiné, où elles sont encore à peu près inédites, défient toute concurrence sous le triple rapport de la beauté, de la variété et du pittoresque.

La Suisse ne nous est supérieure qu'à un seul point de vue, celui de l'organisation des moyens de locomotion et des endroits de réfection. On y trouve des chemins de fer à peu près dans tous les coins, sur tout les sommets, et il y a des hôtels le long de tous les chemins de fer.

Chez nous, en Dauphiné, si le paysage comme cimes est irréprochable, ça pêche un peu par la base, c'est-à-dire que pour les touristes qui, tout en appréciant les beautés de la nature, ne dédaignent pas les jouissances du confort, nos diligences sont par trop imparfaites et nos auberges encore plus primitives.

Les alpinistes sérieux qui, comme le sage de l'antiquité, portent tout sur leur dos, et qui, à quelque trois mille mètres au-dessus du niveau de la mer, tirent gaiement leur déjeuner de leur sac, ne s'arrêtent pas à de pareilles misères.

L'hôtel, j'entends l'hôtel perfectionné comme en Suisse, les gérait plutôt. Ils ne grimperont pas là-haut, aussi haut qu'on peut monter, comme dans la chanson de Malbrouk, pour y rencontrer toutes les commodités de l'existence.

Non, les alpinistes sérieux recherchent surtout les difficultés à vaincre, les périls à braver, les pics réputés inaccessibles à conquérir, et le Dauphiné les sert à souhait. Parmi nos Alpes, en commençant par la Moije homicide, combien de montagnes n'ont pas la meurtrière renommée du Mont-Cervin, et qui pourraient cependant parfaitement dire aux amateurs:

— Je vous tuerai, messieurs, tout aussi bien qu'une autre!

Mais le monde de touristes, — même montagnards, — n'est pas exclusivement composé d'alpinistes sérieux. Tous ne demandent pas seulement à la montagne des émotions dramatiques. Beaucoup sont enchantés d'y rencontrer l'agréable et l'utile. Ces sybarites, qui emportent à la semelle de leurs souliers, jusque sur le névé des glaciers et le granit des arêtes, un peu des désirs matériels d'en bas, interrompraient volontiers la plus sublime des contemplations pour s'informer de l'heure et du menu du dîner.

— Je vis de bonne soupe et non de paysage, ajouteraient-ils même, en démarquant le bonhomme Chrysale de Molière, si on leur reprochait leur prosaïsme vulgaire en face de tant de sauvage poésie.

Au fond, tout le monde a raison, et comme il y a, en définitive, temps pour tout, rien n'empêche d'alterner les satisfactions du corps et celles de l'âme, de nourrir à la fois l'intelligence et l'estomac, de faire succéder la prose au poème, et le dîner à la