

**Zeitschrift:** Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels  
**Herausgeber:** Schweizer Hotelier-Verein  
**Band:** 2 (1893)  
**Heft:** 49

**Artikel:** Ueber die Verwendung und den Wert von Clichés bei Annoncen  
**Autor:** [ss.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-522864>

### **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:** 02.04.2026

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

Abonnement:

Schweiz: Fr. 5.- jährlich. Fr. 3.- halbjährlich. Ausland: Unter Kreuzband Fr. 7.50 (6 Mark) jährlich. Deutschland, Österreich und Italien: Bei der Post abbestellen: Fr. 5.- (Mk. 4.-) jährlich. Vereinsmitglieder erhalten das Blatt gratis

Inserate:

20 Cts per 1 spatige Petitsetze oder deren Raum. Bei Wiederholungen entsprechenden Rabatt. Vereinsmitglieder bezahlen die Hälfte.

Abonnements:

Pour la Suisse: Fr. 5.- par an. Fr. 3.- pour 6 mois. Pour l'Étranger: Envoi sous bande: Fr. 7.50 par an. Pour l'Allemagne, l'Autriche et l'Italie. Abonnement postal: Fr. 5.- par an. Les sociétaires reçoivent l'organe gratuitement.

Annonces:

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

# Hôtel-Revue

2. Jahrgang 2<sup>me</sup> ANNÉE

Organ und Eigentum des

Organe et Propriété de la

Schweizer Hotelier-Vereins.

Société Suisse des Hôteliars.

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

TÉLÉPHONE No. 1573.

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

## Ueber die Verwendung und den Wert von Clichés bei Annoncen.

Schon öfters haben wir beim Durchgehen unserer hauptsächlichsten Tagesblätter, die ja namentlich während der Saison häufig von den Hoteliers zu Reklamezwecken benutzt werden, die Beobachtung gemacht, wie einestheils die betreffenden Hoteliers mit ihren Insertions-Aufträgen etwas schablonenmässig vorgehen, wie andererseits aber die betreffenden Blätter ihre Inserenten wenig rücksichtsvoll behandeln. Bis jetzt begnügten wir uns, die betr. Inserenten, wenn es Vereinsmitglieder waren, jeweilen schriftlich auf fragl. Uebelstände aufmerksam zu machen, da jedoch bis jetzt keine Besserung eingetreten, so glauben wir unsern Lesern zu lieb einmal mit der Angelegenheit vor die Öffentlichkeit treten zu müssen.

Jeder, der den Weg der Insertion in Zeitungen, Zeitschriften, Reisebüchern etc. betritt, um sein Hotel einem weitem Leserkreise bekannt zu machen oder in Erinnerung zu bringen, hat dabei das Bestreben, sein Inserat so auffällig wie möglich zu machen, denn hiervon hängt ja, namentlich in politischen Blättern, gerade die Wirksamkeit desselben zum grössten Teile ab. Als Hilfsmittel zur Erreichung dieses Zweckes bedient man sich der bildlichen Veranschaulichung des zu empfehlenden Hotels, sei es nur als Gebäude oder sei es gleichzeitig als Mittelpunkt eines auf See und Gebirge oder sonstige romantische Gegend sich erstreckendes Panorama. Ist die Anwendung solcher Abbildungen ratsam? Ja und Nein! Ja, wenn es sich um Annoncen in Zeitschriften, bessern Kursbüchern und hervorragender Reiseliteratur handelt. Nein, wenn bei Annoncen-Aufträgen unsere grösseren Tagesblätter als Insertionsorgane benutzt werden. Diese Blätter können infolge ihres täglichen Erscheinens und ihrer grossen Auflage unmöglich diejenige Sorgfalt auf den Druck verwenden, wie sie eine Illustration verlangt. Zweitens beeinträchtigt die verhältnismässig geringe Qualität des Papiers und der Druckerschwarze bei Tagesblättern die getreue Kopie einer Abbildung. Drittens aber, und hierin liegt der grösste Entschuldigungsgrund für die betr. Blätter, arbeiten dieselben meistens mit Rotationsmaschinen, bei welchen der Druck nicht direkt vom Originalsatz bewerkstelligt wird, sondern von Stereotypplatten; d. h.: von dem Originalsatz werden zuerst Matrizen angefertigt; dieselben werden durch Aufeinanderkleben feinen dünnen Papiers mittelst einer besonderen Masse, erzeugt, indem dann der Typensatz durch Klopfen mit einer weichen Bürste abgepresst wird. Aus diesen Matrizen werden dann, durch Abguss derselben in Bleilegierung, Stereotypplatten her-

gestellt. Auch dem Laien wird es begreiflich sein, dass bei dieser Manipulation und der hierfür bei Tageszeitungen bedingten Schnelligkeit die Wiedergabe eines Bildes nicht mit der ausgeprägten Feinheit erfolgen kann, wie sie das Original selbst zeigt.

Es wäre deshalb ungerecht, den betr. Blättern dieserhalb einen Vorwurf machen zu wollen, denn es lässt sich hierin aus technischen Gründen mit dem besten Willen nichts ändern, namentlich dann nicht, wenn es sich um ein nach Photographie durch Zinkätzung oder Autotypie hergestelltes Cliché handelt. Dagegen dürfen die betreffenden Blätter, eventuell auch die Annoncen-Expeditionen, vorkommenden Falls so coulant sein, den Auftraggeber auf diese misslichen Umstände aufmerksam zu machen, selbst auf die Gefahr hin, das Inserat in seiner Raumgrösse beeinträchtigt zu sehen.

Verkehrsverein in Locarno genau dasselbe Cliché erbeten, das zur Insertion in fragl. Blättern benutzt wurde.

Vom Verkehrsverein Locarno ist unserm Gesuche in verdankenswerter Weise sofort entsprochen worden, jedoch nicht ohne seinerseits sich ebenfalls sehr abfällig über die Ausführung der betr. Insertionsaufträge auszusprechen.

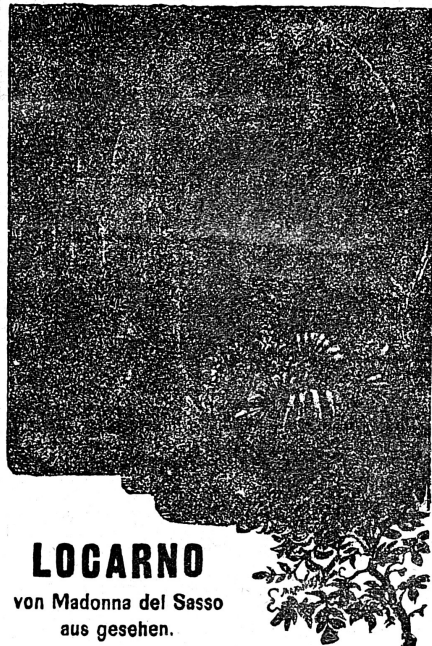
Das erhaltene Original-Cliché ist nun allerdings nicht mehr neu, aber dass mit der nötigen Pflege ein ganz ordentliches Bild wiedergegeben werden kann, beweist vorstehender Abdruck links. Wir denken, es sollte diese bildliche Veranschaulichung genügen, um den Wert von Abbildungen in Blättern, die mit Rotationsmaschinen und in Folge ihrer Auflage mit grosser Hast arbeiten müssen, bemessen zu können.

Denjenigen Lesern nämlich, denen Locarno bekannt, war es nicht nötig, die Gegend bildlich vor Augen zu führen, und solche, die Locarno noch nicht kennen, werden bei Betrachtung der Abbildung rechts kaum einen Begriff von Locarno und dessen Lage bekommen haben.

Klingt es nicht wie Hohn, wenn man unter der Abbildung rechts liest: „Locarno von Madonna del Sasso aus gesehen.“ Sollte es nicht eher heissen: „Locarno bei Nacht?“ Nein; denn auch diese Bezeichnung klinge noch höhnisch, weil Locarno sogar bei Nacht schöner ist, als Figura zeigt. Kaum dass man die Säulen des Wandelganges des Minoritenklosters Madonna del Sasso auf der Zeichnung unterscheidet, abgesehen davon, dass das Cliché allein einen Raum von ca. 80 Petitzeilen à 20—25 Ct. die Zeile umfasst. Unsere inserierenden Leser mögen diese Auseinander-



LOCARNO von Madonna del Sasso aus gesehen.



LOCARNO von Madonna del Sasso aus gesehen.

Wir haben es für nötig gefunden, für unsere Behauptungen, die sonst möglicherweise als übertrieben angesehen werden könnten, wenigstens ein Beweisstück aufzuführen und haben wir deshalb von einem solchen mit einer Abbildung geschmückten Inserate eine Photographie und nach dieser ein Cliché (siehe Abbildung rechts) anfertigen lassen.

Diese Illustration (?) erschien vor nicht langer Zeit in zwei der angesehensten Blätter von Basel und Zürich, mit begleitendem Text.

Der Verkehrsverein von Locarno, der, wie aus dem Text des Inserates ersichtlich war, im Auftrage sämtlicher dortigen Hoteliers, dasselbe als Kollektiv-Annonce aufgegeben, handelte selbstverständlich in dem guten Glauben an eine zweckentsprechende Ausführung des Auftrages seitens der betr. Blätter.

Dieser Artikel war ursprünglich für die Nummer von letzter Woche bestimmt, jedoch vor Drucklegung kam uns der Gedanke, es könnte vielleicht die schlechte Wiedergabe der Abbildung zum Teile der mangelhaften Ausführung des Original-Clichés oder der Abgenutztheit desselben zuschreiben sein. Um auch hierin sicher zu gehen, haben wir uns vom

dersetzung insofern sich zu Nutzen ziehen, als sie ihre Annoncen in den grossen Tagesblättern auf andere Weise als durch Illustrationen auffällig zu gestalten suchen, durch Auswahl grosser Schriftgattungen z. B., oder wenn absolut eine Abbildung sein muss, gut, dann lasse man sich die wenn auch etwas hohen Kosten eines tief geschnittenen Holzschnittes nicht gereuen; man verwende jedoch niemals den Holzschnitt selbst, sondern lasse sich einige Galvanos davon anfertigen, die dann wenigstens ein annäherndes Bild des zu veranschaulichenden Gegenstandes ermöglichen.

Den betreffenden Blättern, die wir im Interesse der Sache leider etwas aufs Korn nehmen mussten, möchten wir empfehlen, ihre möglichste Sorgfalt in den von uns hervorgehobenen Fällen walten zu lassen und eventuell den Inserenten eher von der Benutzung einer Abbildung, deren korrekte Wiedergabe sie nicht garantieren können, abzuraten, als denselben allerdings unabsichtlich, nur halb zu befriedigen, überdies gereichen ja Illustrationen, wie die besprochene, dem Ansehen der betr. Blätter keineswegs zur Zierde, noch weniger dienen sie ihnen selbst als — Reklame.