

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

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: 14.02.2026

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.

Insérat:
20 Cts. per 1 spaltige
Petzeile
oder deren Raum.
Bei Wiederholungen
entsprechenden
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.

Annones:
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^{me} ANNÉE

Organ und Eigentum

Organe et Propriété

des

de la

Schweizer Hotelier-Vereins.

Société Suisse des Hôteliars.

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

TÉLÉPHONE No. 1373.

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

Ablösung der Neujaars-Gratulationen.

Exonération des Souhaits de Nouvelle-Année.

Durch einen Beitrag zu Gunsten der „Fachschule des Schweizer Hotelier-Vereins“ haben sich von den Neujaarsgratulationen entbunden:

Par un don au profit de l'École professionnelle de la Société Suisse des Hôteliars se sont exonérés des souhaits de nouvelle année:

Übertrag Fr. 800
Grünig Chr., Hotel Krone Schaffhausen „ 5
Waelly A., Kurhaus Magglingen „ 10
Total Fr. 815

La guerre de tarifs.

Zurich, le 29 décembre 1892.

A la Société Suisse des Hôteliars.

(Monsieur J. Döpfner, président, à Lucerne.)

Le 1^{er} janvier 1893 sera déclarée la guerre de tarifs avec la France. La lutte que l'incroyable aveuglement de la Chambre française nous impose si brutalement, apportera de profondes modifications dans les échanges commerciaux avec notre voisin de l'ouest.

Il est du devoir de toutes les vocations, de toutes les professions, en un mot de tous les Suisses, de prendre hautement la défense des intérêts généraux du pays, encore que certains métiers et industries dussent en subir quelque atteinte, voire même faire des sacrifices considérables.

A cette guerre de tarifs, l'industrie hôtelière desservant le mouvement des étrangers est tout particulièrement intéressée, en ce sens que jusqu'ici elle tirait de France une fraction notable de ses besoins en certains articles de consommation, tels que vins, conserves, volailles, etc.

Pour l'industrie des hôtels, il faut de plus envisager le fait spécial que les consommateurs, c'est-à-dire les voyageurs, la clientèle, ne sont pas des enfants du pays, mais appartiennent en majeure partie à d'autres nationalités et seront par conséquent moins disposés à s'inspirer de considérations patriotiques à tous égards justifiées.

En dépit de cela et dans les conditions créées par le rejet de l'arrangement franco-suisse, les représentants de cette industrie, hôteliers, restaurateurs, aubergistes, ne peuvent ni ne doivent séparer leurs intérêts propres de ceux de la nation tout entière; mais il faut qu'ils se rendent compte immédiatement de la place qu'ils ont à prendre parmi leurs concitoyens pour affronter la bataille qui va s'engager.

Il ne s'agit pas de payer purement et simplement les droits relevés ou d'accepter avec résignation le nouvel état de choses; il s'agit encore moins de se préoccuper de la possibilité d'obtenir des facilités particulières; bien au contraire, il importe d'examiner attentivement pour quels articles de consommation on pourrait trouver, soit dans le pays même, soit dans d'autres états limitrophes, des sources de valeur équivalente ou susceptibles de donner lieu à des transactions plus actives. Il va sans dire que cette enquête devrait porter tout d'abord sur la Suisse.

Jamais la Société Suisse des Hôteliars n'a eu une si belle occasion de fournir la preuve de son droit à l'existence et de faire acte de solidarité en faveur des intérêts communs de notre patrie.

Il y a urgence extrême: nous sommes à l'époque habituelle des achats et de la conclusion de contrats de fournitures; il serait donc opportun et utile que la Société Suisse des Hôteliars, pour autant qu'elle se propose de prendre position dans cette question si vitale pour l'existence de la Suisse au point de vue de l'économie nationale, entreprit de suite l'examen de la situation actuelle sous toutes ses faces.

A mon humble avis, le Comité de la Société Suisse des Hôteliars devrait convoquer dans le plus bref délai possible une conférence; à cette première réunion devraient assister, non seulement le Comité renforcé de plusieurs collègues compétents en la matière, mais encore quelques personnes haut placées et familières avec toutes les questions de politique commerciale; le cas échéant on pourrait s'assurer de leur précieux concours.

Etant donnée la gravité de la situation de l'heure présente, je tenais à exprimer les réflexions qu'elle me suggère et qui d'ailleurs ne reflètent que mon opinion personnelle.

Veuillez agréer, etc.

Ed. Guyer-Freuler.

Reklame.

„Servietten“-Automaten.

In Paris hat sich eine automatische Reklame-Gesellschaft, pardon, wir wollten sagen eine Gesellschaft automatischer Reklame gegründet, auf grossem Fuss, natürlich. Ihr System besteht darin, in allen „W. C.“ (auf deutsch 00) des „Hotel Continental“ und des „Grand Hotel“ in Paris, sowie der transatlantischen Schiffe und der Wagons der Internationalen Schlafwagen-Compagnie „Servietten“-Automaten aufzustellen. Der Prospektus sagt hierüber:

„Jeder Automat enthält ein Paket von 400 Blättern, wovon 320 „Servietten“ und 80 Reklamezettel, und zwar so, dass jedes fünfte Blatt ein Annoncenzettel ist, welcher gezogen werden muss, um eine der 4 darauffolgenden „Servietten“ zu erlangen. (Ob die Reklamezettel auch als „Servietten“ benutzt werden können, ist nicht gesagt; ein Verbot wird diesbezüglich kaum bestehen.) Der Prospektus taxiert die Zahl der in den Automaten des „Grand Hotel“ in Paris eingeschalteten Reklamezettel auf 800,000 per Jahr, demnach müssten also 4mal so viel „Servietten“ zur Verwendung gelangen, macht 3,200,000. Rechnet man für das „Grand Hotel“ 150,000 Logiernächte, so trüfe es per Kopf und per Tag 21 „Servietten“ und die Reklamezettel mitgerechnet, sogar 28 per Kopf und per Tag. Das „Hotel Continental“ wird in gleicher Höhe taxiert, trotz der Minderzahl von ca. 200 Betten. Der Verbrauch an „Servietten“ auf den transatlantischen Schiffen wird auf jährlich 4,000,000 geschätzt, dazu käme also noch 1 Million Reklamezettel. 1,850,000 dieser bedruckten *parforce*-Zettel würden den Passagieren der *Wagons-Lits* aufgedrängt, samt den 7,400,000 „Servietten“. In *summa summarum* geben die Automaten 5,450,000 Reklamezettel und 21,800,000 „Servietten“ heraus. Wie dies alles kontrolliert wird, ist nicht gesagt. Eine Garantie über die richtige Nutzbarmachung der Reklamezettel wird schwerlich gegeben werden können, jedoch ist von zwei Dingen eines als bestimmt anzunehmen: Ist das Papier, auf welchem die Annoncen gedruckt sind, gut, dann ist der Inserent der Lakirte, weil der Zettel dann mutmasslich zur

Feuilleton.

Humoristisch-statistische Plauderei.

Die Schweiz ein wildes Land! Wie hat man sich damals nicht gestraubt und gesperrt gegen diesen Ausspruch von „änet dem lthy“. Ja, ein wildes Land, die reinste Menagerie, aber auch zugleich ein von Gott gesegnetes Land, ein Paradies. Wir wollen dies an Hand des vom Schweizer Hotelier-Verein herausgegebenen Hotel-Adressbuches, dem sich auch eine humoristische Seite abgewinnen lässt, nachweisen. Verwandeln wir nämlich, so weit möglich, alle Hotelnamen in lebende Wesen, beziehungsweise in das, was die Namen im wahren Sinne des Wortes bedeuten, so stellt sich dabei heraus, dass die Schweiz wirklich einer Menagerie inmitten eines reizenden Parkes gleicht. Benutzen wir den Neujahrstag dazu, um mit unsern Lesern einen Rundgang durch die Menagerie und den Park zu machen. Wir bieten uns als Cicerone an und damit sich niemand langweilt, lassen wir dem Humor die Zügel schiessen.

Soeben beginnt die Vorstellung! Nur herein-spaziert meine Herrschaften! Es ist dies die grösste und reichhaltigste Menagerie der Welt! Ueber 300 Tiere aus allen Weltteilen sind hier zu sehen!

Hier meine Herrschaften 50 „Löwen“. Dieselben kommen sonst nur in Tunis, Algerien und Marokko vor und obwohl zu den grimmigsten Raubtieren zählend, leben sie hier ganz zahm und friedlich an der Landstrasse, froh, wenn sie von der Polizei nicht gemassregelt werden. Man unterscheidet „goldene Löwen“, „rote Löwen“ und dann gibt es auch noch mit ganz gewöhnlicher Ölfarbe angestrichene „Löwen“.

Hier sehen Sie 29 „Bären“, diese sonst so gefürchteten Tiere sind in diesem milden Klima alle zahm geworden, unterziehen sich willig der Dressur als Tanzbären. Im Hochsommer ernähren sie sich von Fremden, auch Einheimischen und Geschäftsreisenden. Im Winter sind sie es gewohnt, Tage lang mit leerem Magen zuzubringen.

Edelwild besitzt die Menagerie in Menge, z. B. an „Hirschen“ allein 36 Stück. Dieselben haben keine Scheu vor Menschen, fürchten weder echte noch Sonntagsjäger, weil sie ihr Latein gut verstehen, dagegen weichen sie den Annoncenjägern vorsichtig aus. Vier „Steinböcke“, 1 „Reh“ und zwei „Gemsen“, die sonst nur in höhern Regionen und im Dickicht der Wälder sich aufhalten, suchen ihre Nahrung in der Ebene, in Städten und Dörfern.

Hier linker Hand 6 „Störche“, die aber weniger nach kleinen Kindern, als vielmehr nach ausgewachsenen, mit Gold gespickten Personen schnappen, ohne jedoch jemanden ins Bein zu beißen. Die zwei „Pfauen“, die ihnen Gesellschaft leisten, sind ebenso harmlos, werden aber sehr heftig, wenn man versucht, ihnen eine Feder auszusrupfen.

Hier 1 „Einhorn“, es ist dies ein Tier, welches eigentlich nie anders existiert hat, als in Fabeln und im Wappen Englands. Das Einhorn galt im Mittelalter als das Symbol der Jungfräulichkeit. In neuerer Zeit tragen gewisse zivilisierte Zweibeiner, auch Ehemänner genannt, zwei Hörner, jedoch meistens, ohne dass sie es wissen. Diese beiden Hörner symbolisieren jedoch das Gegenteil der Jungfräulichkeit. Weil wir gerade bei den Hornviechern sind, so wollen wir zu den „Ochsen“ übergehen, die Zahl ist verhältnismässig gering, es trifft auf jeden Kanton nur einen. Es gibt zwar noch eine Menge Ochsen, diese gehören aber nicht zur Menagerie, weil es meistens gebildete Ochsen sind und wir überhaupt nur die vierfüssigen vorführen.

Hier meine Herrschaften sehen Sie 32 „Rössli“, 4 „Schäfl“ und 1 „Lamm“. Jeder von Ihnen kennt diese Art Haustierr, wenn er nicht selbst ein Schaf ist. Sie fragen, ob es denn hier keine Affen gibt, die doch in jeder Menagerie, auch in der kleinsten, vorhanden sind? Nein und auch. Wenn Sie in der