

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 3 (1894)
Heft: 34

Artikel: Une gerbe de fleurs. Partie I
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-522573>

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: 22.02.2026

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

Abonnement:
Schweiz: Fr. 5.— jährlich.
Fr. 3.— jährlich.
Ausland: Unter Kontrahent
Fr. 7.50 (6 Mark) jährlich.
Deutschland, Österreich und Italien:
Bei der Post abonniert:
Fr. 5.— (MK. 4.—) jährlich.
Vereinsmitglieder erhalten das Blatt gratis

Insérat:
20 Cts per 10 paginae Petit-
seiles oder deren Raum
Bei Wiederholungen
entsprechenden Rabatt.
Vereinsmitglieder
besaßen die Hälfte.

Hôtel-Revue

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: „Hôtellrevue Basel.“

TÉLÉPHONE No. 1578.

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

Fachliche Fortbildungs-Schule des Schweizer Hotelier-Verein.

Für den am 15. Oktober nächsthin beginnenden und mit 15. April 1895 endigenden zweiten

Fachschul-Kurs in Ouchy-Lausanne

werden nur noch bis Ende dieses Monates Anmeldungen entgegenommen.

Namens des Aufsichtsrates:

Der Präsident:

J. Tschumi,
Hôtel Beau-Rivage, Ouchy-Lausanne.

Offizielle Nachrichten.

In den Verein wurde aufgenommen:
Hr. Ph. Schwyder, Direktor des Hotel Therme in Vals.

Den Austritt haben erklärt:

Hr. Simon Schreiber, Hotel Post & Kurhaus in Thusis,
Schumacher-Burky, Hotel Croix fédérale, Neuenbg.,
H. Senn in London, alle drei auf 30. Septbr. 1894.

Blumenlese.

(Schluss).

II.

Treten Sie dem Weltverein bei! Derselbe bietet Ihnen viele Vorteile! So beginnt ein Herr J. Winkler in Wien seinen Prospekt. Herr Winkler ist Verleger von „Vom Guten das Beste!“, Organ des „Weltvereins“. Er verlangt weiter nichts, als dass die Hoteliers Abonnenten seines Vereinsorgans werden, was mit Einsendung von 1 Gulden 80 Kr. (3 Mark) geschehen kann. Man ist dann auch gleichzeitig Mitglied des Weltvereins, und, aus einer von uns liegenden Postkarte zu schliessen, scheint das Weltvereinsorgan auch eine jener bekannten „Hotel-listen“ zu führen. Das Verlangen des Herrn Winkler ist ja ein sehr bescheidenes und freundliches, *unfreundlich* aber kann Herr W. auch werden, man braucht nur seine Einladung unbeachtet zu lassen oder nicht gleich zu thun, was er befiehlt. Hier ein Musterstern (eine Postkarte an das Hotel X. in Neapel):

„Wie in beifolgender Nummer, so sind Sie schon lange enthalten. Sie haben aber noch nicht bezahlt.

Bitte jetzt *sogleich* 6 Mark einzuzenden, dann sind Sie auch Mitglied des Weltvereins, was Ihnen viel nützen kann, weil Sie dann auch von den Mitgliedern bevorzugt werden.

Eilt!

30/V. 94.

Hochachtend
Vom Guten das Beste!
gez. J. Winkler.“

Weiterer Kommentar überflüssig.

* * *

Nun kommt aber Einer, der es wirklich ehrlich meint, Einer, der für sich nicht nur nichts beansprucht, sondern der auch den erzielten Profit noch unter diejenigen verteilen will, die seinem Unternehmen grün sind. Grün sein ist hier-ei die erste Bedingung, weil, wie wir vermuten, dem Herrn H. W. Hohnholz in Hamburg, von dessen Unternehmen hier die Rede ist, die „Grünen“ die liebsten sind.

„Ich habe mir, sagt Herr Hohnholz, die Aufgabe gestellt, die hervorragendsten inserierenden Firmen (worunter in erster Linie die Hotels. Die Red.) zu einer **Aktiengesellschaft zwecks Herausgabe eines illustrierten Unterhaltungsblattes** zu vereinigen.“

Sehr gut, Herr Hohnholz, Unterhaltungsblätter haben wir ja so wie so noch keine; Sie kommen daher einem absoluten Bedürfnis entgegen.

„Das Unterhaltungsblatt wird mit einem grossartigen Zugmittel ausgestattet; es ist nämlich jeder

Abonnent und Käufer des Blattes während der Erscheinungsdauer gegen Eisenbahnunfall versichert“, heisst es im Prospekt weiter. Endlich einmal etwas Neues unter der Sonne, wohn doch das der sel. Ben Akiba noch erlebt hätte. O du glücklicher Leser des Hohnholz'schen Unterhaltungsblattes, 5000 Mark erhältst Du, resp. Deine Erben bei Todesfall, 3000 Mark bei gänzlicher Invalidität und 15 Mark per Woche bei vorübergehender Berufsstörung, hervorgerufen durch Eisenbahnunglück. Wenn dann noch zufüllig einer jener englischen Filzhüte, in welchen ebenfalls eine Police versteckt ist, Dein teueres Haupt bedeckte und Du vielleicht vorsichtigerweise in den Schlitz des Versicherungautomaten noch 1 oder 2 Batzen versenkst hast, dann kannst Du in aller Gemütsruhe einem Eisenbahnputsch entgegensehen oder Dich von den Rädern der Lokomotive zermalmen lassen, jedoch vergiss nicht das Unterhaltungsblatt, halte daran fest, wie am Vaterland.

Trauriges Zugmittel! Wie soll denn die Erscheinungsdauer resp. die Berechtigung zum Bezug der Versicherungsumsumme gemessen werden, etwa 24 Stunden vom Datum an, an welchem jeweilen das Blatt erscheint?

Und nun wieder zur Aktiengesellschaft. Man glaube ja nicht etwa, dass da der erste beste Hotelier Aktionär werden könnte, bewahre; nur 1—2 Hotels an jedem Platz, daher hat auch Herr Hohnholz ganz recht, wenn er sagt, man möge sich beeilen, er werde höchstens 300,000 Mark bedürfen und dann die Aktienzeichnung schliessen, übrigens sei jetzt schon vorauszusehen, dass es bei der Errichtung des ersten Drittels des Aktienkapitals sein Bewenden haben werde und man angesichts des mutmasslichen Reingewinnes von 150,000 Mark auf die Einzahlung des Restes verzichten könne. Der Gewinn werde sich mit der Zeit so steigern, dass die Inserenten selbst die Kosten ihrer Inserate zurückvergütet erhalten. Es ist diese von Herrn Hohnholz ausgeführte Berechnung keine so hoch gegriffene, denn die Münchner „Fliegenden Blätter“, welche von dem Hohnholz'schen Unterhaltungsblatt überflügelt werden sollen und deren erzielter Reingewinn auch für das neue Blatt massgebend ist, wie Herr Hohnholz behauptet, bilden ja ein ausgezeichnetes finanzielles Unternehmen. Aber, Herr Hohnholz, vergessen Sie nicht, wenn zwei dasselbe thun, so ist es nicht dasselbe.

Es liesse sich noch viel sagen über diese Aktiengesellschaft und der damit verbundenen Versicherung, es hat aber keinen Zweck; unsere Leser haben uns ja bereits verstanden und Herrn Hohnholz möchten wir zu verstehen geben, dass es uns weit ratsamer erschien, anstatt die Leser seines Unterhaltungsblattes gegen Unfall, die Aktionäre desselben gegen den Verlust ihrer Aktien zu versichern. Das wäre wenigstens einmal etwas Neues.

* * *

Die „**„Berliner Messe“**, Organ der Kurz- und Spielwarenbranche, findet ihren Weg auch über den Rhein, um zu angeln, zwar hat sie ihren eigenen Genre, sie sagt: „Wir reflektieren auf kein Abonnement, schicken Ihnen das Blatt immer gratis zum Auflegen, dagegen führen wir auf vielfachen Wunsch unserer Leser eine Tabelle empfehlenswerter Hotels und da der Raum hiefür ein sehr beschränkter, so dürfen Sie sich beeilen etc. etc.“

Facit: Das Berliner Spielwarenblatt ist für unsere Schweizer Hotels jar mischt.

* * *

Etwas besser gefüllt uns ein Herr Dr. Paine und seine zartere Hälfte. Letztere reist in Gesellschaft mit fünf Damen, wünscht aber jeweilen vor Ankunft in einem Hotel zu wissen, welche Preismässigung gestattet werde und wie es sich obendrein noch mit den an die Führerin zu verabfolgenden Prozenten von der Gesamtsumme verhalte. Dass sie, die Führerin, in Bezug auf Zimmer und Beköstigung

frei zu halten sei, das, bemerkt Herr Paine in seinem Schreiben, sei selbstverständlich.

Unterstützt! Will man unverschämmt sein, so sei man es gerade recht oder gar nicht.

Une gerbe de fleurs.

I.

La critique parue dans le N° 27 sur le „Guide“: **Voyages circulaires en Suisse**, publié par la librairie A. Bruckmann à Munich, nous a valu de cette maison une lettre de trois pages dont l'auteur reconnaît, c'est vrai, les défectuosités et inexacuités signalées, mais ajoute que celles-ci ne sont pas d'une nature si grave à justifier les coups de boutoir dont nous avons gratifié ce livre. A cela nous répondrons que nous n'avons pas un seul mot à retrancher de nos réflexions, d'autant moins que le dit „Guide“ a été soumis depuis lors dans d'autres journaux (p. ex. la „Nouvelle Gazette de Zurich“) à une critique qui, en ce qui touche les précieuses qualités, la réaction précise et la sûreté des indications de l'œuvre, n'est pas précisément flatteuse et cependant ces trois vertus sont celles dont l'éditeur se targue le plus dans ses circulaires.

L'éditeur fait observer en outre dans son épître que pour l'élaboration de son livre il a fait appel au concours des offices d'étrangers, ce qui rend encore moins compréhensibles les erreurs et lacunes du Guide; en effet, il n'est guère probable que si l'on avait demandé au bureau officiel de Bâle, quels sont les meilleurs restaurants de la ville, il eût indiqué des „boîtes“ fréquentées par les portefeuilles et les blouses bleues et pourtant le guide *précieux et sûr* de Bruckmann n'est pas exempt d'anicroches de ce genre. Nous devons en conclure qu'il s'agit essentiellement ici d'inscriptions en texte et l'argent n'ayant, comme on sait, pas d'odeur, il en résulte que — — —.

Guide international des voyages circulaires, c'est le nom d'un manuel édité par J. Rüllinger à Munich: nous avons à nous occuper moins de l'œuvre elle-même que du procédé adopté ce printemps à l'égard des hôteliers.

Il résulte de renseignements pris auprès de divers hôtels que ceux-ci ont fourni des annonces sur la promesse qu'il suffirait d'un unique versement de 20 Mk. pour que l'insertion figurât dans le „Guide“ d'une manière permanente, c'est-à-dire naturellement aussi dans les éditions ultérieures; c'est ainsi tout au moins que ladite promesse fut interprétée par chacun et notamment par tous ceux que nous avons questionnés à ce sujet, jusqu'au moment où la quittance de 20 Mk. arriva de Munich avec cette inscription significative: à l'un: „pour 2 ans“, à l'autre: „abonnement pour 1894/95.“ Pincés donc, tous ceux qui ont souscrit, et comment, c'est ce que nous allons démontrer aux intéressés.

En mai, nous priâmes l'éditeur du „Guide“ dont il s'agit de bien vouloir répondre à quelques questions qui nous intéressaient et reçumes une carte postale en la teneur suivante:

„Comme nous avons résolu de ne plus accepter dorénavant d'annonces ou insertions dans nos manuels de voyages, il est absolument superflu de remplir le questionnaire que vous nous avez adressé. Veuillez agréer, etc.

Munich, 10 Mai 1894. sig. J. Rüllinger.“

Voilà certes un beau cadeau pour les fournisseurs d'annonces! Non point qu'ils y perdent beaucoup à ne plus figurer dans le „Guide circulaire“, mais cette façon d'emboîter les gens par des phrases et de belles promesses devrait leur prouver une fois de plus qu'on ne saurait être trop prudent sur le terrain mouvant de la publicité et qu'il est bon de flaire un traquenard même derrière les entreprises en apparence les plus loyales. *Fin au prochain N°.*