

**Zeitschrift:** Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels  
**Herausgeber:** Schweizer Hotelier-Verein  
**Band:** 3 (1894)  
**Heft:** 11

**Artikel:** Die Verkehrsvereine : ihr Standpunkt und ihre Bedeutung  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-521883>

### **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. 6.— jährlich.  
Fr. 3.— halbjährlich.

## Ausland:

Unter Kreuzband  
Fr. 7.50 (6 Mark) jährlich.  
Deutschland,  
Österreich und Italien:  
Bei der Post abonnirt:  
Fr. 8.— (Mk. 4.—) jährlich.  
Vereinmitglieder  
erhalten das Blatt gratis.

## Inserate:

20 Cts per typographische Petit-  
zeile oder deren Raum.  
Bei Wiederholungen  
entsprechender Rabatt.  
Vereinmitglieder  
bezahlen die Hälfte.

## Abonnements:

Pour la Suisse:  
Fr. 6.— par an.  
Fr. 3.— pour 6 mois.

## Pour l'Etranger:

Envoi sous bande:  
Fr. 7.50 par an.  
Pour l'Allemagne,  
l'Autriche et l'Italie.  
Abonnement postal:  
Fr. 8.— 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

3. Jahrgang

3<sup>me</sup> ANNÉE

Organ und Eigentum

des

**Schweizer Hotelier-Vereins.**

Organe et Propriété

de la

**Société Suisse des Hoteliers.**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.“

## Die Verkehrsvereine.

### Ihr Standpunkt und ihre Bedeutung.

Vertieft man sich in die Jahresberichte der Verkehrsvereine verschiedener Städte und Fremden-Verkehrszentren, so fällt es einem auf, wie grundverschieden oft der Standpunkt ist, auf welchen sich dieselben stellen, wie verschiedenartig die Mittel zur Erreichung ihres Zweckes und wie in gewissen Punkten abweichend die Ziele derselben sind. Man dürfte hier einschalten, dass auch das Ansehen dieser Vereine ein verschiedenartiges sein kann; die Jahresberichte derselben bestätigen diese Annahme voll und ganz.

Der Standpunkt eines Verkehrsvereins ist an den meisten Orten ein durch die geographischen oder lokalen Verhältnisse gegebener, nichtsdestoweniger aber sind namentlich die lokalen Verhältnisse, soweit sie die Behörden und die allgemeine Bevölkerung anbetreffen, oft derart, dass sie die ursprünglichen Ziele des Vereins in andere, begrenzte Bahnen zu lenken im Stande sind, wie umgekehrt, ebenfalls durch die Stellungnahme der Behörden, Verkehrsanstalten und Bevölkerung, ein Verkehrsverein ungeahnte Entwicklungen durchmacht und sich, mit dem Fluge der Zeit, stets auf der Höhe zu halten weiss.

Es ist nicht unsere Absicht in die Details der Thätigkeit der diversen schweizerischen Verkehrsvereine einzutreten, sondern vielmehr in gewissen Beziehungen Vergleiche anzustellen zwischen denselben und denjenigen benachbarter Länder.

Die meisten der schweizerischen Verkehrsvereine legen ein Hauptaugenmerk darauf, mit peinlichster Sorgfalt Zahlen zusammenzustellen, welche, am Ende jedes Monats addiert, die Gesamtzahl der in ihrer Stadt oder an ihrem Fremdenplatz abgestiegenen Fremden ergibt und mit besonderer Genüthung und Selbstgefälligkeit wird dann an Hand dieser Zahlen konstatiert, dass der Fremdenverkehr in diesem Monat gegenüber demjenigen des Vorjahres um so und so viel Hundert oder während der ganzen Saison um so und so viel tausend Personen gegenüber der Saison vorigen Jahres zugenommen habe. Richtig betrachtet, steckt aber hinter diesen Zahlen alles, nur nicht das, was man damit sagen will. Allerdings, wenn es sich nur darum handelt, nachzuweisen, wie viel Personen einen Ort besucht, um damit vor der Öffentlichkeit zu renommieren und weitere Zugler anzulocken, gut, dann mag dieses System genügen, obwohl es zu ganz falschen Schlussfolgerungen Anlass giebt; wenn aber in den Jahresberichten der Verkehrsvereine aus den Personal-Frequenzziffern das kühne Facit gezogen wird, dass die Gasthöfe diesen oder jenen Orts letztes Jahr besser wie im vorvorigen Jahr gearbeitet haben, weil einige Tausend mehr Fremde abgestiegen sind, so gestatten wir uns, dieses Facit in Zweifel zu ziehen, denn diese Berechnung beruht auf Anhaltspunkten, die für die Richtigkeit einer solchen Schlussfolgerung keine Garantie bieten, nämlich lediglich auf dem System der Zählung der abgestiegenen Fremden. Diesem Systeme möchten wir dasjenige des „Landesverbandes für den Fremdenverkehr in Tirol“ gegenüberstellen. Der Jahresbericht dieses Vereines sagt: „Unter die wichtigsten Aufgaben des Bureaus gehörte in erster Linie die Ausarbeitung der Ertragsstatistik aus dem Fremdenverkehr. Laut derselben hatten Nord- und Süd-Tirol zusammen im Jahre 1890 eine Frequenz von 190,574 Personen mit 7,015,351 Gulden Einnahmen und im Jahre 1892: 198,050 Personen mit 7,239,672 Gulden Einnahmen.“

Das sind Zahlen, die etwas beweisen. Hier gleich ein Exempel: Tirol hatte im Jahre 1892 7476 Personen mehr als im Jahre 1890; das effektive Ereignis war nun allerdings im Jahre 1892 auch ein

günstigeres als anno 1890, aber doch nicht in dem Masse, als man nach dem Rechnungssysteme unserer Schweizer Verkehrsbureau annehmen könnte, denn im Jahre 1890 vereinnahmten die Tiroler Fremden-etablissemens von jedem Fremden im Durchschnitt 36 Gulden 80 Kreuzer, im Jahre 1892 dagegen 36 Gulden und 50 Kreuzer. Tirol hätte im Jahre 1892 mit seinen 7476 mehr Fremden ca. 50,000 Gulden mehr einnehmen müssen als dies in Wirklichkeit der Fall war, und dies nur, um mit der Rendite mindestens auf gleicher Höhe wie 1890 zu stehen.

Wenn aber unsere Verkehrsbureau ihren statistischen Frequenzziffern eine nationalökonomische Bedeutung beimessen wollen (was nicht selten geschieht), so gehen sie so lange um einen Schritt zu weit, als sie nicht mit Ertragsziffern aufrücken oder zum mindesten sich an die Zahl der Schlafnächte halten. Wenn z. B. von 70,000 Personen jede derselben während dem Verlauf einer Saison an ein und demselben Ort 3 Tage und 3 Nächte verweilt, so ergibt das 210,000 Schlafnächte, wenn dagegen 80,000 Personen nur 2 Tage und 2 Nächte an demselben Ort zubringen nur 160,000, also ein Minus von 50,000 Schlafnächten und ebensoviel Déjeuners, Dinners und Soupers, trotz der Mehrfrequenz von 10,000 Personen. Es kommt also nicht auf die Zahl der Personen an. Vom nationalökonomischen Standpunkte aus wäre es daher wichtiger, wenn die Verkehrsbureau nach Schlafnächten zählen würden, d. h. wenn sie jeden Morgen aufzeichnen könnten, so und so viel Fremde haben von gestern auf heute in den Hotels genächtigt. Irren wir nicht, so rechnen die Verkehrsbureau Basel und Bern nach diesem System.

Allerdings reicht eine bloß nach Schlafnächten zählende Statistik in Bezug auf Klarheit und Wert nicht an diejenige des Verkehrsverbandes Tirols heran, aber sie würde doch immerhin ein kostbares Material bilden zu Händen der Behörden bei Erteilung von Konzessionen für neue Hotels und Pensionen, denn es liesse sich dann mit authentischen Zahlen nachweisen, dass von so und so viel Betten selbst in der Hochsaison im Durchschnitt nur höchstens 60 bis 70% besetzt waren, also von der Notwendigkeit neuer Hotels an demselben Ort nicht die Rede sein kann. Auf diesen Standpunkt hat sich der Verkehrsverband Tirol zu heben verstanden, denn laut seinem Jahresbericht wurde dessen Präsidium zu verschiedenen Malen vor der Statthaltereie um Abgabe von Gutachten vor Erteilung von Wirtschaftskonzessionen angegangen.

Man mag uns vorwerfen, dass wir uns hier speziell auf den Standpunkt der Hotels stellen, es ist dies richtig, aber wir thun dies mit vollem Recht, denn wo anders spielt sich der Fremdenverkehr ab, als in den Hotels? Sind nicht an den meisten Orten die Hotels die Urheber und die Meistförderer der Verkehrsvereine und ihrer Bestrebungen. Das Hotelwesen als solches gilt in dem Touristenlande par excellence, der Schweiz, als eine ihrer Hauptindustrien, mit welchem Staat, Kantone und Gemeinden rechnen. Die  $\frac{3}{4}$  Millionen Franken Patentsteuern und 5 Millionen Franken Alkoholmonopol-Erträge der Schweiz rühren nicht zum kleinsten Teil von Hotels und Pensionen her, abgesehen davon, dass von den Einnahmen der Fremden-Etablissemens nur ein verhältnismässig geringer Teil als Netto-Ertrag zurückbleibt, wogegen an mehr als  $\frac{1}{10}$  des Brutto-Ertrages die Landwirtschaft, Handel und Industrie des Landes partizipieren. Wohl muss zugegeben werden, dass es nicht immer am Willen der Verkehrsvereine fehlt, um nach dieser Richtung hin erspriesslicheres zu leisten, sondern sehr oft am Können, mangels nötigen Entgegenkommens seitens der nächsten Interessenten, nämlich der Hotels selbst. Man sollte jedoch meinen, dass das, was im Tirol ohne Schwierigkeit möglich ist, auch in der Schweiz sollte durch-

geführt werden können. Wir wissen zwar nicht, auf welchem Wege sich der Landesverband Tirol in den Besitz der Ertragsziffern setzt, glauben aber annehmen zu dürfen, dass auf diesbezügliche Anfragen von demselben bereitwilligst Auskunft hierüber gegeben werden wird. (Schluss folgt.)

## „Münchener Neueste Nachrichten.“

Laut uns gewordenen Mitteilungen fahren die „Münchener Neuesten Nachrichten“ mit ihren bekannten „Schmeicheleien“ und „Liebenswürdigkeiten“ gegen die Schweiz und die Schweizer Hotels fort und schimpfen darauf los, was das Zeug hält. Wer sich auf den Standpunkt der „Münchener Neuesten Nachr.“ zu stellen versteht, resp. wer weiss, dass alle Ausfälle gegen die Schweiz und ihre Hotels, unter welcher Flagge sie auch immer segeln mögen, in der Küche des betr. Blattes gebraut werden, der mag vielleicht eine Erklärung für dieses ganz gemeine Vorgehen finden; wer diese Erklärung aber nicht findet, dem wollen wir sie geben.

Die „Münchener Neuesten Nachrichten“, die sich in ihrem Prospekt als „Erstes Annoncenblatt Deutschlands“ gerieren, führen in ihren Inseratenspalten eine Rubrik „empfehlenswerter Hotels“. Jedes Hotel, das sich zu einem Abonnement der „M. N. N.“ herbeilässt, wird „gratis“ in diese Rubrik aufgenommen und da nach Ansicht der „M. N. N.“ nur diese Hotels zu den „empfehlenswerten“ gehören, so ergibt sich die Lösung des Rätsels, resp. die obenerwähnte Erklärung für die schamlose Campaigne der „M. N. N.“ gegen die Schweiz von selbst. Die „M. N. N.“ überschweben nämlich die Schweiz jährlich drei bis vier mal mit ihren ziegelroten Prospekten und da muss wohl das Resultat dieser Abonnenten-Jagd ein herzlich geringes und demzufolge auch die Zahl der „empfehlenswerten“ Hotels eine sehr minime sein. Was liegt daher näher, als dass die „M. N. N.“, gestützt auf das geringe Verständnis, welches die Hoteliers der Schweiz für 25 fränkige „Gratis“-Reklame haben, sich rächen, indem sie die von früher her schon als „wildes Land“ bezeichnete Schweiz noch „wilder“ machen. Wie man sieht, entspringen die Auslassungen der „M. N. N.“ gegen die Schweiz und speziell die Hotels den niedrigsten Beweggründen, die man sich denken kann und dürfte es für die Schweizer Hoteliers angesichts der jetzt stattfindenden Abonnements-Erneuerungen für die Saison angezeigt sein, die „Münchener Neuesten Nachrichten“ zu ignorieren. Wie uns aus zuverlässiger Quelle mitgeteilt wird, hat schon eine ansehnliche Zahl Hoteliers der Central-Schweiz sich entschlossen, das benannte Blatt nicht mehr zu abonnieren. Recht so! Ein allgemeiner Boykott ist das beste Pflaster für den ungewaschenen Mund der „Münchener Neuesten Nachrichten“.

Bei dieser Gelegenheit dürfte es interessieren zu vernehmen, dass die „M. N. N.“, welche kurz nach dem deutsch-französischen Kriege gegründet wurden, aus den geheimen Fonds des Reichs unterhalten und von lauter waschechten Chauvinisten redigiert werden zum Zwecke, die bayrische Bevölkerung zu germanisieren. In diesem Umstände dürfte vielleicht ein weiterer Grund oder am Ende gar der Hauptgrund der Animosität gegenüber der Schweiz zu suchen sein, denn es ist ja nicht ausgeschlossen, dass die „M. N. N.“ einen Hemmschuh gegenüber ihren Bestrebungen in der republikanischen Luft erblicken, welche die in der Schweiz verweilenden Bayern umweht. Es wären dies zwar bei den Haaren herbeigezogene Motive, aber — hilft nichts, so schadet nichts.