

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels

Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein

Band: 3 (1894)

Heft: 14

Artikel: Die "Münchener Neuesten Nachrichten" und die "Hôtel-Revue"

Autor: [s.n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-521962>

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>

Basel, den 7. April 1894.

Erscheint Samstags.

N° 14.

Bâle, le 7 Avril 1894.

Paraissant le Samedi.

Abonnement:
Schweiz:
Fr. 5.— jährlich.
Fr. 3.— halbjährlich.
Australien:
Unter Kreuzband
Fr. 7.50 (6 Mark) jährlich.
Deutschland,
Österreich und Italien:
Bei der Post abonniert:
Fr. 5... (MK.) jährlich.
Vereinmitglieder
erhalten das Blatt gratis

Inserate:
20 Cts. für 1 spaltige Petits
seitlich offen, 10 Cts. für 1/2 Spalte.
Bei Wiederholungen
entsprechendes Rabatt.
Vereinmitglieder
bezahlen 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: „Hôtelrevue Basel.“

TÉLÉPHONE No. 1573.

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

Fachliche Fortbildungsschule
des
Schweizer Hotelier-Vereins
in
Ouchy-Lausanne.

Die Prüfung der Zöglinge obiger Schule
findet statt:

Freitag den 13. April, Morgens 10 Uhr
im Hotel d'Angleterre, Ouchy

und werden Eltern und Vormünder, sowie
die Herren Collegen zur Teilnahme an dieser
Feier freundlich eingeladen.

Ouchy-Lausanne, den 5. April 1894.

Namens des Aufsichtsrates:

Der Präsident:

J. Tschumi.

Ecole Professionnelle
de la
Société Suisse des Hôteliers
à
Ouchy-Lausanne.

L'examen de l'Ecole professionnelle aura
lieu

Vendredi le 13 Avril à 10 heures du matin
à l'Hôtel d'Angleterre à Ouchy.

Les parents des élèves et MM. les Col-
legues sont cordialement invités à prendre
part à cette solennité.

Ouchy-Lausanne, le 5 Avril 1894.

Au nom du Conseil de surveillance:

Le Président:

J. Tschumi.

Die „Münchner Neuesten Nachrichten“
und
Die „Hôtel-Revue“.

In den Haaren liegen sich Beide
Und weinen vor Schmerzen und Freude.

Das ist doch selbstverständlich, dass auf unsere gepfefferte Epistel gegen die „Münchner Neuesten Nachrichten“ von diesen ein notgedrungener Schmerzensschrei folgen musste und zwar that sich dieser nicht nur etwa im Blatte selbst kund, sondern auch auf dem Circularwege, wobei die „Münchnerin“ hübsch fein in das Märtyrerntelchen schlüpfte und dann — loslegte. Die Kosten hat sie nicht gescheut; alle Hotels, Buchhandlungen, Verkehrsbüros, die Gemeindevorstände der Schweiz und wer sonst alles noch, haben den Notschrei der „Münchnerin“ vernommen. Am schlimmsten kamen dabei die Leser der „M. N. N.“ selbst weg, denn denselben wurde das „größte“ Geschütz aufgetischt. Wir begreifen allerdings, dass die „M. N. N.“ sich darob verwundern mussten, dass wir uns erdreisten, gegen sie zu Felde zu ziehen, ohne sie je gelesen zu haben, wenn wir aber erklären, dass uns die aggressive Stellungnahme der „M. N. N.“ gegen die Schweiz von einer Seite skizzirt wurde, von welcher alles, was von dort kommt, für

uns Befehl ist, dann erscheint unser Vorgehen in einem ganz anderen Lichte. Item, wir wollten doch diesen Vorwurf von uns abwälzen und liessen uns nachträglich unter die Abonnenten der „M. N. N.“ einreihen und zwar auf eine gewisse Spanne Zeit zurück. Wer nun aber glaubt, dass nachdem wir nun auf drei Monate zurück die „Münchnerin“ durchgelesen haben, wir besondere Veranlassung gefunden hätten, unsere Anschuldigungen bussfertig zurückzuziehen, der irrt sich. Wohl müssen wir eingesehen, dass das Anfangs Februar in den „M. N. N.“ erschienene „Feuilleton“ welches sich speziell gegen die Schweiz und ihre Hotels richtete und die in der „Neuen Zürcher Zeitung“ erschienene Replik: „Ein bayrisches Urteil über die Gasthöfe der Schweiz“ provozierte, entschieden nicht so ernst zu nehmen war, als es von dem der Schweiz so wohlwollend gesinneten bayrischen Korrespondenten der „Neuen Zürcher-Zeitung“ der Fall gewesen. Warum? Weil das Feuilleton in Form einer „Plauderie“ abgefasst war und zudem sehr viel enthielt, was wir uns nicht scheuen würden, in unserem eigenen Blatte als wahr und beherzigenswert zu wiederholen. Dagegen wird unsere gehegte Vermutung, dass die „M. N. N.“ jede ihr sich bietende Gelegenheit benützen, um der Schweiz „eine anzuhängen“ durch den soeben erwähnten Umstand nur sehr wenig entrückt, denn wir sind beim Durchlesen eines Vierteljahrganges der „M. N. N.“ des Oesterreich auf Artikel gestossen, die den der „Münchnerin“ gemachten Vorwurf der Animosität gegenüber der Schweiz rechtfertigen. Wir zitieren die Nummern vom 12. und 17. Januar, 6., 11. und 17. Februar, 10. März und 5. April dieses Jahres. Diese Nummern enthalten Artikel aus der Feder eines in Bern domizilierten Korrespondenten, dem zwar das Schweizer Brod nicht übel zu schmecken scheint, der aber doch glaubt, seine Korrespondenzen über die Schweiz jeweils mit einigen Hieben auf dieselbe spicken zu müssen. Thut er es nicht, dann ersetzt eine „Anmerkung der Redaktion“ das Fehlende. Insoweit war also der an die „Münchnerin“ adressierte Vorwurf nicht unverdient.

Und nun noch zu den Auslassungen der „Münchnerin“ in ihrer Nr. vom 21. März und im Circular vom 20. März. „Die Hotel-Revue“ habe mit ihren Vorwürfen den Gipfel der Albernheit erklimmen,“ meint die „Münchnerin“; wenn dem wirklich so wäre, so müssten wir immerhin in der Albernheit noch höher steigen, um der Collegin auf demjenigen Standpunkt zu begegnen, auf den sie sich stellt, wenn sie sagt, in der Schweiz existiere eine Partei Querköpfe, (sehr fein ausgedrückt) die sich steif und fest einbilden, französisch denken und fühlen zu müssen.

Die echten Schweizer, und zu diesen hat Schreiber dieses die Ehre zu gehören, haben ihre Gefühle und Gedanken noch nicht denjenigen anderer Nationen anzupassen sich bewegen gefühlt. Die schweizerische Bevölkerung hat im Laufe der Zeiten zur Güte und mehr wie andere Nationen bewiesen, dass sie mit ihren Gedanken und Gefühlen auf eigenen Füssen steht. — Ganz eigentlich hat es der „Münchnerin“ in die Nase gerochen, dass wir behaupteten, sie sei anno 1870 auf Staatskosten gegründet worden zum Zwecke der Germanisierung der bayrischen Bevölkerung. Demgegenüber hält sie hoch, dass sie bereits seit 1848 bestehe. Das wird wohl so sein, aber das hindert ja nicht, dass unsere Behauptung zu ^{1/2} doch wahr ist; von 1848 bis 1870 fristete sie ihr Dasein als Lokalblättchen und nach dem deutsch-französischen Kriege wurde sie subventioniertes Reichsorgan. Dass man Deutsche germanisieren kann, will der „Münchnerin“ nicht in den Kopf; wir begreifen dies und sprechen uns daher etwas deutlicher aus. Die „Münchnerin“ erklärt nämlich die Bayern als die „deutschesten Deutschen.“ Ein echter Bayer würde hierauf ungefähr antworten:

Der langen Rede kurzer Sinn
Ist, dass ich wohl Deutscher, jedoch kein Preusse bin.

Abonnements:
Für die Schweiz:
Fr. 5.— par an.
Fr. 3.— pour 6 mois.
Für l'Étranger:
Envoy sous bande:
Fr. 7.50 par an.
Pour l'Allemagne,
l'Autriche et l'Italia.
Abonnement postal:
Fr. 5.— par an.
Les sociétaires reçoivent
l'organe gratuitement.

Annonces:
20 cts. pour la petite ligne
ou 10 cts. pour la grande.
Rabat en cas de rédaction
de la même annonce.
Les sociétaires
payent moitié prix.

Reklame.

„Der Schwarzwald.“

Einen Schwarzwald haben wir zwar in der Schweiz nicht, aber schwarz kann es einem deshalb doch werden vor den Augen, wenn man sich die Mühe nimmt, die Insertionseinladung durchzulesen, mit welcher das in Freiburg i.B. erscheinende Saisonblatt „Der Schwarzwald“, unsere Hoteliers beglückt. „Der Schwarzwald“ ist eine „Illustrirte Zeitschrift zur Förderung der höchsteigenen Privatinteressen“, pardon, der Verleger sagt: „zur Förderung des Fremdenverkehrs“ und der muss es doch wissen. Wenn er dann noch hinzufügt, dass er im Falle ist den Hoteliers eine ganz ausnahmsweise hervorragende Gelegenheit zu bieten, um bei geringen Ausgaben in diesem Jahre einen ganz besonders regen Fremdenverkehr und guten Besuch zu erreichen durch Insertionen in „Schwarzwald“, so ist das weiter nichts, als die stereotyp Phrasen, mit welcher alle mehr oder weniger ber—thünen Verleger ihr Boniment anfangen, also in dieser Beziehung vorläufig noch nichts Neues unter der Sonne. Auch die Bezeichnungen: „außerordentlich wirkungsvoll und Erfolg garantierend“, die der Prospekt enthält, gehörn bereits unter das alte Eisen und haben keinen „Zug“ mehr. Hingegen sind diejenigen, deren Eitelkeit man mit dem Versprechen einer vollständig kostenfreien Empfehlung im redaktionellen Teile des Blattes kitzt und die dann gerne mit beiden Händen zugreifen, noch nicht ausgestorben; das scheint der Verleger des „Schwarzwald“ auch zu wissen, denn nach dieser Richtung hin ist er sehr freigiebig. Eine wirkungsvolle, packende und wenn gewünscht, sogar illustrierte Empfehlung im redaktionellen Teile sichert er zu und wir glauben, auf Verlangen würde er einem auch das Recht einräumen, die lobhüdende Biographie selbst schreiben zu dürfen, denn die Redaktion kann doch unmöglich die vorzüglichen Leistungen des betr. Hotels und die über alles Lob erhabenen Eigenschaften des Besitzers kennen.

Des ferneren verspricht der Prospekt des „Schwarzwald“, dass bei der Empfehlung im Inseratenteil beständig auf die betr. Nummer mit der redaktionellen Empfehlung hingewiesen werde. Gegen diese Zusage möchten wir protestieren, denn was einmal im Papierkorb liegt, soll man darin liegen lassen.

Noch setzt uns ein Annoncen-Circular so gut gefallen, wie dasjenige des „Schwarzwald“; wenn alle so übertrieben, plump und naiv abgefasst wären, wie dieses, dann, sollte man meinen, brauchten wir überhaupt vor nichts mehr zu warnen, denn ist aber nicht so, es gibt nämlich Würte, die sind so — leichtgläubig und bequem, das sie selbst die plumpste Anzapfung nicht fühlen, verstehen oder merken wollen. Natürlich bist Du werter Leser nicht gemeint, denn Du gehörst ja nicht zu den Bequemen, sonst hättest Du diesen Artikel nicht bis hierher gelesen. In dem Zirkular heisst es: „Wenn Sie den „Schwarzwald“ zu Ihrer Empfehlung benützen, können Sie das Inserieren in allen andern süddeutschen Zeitschriften vollständig sparen, denn der „Schwarzwald“ hat eine enorme Verbreitung, der „Schwarzwald“ ist überall, seine Leserzahl ist unberechenbar und zählt nach Hunderttausenden.“ Unberechenbar kommt uns auch das „Toupet“ vor, mit welcher der Verleger des „Schwarzwald“ auftritt. Nein, Herr Verleger, so verstockt sind denn die Schweizer Hoteliers doch nicht, dass sie Ihre Anpreisung für bare Münze nehmen, am allerwenigsten Ihre Angaben über Ausstattung und Inhalt des „Schwarzwald“. Hier nach suchen Sie die Leser Ihres Circulars zu dem Glauben zu bringen, als handle es sich um ein Werk, vor welchem selbst die „Leipziger