

<b>Zeitschrift:</b>	Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
<b>Herausgeber:</b>	Schweizer Hotelier-Verein
<b>Band:</b>	3 (1894)
<b>Heft:</b>	29: w
<b>Artikel:</b>	Die Mitarbeit der Gastwirte an der Hebung des Fremdenverkehrs
<b>Autor:</b>	[s.n.]
<b>DOI:</b>	<a href="https://doi.org/10.5169/seals-522348">https://doi.org/10.5169/seals-522348</a>

### 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:** 09.01.2026

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

Basel, den 21. Juli 1894.

Erscheint Samstags.

N° 29.

Bâle, le 21 Juillet 1894.

Paraissant le Samedi.

Abonnement:  
Schweiz:  
Fr. 5.— jährlich.  
Fr. 3.— halbjährlich.  
**Ausland**  
Ungarn-Kroatiensland  
Fr. 7.50 (6 Mark) jährlich.  
Deutschland  
Österreich und Italien:  
Bei der Post abonnirt:  
Fr. 5.— (Mk. 4.—) jährlich.  
Vereinsmitglieder  
erhalten das Blatt gratis

Insetrate:  
20 Cts per 1 spätere Zeit-  
selle oder deren Raum.  
Bei Wiederholungen  
entsprechenden Rabatt.  
Vereinsmitglieder  
bezahlen die Hälfte.

# Hôtel-Revue

Organ und Eigentum  
des

Schweizer Hotelier-Vereins.

3. Jahrgang

3me ANNÉE

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.“

## Die Mitarbeit der Gastwirte an der Hebung des Fremdenverkehrs.

Unter diesem Titel schreibt der in Berlin erscheinende „Tourist“ in seiner Nummer vom 1. Juli Folgendes:

„Als wir im November v. J. in einem längeren Artikel die Angemessenheit des von der Hauptversammlung des Verbandes deutscher Touristenvereine beschlossenen Vorgehens behufs Erlangung von Rabattvergünstigungen für die Verbandsmitglieder darlegten, gestatteten wir uns, einen Zweifel auszusprechen, ob die in der Gastwirtschaft vertretenen Ansichten tatsächlich die Stimmungen und Meinungen der Gasthofbesitzer richtig wiedergaben. Wie ein Mann sind damals sämtliche Fachblätter aufgestanden und haben feierlich versichert, dass ihre Leser völlig eins mit ihnen seien.“

(Anmerk. d. Red.: Dies ist auch thatsächlich der Fall und erweist sich aus dem unbegrenzten einmütigen Applaus, den die beiden Referate über Rabattunwesen und moderne Schleuderpreise, sowie über Reklameunwesen an der am 11., 12. und 13. Juni in Köln stattgehabten Generalversammlung des Internationalen Vereins der Gasthofsbesitzer, geerntet haben. Wäre es anders, d. h. wären die Fachblätter nicht völlig eins mit ihren Lesern und Contribuenten, so wäre es jammerschade auch für das weggeworfen Geld für die von den Gasthofbesitzervereinen geschaffenen und unterhaltenen Centralbüros und deren Chefs, Redakteuren und Fachblätter, welche ihre Interessen zu wahren und zu verteidigen haben.)

„Tourist“: „Unlängst ist nun der Beweis geliefert, wie recht wir mit unserem damals geäußerten Zweifel hatten. Es ist noch erinnerlich, dass der Ausgangspunkt für die Entrüstung der Redakteure und einzelner Hotelbesitzer das Ansehen des deutschen Offiziervereins gewesen war, für die Aufnahme in die sog. „Verkehrserleichterungen“ außer der Verpflichtung zur Rabattgewährung auch noch eine Gebühr von Mk. 15 zu erlegen. Wir zählen nun in der unlängst herausgekommenen neuen Auflage der „Verkehrserleichterungen“ nicht weniger als 228 deutsche und 214 ausländische Hoteliers, darunter erste Firmen, die nicht nur den gewünschten Rabatt bewilligen, sondern auch die verlangten 15 Mk. bezahlt haben. Sind das nun alles Herren, die nicht rechnen können oder ihrer Standesehr nicht bewusst sind? Wir glauben weder das eine noch das andere.“

(Red.: Wir glauben auch weder das eine noch das andere; weder, dass 442 deutsche und ausländische Hoteliers sich der sog. „Verkehrserleichterung“ unterzogen und dafür eine Gebühr entrichtet; noch, dass sie, nach Adam Riese, ihre Standesehr berechnen könnten. Zugegeben, dass eine mehr als zu erhoffende Anzahl Hoteliers sich an der „Erleichterung“ beteiligen, so erkennen wir in diesem Faktum nur die höchst bedauerliche, finanziell kritische Lage des Gasthofgewerbes. Das Sprichwort: „In der Not frisst der Teufel Fliegen,“ dürfte hier ganz gut angebracht sein. Unter den vom „Tourist“ genannten ersten Firmen werden wohl auch einige Aktienhotels stehen, allwo der Verwaltungsrat, der weniger mit der Standesehr als mit Prozenten rechnet, die Gesetze macht. Hierüber lässt sich mit dem „Tourist“ überhaupt nicht streiten. Wir stehen Beide auf der entgegengesetzten Seite eines Triumphbogens, auf der einen Seite die Inschrift: „Willkommen“ und auf der andern: „Scheere Dich, woher Du kommst.“ Beide sind überzeugt von der Richtigkeit ihrer Anschauung.)

„Tourist“: „Es mehrt sich ja auch stetig die Ziffer derjenigen Gasthofsbesitzer, welche — was uns näher liegt — den Mitgliedern der deutschen Touristenvereine besondere Vergünstigungen gewähren. Jede neue Kunde dieser Art wird von den Gastwirtschaften mit Empörung aufgenommen, und es wer-

den jedesmal wieder die verbrauchten Argumente aufgetischt, um zu beweisen, dass diese Abtrünnigen entweder ihre anderen Gäste ausbeuten oder jämmerlich zu Grunde gehen müssen. Die erste Schlussfolgerung, die Rabattgewährung könnte nur auf Kosten der übrigen Gäste erfolgen, haben wir bereits ausführlich widerlegt — die zweite wird trotz aller gegen seitigen Versicherungen von den meisten Gasthofbesitzern selbst nicht geglaubt werden.“

(Red.: Die aufgetischten Argumente sind keine verbrauchten, die andern Gäste werden nicht ausgebeutet, und der Wirt geht nicht zu Grunde, aber — der Rabattreisende ist der Geleime; denn in 80 von 100 Rabatthotels werden zweierlei Preise gemacht, solche für die bekannte und angepasste Klientel und solche, welche den Rabatt auf der Rechnung noch günstig erscheinen lassen.)

„Tourist“: „Wir halten unsern deutschen Gastwirtschaftstand für einen durchweg so gut fundierten, dass rationelle Massnahmen zur Hebung des Fremdenverkehrs, welche selbstverständlich mit gewissen Opfern in der Gegenwart verknüpft sind, die sich in der Zukunft reichlich lohnen, sie in ihren wirtschaftlichen Verhältnissen nicht umzuwerfen vermögen.“

(Red.: Der Satz von der guten Fundation des Gastwirtschaftsstandes beweist nur, dass der Verfasser desselben von seinem Beruf als Redaktor mehr versteht, als von der Führung eines Hotels nach rationeller Weise. Ferner heisst es, dass der Wirt gewisse Opfer bringen soll. Wer erfreut sich dazu, diese zu verlangen? Wir empfehlen dem „Tourist“, sich die Devise des französischen Reiseschriftstellers Conti zu merken: „Il y a des îôtes pour les grandes bourses, pour les bourses moyennes et pour les petites bourses.“ Es findet Jeder, was er braucht. Wer Ansprüche macht, soll eine Gegenleistung bringen. Mit der bekannten Phrase: „Die Zukunft wird es reichlich lohnen“, ist Niemanden gedient, es wird dieselbe von anderer Seite auch anders gedeutet: „Sammelt Euch aber Schätze im Himmel“. Ob wohl der „Tourist“ diesen Grundsatz begolgt und sich damit tröstet? Wenn ja, dann wollen wir uns gern von ihm überzeugen lassen.)

„Tourist“: „Man kann, — das haben die Anfragen und Untersuchungen seitens der Verbandsvereine ergeben — freilich nicht alle Hotels gleichmässig behandeln; es hat sich herausgestellt, dass es in manchen Gegenden alte einfache Touristengästehöfe gibt, denen allerdings ein Rabatt auf ihre ohnehin sehr niedrigen Preise nicht zugemutet werden kann, — niemand wird aber aus diesen Einzelfällen eine Verallgemeinerung ziehen können, ohne zu den schlimmsten Fehlschlüssen zu gelangen. In einem bekannten Fachblatt war unlängst die Rechnung eines Wiener Hotels abgedruckt, und die Ansätze in derselben spotteten jeder Beschreibung. Wenn exorbitante Preise für Licht, Bedienung, Heizung nötig sind, wenn sogar ein Botenlohn für einen Gang vom Hotel bis zum benachbarten Postamt mit 50 Kreuzer zu bezahlen werden muss, dann versteht entweder der Gründer des Hotels nicht zu rechnen oder er muss ausschliesslich auf ein Publikum reflektieren, das gewohnt ist, mit dem Gelde zu schleudern, um einem Hotelier das Leben angenehm zu machen. Auf alle Fälle ist die Klage von dem elenden Verdienst, der noch durch Rabattansinnen geschmälerd werden soll, eine übel angebrachte.“

(Red.: Auf alle Fälle ist dieses letzte Argument ein übel angebrachtes. Wenn in einem bekannten Fachblatt (doch sicher von der Gesinnung des „Tourist“) eine aussergewöhnlich hohe Berechnung einzelner Posten einer Hotelrechnung in Wien, welche wegen ihrer Abnormität veröffentlicht wurde, als normale bezeichnet, um damit zu beweisen, dass von elendem Verdienst, durch Rabattansinnen geschmälerd, nicht die Rede sein könne, so ist diese Art der Be-

weisleistung eine tendenziöse, ganz angepasst der edlen Gesinnung des „Tourist“, der gerne diesen elenden Verdienst mit den Hoteliers teilen möchte. Ohne für das unbekannte Wienerhotel eine Lanze zu brechen, liesse sich bei Licht betrachtet die Sache vielleicht anders ansehen. Es ist ja möglich, dass da ein Gast mit einer *petite bourse* als *grand seigneur* mit Pretentionen in ein Hotel für *grandes bourses* geraten, wo er nicht hingehörte. Oder auch macht der „Tourist“ keinen Unterschied zwischen einem Grand Hotel einer Residenzstadt, mit einer Kapitalanlage, wobei ein Bett 6—9000 Gulden zu verzinsen hat, gegenüber einem Landgasthause in Krähwinkel, bei welchem das Anlagekapital auf das Bett berechnet, nur 1500 bis 2000 Mark beträgt.)  
(Schluss folgt).

## Die Fremdenblätter.

(Eingesandt.)

Ein Korrespondent in No. 28 der „Hotel-Revue“ spricht sich sehr abschätziger über die Versendung der Fremdenblätter an andere Kurorte und Kurhotels aus. Seine Ansicht ist auch ein Standpunkt, den man einnehmen kann, aber unseres Erachtens nicht einnehmen soll. Es will uns denn doch ungemein kleinlich und engherzig dünken, desshalb keine Fremdenblätter aus anderen Kurorten aufzulegen, weil etwa ein Guest sich verleiten lassen könnte, das eigene Geschäft zu verlassen, um dem Prinzen und Grafen soundso nachzureisen. Wir glauben, die Besorgnis hievor sei viel zu gross, wenn nicht ganz und gar unbegründet. Von diesem engherzig-philisterhaften Standpunkte aus wären alle Kollektiv-Fremdenblätter zu verpönen; denn es könnte ja einmal der Fall eintreten, dass auch da ein Geschäft einem andern einen Kunden abjagte. Die Fremdenlisten der Graubündner Kurorte, das Fremdenblatt der Hotels um den Vierwaldstättersee und im Berner Oberland, die man doch sonst allgemein begrüsset, wären nach der oben ausgesprochenen Theorie bare Unsin, auch die Fremdenblätter grösserer Kurstationen mit mehreren Hotels, z. B. Ragaz, Baden, Leuk, müsste man dahin zählen. Eine logische Konsequenz würde es ferner sein, keine Kollektiv-Annoncen zu machen; denn wenn eine solche Annonce von zehn Hotels drei Fremde veranlassen sollte, den angekündigten Kurort zu besuchen, so hätten mindestens sieben Hoteliers mit ihrem eigenen Gelde nur ihren Konkurrenten Gäste verschafft.

Man könnte dieses Thema weiter ausspiinnen!

Warum betreibt jeder Hotelier sein Geschäft? Sagen wir es kurz und nackt: er will damit Geld machen. Dieses Ziel erreicht er am besten, wenn er möglichst viel und gute Gäste hat. Der Guest geht aber wiederum am liebsten dahin, wo er bei qualitativem Preis am besten bedient wird. Zu den gesuchtesten Annehmlichkeiten vieler Gäste gehört aber auch das Lesezimmer und zwar nicht allein für die politische und für die Unterhaltungs-Lektüre, viele verfolgen mit Interesse auch die langen Namensreihen der fremden Listen, ob sie irgendwo einen Bekannten oder einen Freund aufstöbern. Es gibt eben auch solche Käuze, und zwar nicht wenige. Und warum sollte es nicht so sein? Ist doch das Durchgehen solcher Namensreihen mindestens so unterhaltsend als die Lektüre der Kurs- und Börsenzettel. — Wie manchmal ist dem Kurgaste bei minderwertigem Wetter jede Lektüre recht, die ihm überhaupt die Zeit verkürzt. Herr Ch. St. mag versichert sein, dass wir aus langjähriger Erfahrung und Beobachtung sprechen.

Also nur sachte mit dem Papierkorb. Wir meinen, eine Kuranstalt handle nicht gegen ihr Interesse, wenn sie Fremdenblätter aus andern Orten auflegt. F.