

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 4 (1895)
Heft: 22

Artikel: Choses d'antan et nouveautés
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-522137>

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: 20.02.2026

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

Basel, den 1. Juni 1895.

Bâle, le 1^{er} Juin 1895.

Erscheint Samstags.

Paraissant le Samedi.

N^o 22.

Abonnement:

Schwyz:

Fr. 5.— jährlich.

Fr. 3.— halbjährlich.

Äussig:

Unter Kreuzband

Fr. 7.50 (5 Mark) jährlich.

Deutschland,

Oesterreich und Italien:

Bei der Post abonnirt:

Fr. 6.— (4 Mk. 4.—) jährlich.

Vereinssubskriber

erhalten das Blatt gratis

Inserate:

20 Cts per 10spaltige Petit-

zeile oder deren Raum.

Bei Wiederholungen

entsprechenden Rabatt.

Vereinssubskriber

bezahlen die Hälfte.

Abonnements:

Pour la Suisse:

Fr. 5.— par an.

Fr. 3.— pour 6 mois.

Pour l'Étranger:

Envoi sous bande:

Fr. 7.50 par an.

Pour l'Allemagne,

l'Autriche et l'Italie,

Abonnement postal:

Fr. 6.— par an.

Les sociétaires reçoivent

l'organe gratuitement.

Annouces:

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

4. Jahrgang

4^{me} ANNEE

Organ und Eigentum

Organe et Propriété

des

de la

Schweizer Hotelier-Vereins.

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.“

Choses d'antan et nouveautés.

Pour changer, nous nous permettons de ramener nos lecteurs sur ce terrain bien connu où la mau-
vaise herbe pousse de plus belle, quoique la charrie
l'ait retourné de fond en comble, nous entendons le
champ de la réclame. Dans l'espace de quelques se-
maines, notre portefeuille s'est tellement gonflé des
prospectus, circulaires, requêtes de protection et de
recommandation, tous écrits par des mains em-
pêchées de plonger *ad libitum* dans les caisses d'hôtels,
que nous sommes pour ainsi dire forcé d'en sortir
quelques échantillons.

En première ligne, nous revoyons notre vieille
connaissance, *Moise King* de Boston, avec son
„Where to stop“. Autant nous avions jadis
vanité sa persévérance à envoyer aux quatre points
cardinaux des demandes d'insertions, autant nous
admirons aujourd'hui son acharnement à lancer des
commandements de payer. Si ces derniers étaient
adressés aux hôtels sur lesquels Moise possède une
créance en vertu d'un ordre reçu, le procédé serait
justifié, car en définitive chacun cherche à recouvrer
ce qui lui est dû; mais nous avons sous les yeux
plusieurs lettres d'hôteliers, qui nous prouvent que
leurs établissements figurent depuis nombre d'années
dans le livre de Moise King, sans qu'eux, les hôte-
liers, aient jamais réclamé cette „faveur“, ce qui n'em-
pêche que chaque année ils sont bombardés d'appels
de fonds et cette façon de gagner de l'argent mérite
d'être stigmatisée. Nous ne nous trompons guère en
supposant que la majeure partie des hôtels suisses
indiqués dans le „Where to stop“ sont des annonces
fictives, les plus distingués devant servir d'appât,
peut-être il est vrai pas toujours à leur insu ni
contre leur gré. Il peut arriver aussi qu'un hôtelier,
qui se croit très malin, se dise: halte-là! ce livre a
été mis à l'index, chacun va soigneusement l'ignorer
et c'est alors le moment d'y introduire mon établis-
sement, car celui-ci y brillera seul et sans rival, fa-
meuse idée! C'est ainsi que raisonne le supposé
finaud à tous crins.

Voici ensuite le „Guide des hôtels en Suisse“,
supplément aux guides *Bedeker*, *Berlepsch*, *Tschudi*
et autres, publié par un sieur Froben de Berlin, qui
toutefois n'a pas eu le courage d'inscrire son nom
sur ce livre, car ce nom y est invisible à l'œil nu.
Ni „Bedeker“, ni „Tschudi“, ni „Berlepsch“ ne con-
naissent ce supplément à eux dédié et même les deux
premiers ont déjà protesté publiquement contre cette
„parenté“ apocryphe, fait qui suffit assurément à
déterminer la valeur de ce méchant opuscule. L'au-
teur cependant est modeste dans ses prétentions:
5 francs par „recommandation“, cela fait boude de
neige, au bout du compte il y trouve son profit et
... n'en demande pas davantage. A la fin de
l'année il compte ses „guides“ et, ô surprise, il n'y
manque que les exemplaires expédiés à ses fidèles
payants comme pièces à l'appui; le reste est muni
d'une couverture neuve, le chiffre de l'année est
modifié et la nouvelle édition, considérablement aug-
mentée a vu le jour. Au vrai, nous n'avons jusqu'ici
jamais été le témoin oculaire de cette opération, mais
nous savons qu'elle se pratique ci et là.

Comme on sait, il y aura à Amsterdam du 1^{er}
mai à fin d'octobre, une exposition de l'industrie hôte-
lière et du mouvement des étrangers. Ce serait
vraiment miraculeux qu'il ne se trouvât pas un génie
inventif pour tirer parti d'une occasion si favorable;
la recette est simple comme bonjour: on prend une
paroi, plus elle sera large et haute, mieux cela vau-
dra, on la divise en mètres carrés et on vend ceux-
ci à tant l'unité aux amateurs désireux d'y accro-
cher une affiche ou un tableau d'hôtel. Et précisé-
ment voici qu'un sieur Masdorp a pris l'héroïque réso-
lution de se sacrifier pour les intérêts de messieurs

les hôteliers et d'assumer cette „lourde“ charge.
M. Masdorp calcule à raison de 50 francs le mètre
carré et, comme les bonnes choses ne doivent pas
être „rabaissées“, il aura sans doute l'amitié de sus-
pendre ces tableaux aussi haut que possible; les
visiteurs de l'exposition remarqueront bien qu'il
s'agit d'une espèce de tableaux qui encadrent proba-
blement une inscription quelconque.

A Zurich il existe une maison d'éducation dont
les directrices et les pensionnaires ont mis leurs
moyens et facultés au service de la réclame.

Qu'on en juge par la missive ci-après adressée
à un hôtel d'une des principales stations climaté-
riques des Grisons:

„Nous avons l'honneur de vous informer que
nous préparons pour votre localité une charmante
réclame, savoir une brochure, mais non un simple
guide. Il s'agit d'une jolie nouvelle dont l'action se
passe dans votre localité, voire même dans l'hôtel
„coopérant“ (payant! *Rid.*) et qui constituera un
agréable souvenir pour le lecteur.

„Moyennant une subvention de 65 francs, payable
la moitié d'avance et le reste au moment où la bro-
chure paraîtra, vous recevrez six exemplaires gra-
tuits. Les élèves (!) de notre école commerciale colla-
borent à cette œuvre qui sera vendue directement à
un public destiné à votre localité.

Les Directrices.“

Comme il s'agit de représentantes de la „meilleure“
moitié du genre humain, nous tairons les noms des
directrices et nous nous exprimerons avec la plus
grande réserve possible sur „l'œuvre“ projetée. Nous
souhaitons de tout cœur que la maison d'éducation
réussisse à trouver le „bienfaiteur“ qu'elle cherche,
mais si les élèves écrivent dans le style de la lettre
adressée par les directrices à D..., nous osons
donner à ces deux dames le conseil bienveillant d'affecter
le produit de „l'œuvre“ à des achats de tabliers de
cuisine et de pochoirs pour leurs élèves.

Le „Guide du Kaiserhof“ à Berlin, ou plutôt
l'éditeur, M. Max Pasch, a profité de la leçon qui
lui a été infligée tant par l'„Hôtel-Revue“ et la
„Wochenschrift“ que par le „Kaiserhof“ lui-même,
en ce sens qu'il ne dit plus dans ses circulaires que
la direction du „Kaiserhof“ est à la tête de son
entreprise; néanmoins il continue à recommander
aussi pour insertions son „guide“, qui ne doit être
destiné qu'aux voyageurs fréquentant des hôtels sem-
blables au „Kaiserhof“, à des établissements qui sont
loin de pouvoir prétendre à héberger la clientèle du
„Kaiserhof“.

„Wohin?“ Conseiller pratique à l'usage de tous
les amateurs de voyages. Nos lecteurs se souviennent
peut-être de la critique à laquelle nous avons soumis
dans notre numéro du 30 mars un projet de réclame
que l'écrivain Anny Wothe se proposait de publier
sous le titre de *Wohin?* chez l'éditeur Adolphe Mahn
à Leipzig. Les circulaires de celui-ci renfermaient
l'allocation suivante à l'adresse de nos hôteliers
suisses:

„Les articles de notre manuel seront gratuits, mais
leur insertion est subordonnée à la condition que l'in-
térêté nous fournira en même temps une annonce. Nos
prix sont extrêmement modérés: la page 100 mark, la
demi-page 60 mk., le quart de page 35 mk., le huitième
de page 20 mk. Pour une annonce d'un huitième de page,
la recommandation de votre hôtel sera conçue en termes
généraux; un quart de page sera accompagné d'un article
spécial et élogieux; les annonces de demi-page et de la
page entière trouveront leur récompense dans un article
très complet, écrit de notre propre main et donnant tous
détails et indications sur votre établissement.“

Cette tirade signifiait en d'autres termes: si vous
payez grassement, si vous participez nombreux à
notre entreprise, je ferai de votre Suisse un vrai
paradis; si le chiffre de vos adhésions est faible,
eh bien! la Suisse restera un petit pays comme il
y en a d'autres semblables; si toutefois votre atti-

tude est entièrement passive, si vous ne versez pas
un liard, dans ce cas alors ... il n'y aura plus de
Suisse, tout simplement.

Et dire que cette effrayante alternative s'est pres-
que réalisée. Il faut savoir que M. Mahn et Mlle.
Wothe appliquent ce principe avec une logique de fer.
„Wohin?“ a paru; l'extérieur en est fort joli, pas
trop joli cependant pour les 2 mark que coûte le
bouquin, mais comme nous venons de le dire, la
chose inouïe serait arrivée s'il ne s'était trouvé à
point nommé un sauveur dans la détresse, sous la
forme d'un honnête Glaronnais qui s'est fendu d'une
annonce de 100 mark, ce qui fait que la Suisse est
à tout le moins mentionnée dans le livre, car sans
ces 100 mark, c'en était fait d'elle! Pauvre Helvétie!

Mais heureusement qu'on peut lire à la page 20
du „Wohin?“ dans un article belliqueusement in-
titulé „En route pour la Suisse“, qu'il ne suffit pas
d'avoir vu la Suisse saxonne, la Suisse de la Marche
ou de la Franconie, il faut visiter aussi la vraie Suisse
et surtout la Suisse orientale qui renferme plusieurs
localités „paisibles“, en particulier un coin de terre
qui plaira certainement à chacun (c'est naturellement
le „coin“ d'où proviennent les 100 mark).

Mademoiselle Wothe, c'est bien dit de votre part,
le coin de terre dont vous parlez, est en effet ra-
vissant, même plus ravissant que vous ne le dé-
crivez; pour 100 mark, vous auriez bien pu ajouter
encore quelques lignes. Espérons que la contrée en
question recevra prochainement votre visite.

Pour terminer, un petit avertissement à quelques-
uns des sociétaires. En instituant notre service de
„communications confidentielles“ sur certaines entre-
prises et agences de publicité-réclame, nous nous
sommes engagés dans une voie que nous ne pouvons
poursuivre et que nous ne poursuivrons que s'il nous
est possible de compter sur la discrétion absolument
indispensable de tous les membres. Or divers faits
nous ont convaincu que la discrétion n'est pas suffi-
samment observée partout et que nos communications
confidentielles sont regardées et traitées comme si
elles étaient du domaine public. Afin de prévenir le
retour de semblables indiscretions, il ne nous restera
pas d'autre moyen que de ne plus envoyer à certains
membres (nous en connaissons les noms) nos avis
confidentiels ultérieurs, mais nous espérons que les
quelques lignes ci-dessus suffiront à faire disparaître
tout abus.

Landesausstellung in Genf.

Der „Nat. Ztg.“ in Basel wird geschrieben: „Die
Hotellindustrie in Gruppe 23 zerfällt in zwei Ab-
teilungen. Die eine theoretisch, weist statistisch auf:
Die Entwicklung der Hotellindustrie seit Ende des
letzten Jahrhunderts bis zur Gegenwart, den Kapital-
wert der Gasthöfe und Fremdenpensionen, die jähr-
lichen Bruttoeinnahmen, Steuern und Zölle, Ver-
sicherungssummen, Dienstpersonal. An Photographien:
die besuchtesten Aussichtspunkte und Fremdenplätze,
die Hotelführer, Buchhaltung. In der anderen Ab-
teilung wird das Material ausgestellt.

„In der ersten Landesausstellung in Zürich 1883
gab es mehrere einfache Speise- und Getränkwirt-
schaften. Man wollte sich auch in Genf damit be-
gnügen. Allein heute leben wir unter andern Ver-
hältnissen, das Wirtschaftswesen ist unterdessen zu
einem für die Schweiz höchst wichtigen Industrie-
zweige geworden. Die reiche Welt aus allen Ländern
der Erde beschränkt sich nicht mehr blos auf Ort-
schaften wie Luzern, Interlaken und Montreux,
sondern sucht alle angenehmen Stellen auf, vom
Thale bis weit hinauf in die Berge. Der praktische
Sinn der Schweizer baut daher für die Fremden
überall prachtvolle Gasthöfe und Pensionen und
Eisenbahnen und sucht ihnen das Leben so angenehm