Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 5 (1896)
Heft: 42

Artikel: "The Swiss & Nice Times"
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-522721

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: 02.10.2025

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

Wenn nicht hie und da doch ein wirklich guter Rat, und zuweilen auch einige interessante Zeilen über örtliche Beschreibungen mit unterlaufen würden, wahrlich wir müssten dieses Büchlein als ein *Machwerk ersten Ranges* bezeichnen. Etwas zu vergeben hat sich der Verfasser auch dadurch, dass er in seinem Buche seit Jahren Hotels aufführt wider Wissen und Willen der betr. Besitzer und sie dann von dem Zeitpunkte an anderen Hoteliers gegenüber als seine langjährigen Klienten bezeichnet.

Was die Auflage und den Vertrieb des Buches anbetrifft, zwei Dinge, welche für die „mitwirkenden" Hoteliers und Geschäftsfirmen von wesentlicher Bedeutung sind, wissen wir aus dem Munde des Verfassers nur, dass dasselbe trotz seines 6-jährigen Bestandes bisher noch nicht im Buchhandel erschienen ist, dass dies aber nächstens geschehen wird. Tritt dieser Fall ein, dann hat der Verfasser eine dem Vertrieb hemmende Unklugheit begangen, indem er seinen Lesern an den hauptsächlichsten Fremdenverkehrszentren der Schweiz und der Riviera je eine Buchhändlerfirma empfiehlt, so dass also die Konkurrenzfirmen sich für den Vertrieb zum Vorneherein bedanken werden.

Nachdem sie dies gelesen, werden sich unsere Leser nicht mehr fragen, warum wir darüber staunten, Herrn Heussmann mit so vorzüglichen Empfehlungen von Hoteliers ausgerüstet zu sehen. Es ist und bleibt diese Thatsache für uns ein Rätsel, welches uns lebhaft an ein Gespräch erinnert, das wir diesen Sommer mit einem Herrn aus London hatten. Derselbe, Verleger einer Fachschrift, erklärte uns nämlich, er zähle in London nur wenige Hoteliers zu seinen Kunden und doch werde er bei jedem Besuche von denselben äusserst zuvorkommend empfangen und gastfreundlich bewirtet, aber von Aufträgen sei keine Spur, er müsse gestehen, dass er aus einem derartigen Entgegenkommen nicht recht klug werde. Wir erwiderten ihm hierauf, dass leider mancher Hotelier sich zuweilen sage: „Dieser oder jener Mann kann mir nicht nützen, aber eventuell schaden, ergo, mache ich ihn mir zum Freunde." Der Engländer antwortete hierauf nichts, aber sein Gesichtsausdruck sagte deutlich, dass er uns verstanden.

Verteidigung eines Vielgeschmähten.

Unter diesem Titel schreibt ein Herr Ch. A., ein vernünftig denkender „Genfer" im „Verband" vom 10. Oktober:

„Es ist mir durchaus kein Vergnügen, eine Sache, über welche der ganze Verein den Stab gebrochen hat, und gegen die der ganze Stand protestiert, zu verteidigen; ich meine das berühmte Schwarzbuch. Wenn ich es aber dennoch wage, mit meiner Ansicht an dieser Stelle hervorzutreten, so ist es, weil ich die Ueberzeugung habe, dass der Sache ein guter Kern zu Grunde liegt und ferner, weil die Mitglieder bis jetzt nur die gegnerische Seite gehört haben. Auf die beiden Artikel im „Verband" Nr. 25 und 34 will ich nicht näher eingehen; dieselben zeugen von einer grossen Fähigkeit und gründlichen Kenntnis unseres Standes und seiner Schattenseiten; doch haben beide Korrespondenten über das Ziel hinausgeschossen, indem sie Interessen verteidigen wollen, welche gar nicht gefährdet sind und die Niemand denkt anzutasten. Der ganze Irrtum beruht nur auf ein paar Worten, welche, wie es scheint, allgemein unrichtig aufgefasst wurden. Es ist dies folgender Passus, welchen Herr Spillmann zur Begründung seines Antrages vorgebracht hat: „Da die Angestellten trotz aller Zeugnisse von Jahr zu Jahr unzuverlässiger werden" u. s. w., dieser Satz wurde gedeutet, als ob gemeint sei, dass die Angestellten nicht ihren Zeugnissen entsprechen, was grundfalsch ist und gar nicht in der Absicht des Antragstellers war, wie denn der Fall, mit dem Herr Sp. seine Ausführung illustrierte, und welcher demselben selbst vorgekommen ist, zur Genüge dartut. Es handelte sich um einen Chef, welcher zu einem gewissen Datum im Hause dieses Herrn eintreten sollte; als aber der Tag da war, bat er um die Bewilligung, vier Tage später eintreten zu dürfen, was ihm auch gewährt wurde. Wie nun auch diese Frist abgelaufen war, kam aber anstatt des Chefs ein Brief, in dem derselbe die angenehme Mitteilung machte, dass er auf die Stelle verzichte. Also ein Fall des krassesten Wort- und Vertragsbruches, und für solche und ähnliche Fälle soll das Schwarzbuch eingeführt werden, indem dann die Delinquenten als Strafe je nach der Grösse ihres Vergehens entweder immer oder für kürzere oder längere Zeit ausgeschlossen werden für den Bewerb von Stellen, die Mitglieder des schweizerischen Hoteliervereins zu vergeben haben. Wie wir hieraus ersehen, ist also mit „unzuverlässig" der moralische Punkt gemeint, und es ist leider nicht zu verkennen, dass in dieser Beziehung von den Angestellten noch viel gesündigt wird. Das offizielle Blatt des schweizerischen Hoteliervereins führt in einem sehr bemerkenswerthen Artikel, welchen ich bedauere, dass er nicht mehr in Kollegenkreisen gelesen und verbreitet wurde, ca. zehn Fälle an, in denen das Schwarzbuch zur Anwendung kommen soll, es sind dies hauptsächlich Vertragsbrüche vor Eintritt in Stellung, Fälschung von Zeugnissen, Diebstähle und dergleichen mehr; also alles Vergehen, welche auch unser Verein mit Ausstossung bestraft, und solche und nur solche Fälle, schreibt das genannte Blatt ausdrücklich, sollen in das Schwarzbuch eingetragen werden. Eigentlich ist es gar keine Neuerung; denn der Vereinsplaceur des Hoteliervereins bediente sich desselben schon lange; nur soll es erweitert werden, indem von Zeit zu Zeit Auszüge aus demselben an die Mitglieder des Hoteliervereines versandt werden sollen, damit sich dieselben gegen unerwünschte Personen schützen können. Natürlich werden die in dieser Liste Angeführten davon auch in Kenntnis gesetzt. Freilich wird hier Mancher einwenden, dass es zur Sühne der obengenannten Vergehen ja die Gerichte giebt, welcher sich die Herren Hoteliers bedienen könnten. Ja, für die letzteren Arten wohl; obschon selbst da noch Grund genug ist, sowohl für die Herren, wie für die Angestellten, derartige Individuen fern zu halten, aber wie will Jemand bei der Internationalität unseres Gewerbes einen Vertragsbrüchigen zu Gerichte ziehen, da haben allerdings wir Angestellten es leichter! Somit ist es den Herren nicht zu verdenken, wenn sie ein Mittel suchen, dass sie einigermaassen gegen derartige Schädigungen schützt. Wie wir daraus ersehen, ist die Befürchtung grundlos, dass mit dieser Einführung die Hotelangestellten der Willkür eines jeden übelwollenden Patrons preisgegeben sind; im Gegenteil können wir es nur begrüssen, dass damit ein weiteres Mittel gefunden ist, die Schafe von den Böcken zu scheiden. Die guten Angestellten können dabei nur profitiren. Was den Genfer Verein anbetrifft, so glaube ich nicht, dass er sich dazu hergeben sollte, Leute, welche sich Vergehen, wie oben angeführt, zu Schulden kommen lassen, in Schutz zu nehmen; diese überlassen wir getrost ihrem Schicksal; auch kann es uns gleich sein, ob das Buch schwarz, gelb oder blau heisst, so lange es seinen Zweck erfüllt und die Grenzen des Erlaubten nicht überschreitet.

Was wir aber aus dem Vorfalle mit dem betr. Chef lernen können, ist, wie sehr jeder Einzelne durch sein persönliches Betragen die Lage seines Standes verbessern oder auch verschlimmern kann. Darum, wenn das Schwarzbuch den Zweck erreicht, das bei Vielen noch schlummernde Ehrgefühl zu erwecken, dass Kollegen ihr Wort, wenn einmal gegeben, auch halten, selbst wenn es ihnen gewisse finanzielle Opfer kostet, so könnte unserem Stande das so sehr angeschwärzte Geschöpf, trotz seines schwarzen Namens, noch ein Engel des Lichtes werden."

Anmerkung der Redaktion der „H.-R.". Die Redaktion des „Verband" wirft am Schlusse dieser Korrespondenz die Frage auf, warum Herr Spillmann bisher nicht selbst das Wort ergriffen, um in seinem Vereinsorgan, der „Hotel-Revue", die Angriffe der Fachpresse zu widerlegen. Die Antwort hierauf ist sehr einfach: Es kommt in erster Linie darauf an, *wie* man angegriffen wird. Geschieht dies in einer Weise, wie im „Verband" Nr. 25, wo unter Verdrehung der Motive, welche zu dem betr. Antrage geführt haben, der sachliche Weg verlassen und derjenige des *persönlichen* Angriffes betreten wird, da muss sich Niemand wundern, wenn Herr Spillmann achselzuckend sich in tiefes Schweigen hüllt. Uebrigens haben wir in Nr. 27 unseres Blattes, welche dem Korrespondent des „Verband" Veranlassung zu obiger Verteidigung gegeben, klar und deutlich auseinander gesetzt, dass es sich höchstens um ein Schwarzbuch für Vergehen wie: Vertragsbruch, Zeugnisfälschung, Unehrlichkeit etc. handeln könne, und haben wir dabei ausdrücklich betont, dass auch Herr Spillmann das „Schwarzbuch" in diesem Sinne verstehe. Freilich hat der „Verband" von diesser Widerlegung damals keine Notiz genommen, sondern hat es vorgezogen, seine Leser in dem Glauben zu lassen, als handle es sich um ein Geheimbuch, im Sinne, wie es im „Verband" als Schreckgespenst hingestellt wurde.

„The Swiss & Nice Times"

glaubt sich nun auch in die vom „New York Herald" heraufbeschworene Trinkgeld-Polemik mischen zu müssen, indem sie in ihrer Nummer vom 27. Sept. schreibt:

„Der „New York Herald" hat einen lobenswerten Versuch gemacht, die Hotelbesitzer und andere Interessierte auf die Trinkgeldfrage zu prüfen. Selbstverständlich werden die Antworten der Hoteliers zu Ungunsten des Publikums lauten.

Man erlaube uns, zur Lösung dieser wichtigen Frage, einen bescheidenen Wink. Wir empfehlen denjenigen Reisenden, denen das Trinkgeldgeben lästig ist, jeweilen eine Sammlung von Münzen mit sich zu nehmen, welche ausser Kurs sind (es wird dies um so leichter sein, als Frankreich und Italien gegenseitig die Annahme ihrer Kupfermünzen verweigern). Rumänische Geldstücke, Schweizer Münzen mit sitzender Helvetia (aber ja keine Fünflivre, hätte das Blatt noch beifügen sollen, Red. d. „H.-R."), päpstliche Münzen; alle diese dienen dem Zweck vortrefflich. Der Reisende gebe dieselben dem Hotelangestellten als Trinkgeld, sehr wahrscheinlich werden sie dann refüsiert, worauf der Reisende sein Bedauern darüber ausdrückt, dass er kein anderes Kleingeld besitzt. Die Hotelangestellten werden dies ihrerseits ebenfalls bedauern und damit ist das Gewissen beider Teile beruhigt."

Fehlgeschossen!

Der in Berlin erscheinende „Tourist" lässt wieder einmal einen Insertions-Notschrei los und benutzt hiezu unsern in Nummer 34 veröffentlichten Bericht über die diesjährige Saison. Wie sich unsere Leser erinnern werden, beriefen wir uns in jenem Berichte auf einen Ausspruch des Herrn Tschumi, wonach die letztjährige Saison (1895) in Bezug auf die Zunahme des Fremdenverkehrs als Ausnahme bezeichnet werden müsse und deshalb zu keinen hochgespannten Erwartungen berechtige. Hieran knüpft der „Tourist" folgende kühne Behauptung:

„Nun, wir glauben den Versicherungen der „Hôtel-Revue" gern. Die Schweiz ist, darüber kann kein Kundiger sich täuschen, nicht mehr in dem Masse das klassische Fremdenland, das es früher war, als es noch gewissermassen das Monopol für den Fremdenverkehr besass. Aber über die Ursache dieser Erscheinung nachzudenken, giebt sich die „Hôtel-Revue" nur wenig Mühe. Sie beschränkt sich darauf, einige allgemeine Andeutungen über den Einfluss des schlechten Wetters und die ablenkende Wirkung der zahlreichen Ausstellungen zu machen. Wir bestreiten nun auf das energischste diesen Effekt der Ausstellungen, die viel mehr die Tendenz haben, auswärtige Besucher nach dem Kontinent zu locken. Der vornehmste Grund, warum die Schweiz nicht mehr wie früher den Amerikanern z. B. als unumgängliche Etappe erscheint, ist ohne allen Zweifel der Mangel an Propaganda. Die Schweiz, die Schopenhauer ein einziges grosses Hotel genannt hat, müsste, was Reklame anbelangt, nach aussen hin durch ihre Hoteliers vertreten werden. Statt dessen sehen wir seit Jahren eine Stagnation auf diesem wichtigen Gebiete. Unter dem Regime des Schweizer Hotelier-Vereins, dank den ständigen Abmahnungen seiner Presse, ist es dahin gekommen, dass man sich gewissermassen auf das Altenteil gesetzt hat; eine zielbewusste Agitation wird für den Besuch der Schweiz jedenfalls nicht mehr getrieben, wird doch vielmehr den Hotelbesitzern in jeder Nummer ihres Fachorgans gepredigt: „Haltet die Taschen zu!" Lediglich die Reisebureaux von Cook und Gaze können aber das Land und seine Gasthäuser nicht füllen. Wenn andere Länder, namentlich Schweden und Norwegen, aber auch Tirol und in neuerer Zeit die deutschen Gebirgsgegenden darin eifriger sind, so braucht man sich nicht zu wundern, wenn *diese den Erfolg sehen!*"

Gestatten Sie, verehrter Herr Kollege vom „Tourist", dass wir Ihnen hier ein wenig ins Wort fallen. Wir finden es nämlich gar zu grausam, dass Sie, der Sie mit bewunderungswürdigem Scharfsinn die Ursache der diesjährigen schlechten Saison herausgefunden haben, unsern Hoteliers nicht auch gleich mitteilen, wo und in welchen Blättern Propaganda gemacht werden soll. Wir wollen Ihrer schlecht versteckten Bescheidenheit etwas zu Hülfe kommen und ausrufen: „In erster Linie eignet sich der „Tourist" für wirksame Reklame". Es muss für Sie gewiss bemühend sein, das Häuflein Schweizer, welches im „Tourist" inseriert, von Jahr zu Jahr immer mehr zusammenschrumpfen zu sehen; es sind ja nur noch ihrer zehn, wovon jeder 20 Fr. per Jahr bezahlt, im ganzen also nur noch lumpige 200 Fränklein aus dem Hotelland herauszukriegen sind. Dieses Sümmchen schwindet dann völlig in nichts zusammen, wenn wir Ihrer Behauptung, in der Schweiz sei infolge unserer steten Zurufe: „Haltet die Taschen zu!" seit Jahren eine Stagnation im Reklamewesen eingetreten, folgende Thatsache gegenüberstellen: Laut den anlässlich der schweiz. Landes-Ausstellung vom Schweizer Hotelier-Verein gemachten Erhebungen über die schweizerische Hotel-Industrie im Jahre 1894 ergiebt sich, dass in selbem Jahre die einzelnen Hotelinhaber an Publikationen in Reisebüchern, Führern, Kursbüchern, und wie die Reklamemittel alle heissen, in runder Summe 1,350,000 Fr. verausgabt, ja, teilweise verschwendet haben. Es sind hierin die Unsummen, welche von Verkehrsvereinen, deren es in der Schweiz an die zwanzig giebt, verausgabt werden, nicht mitgerechnet; auch nicht, was die lokalen Gastwirtsvereine in Kollektivität für Reklame verausgabt haben. Die Propaganda der folgenden Jahre, 1895 und 1896, wird hinter derjenigen von 1894 kaum zurückstehen. Sie sehen also, dass von einer Stagnation im Reklamewesen nicht die Rede sein kann. Freilich fängt man allmälig an, Zeitungen für diesen Zweck weniger mehr in Berücksichtigung zu ziehen, und so kommt es, dass auch die Ihrige unter dieser Wandlung der Dinge zu leiden hat.

„Wenn ja auch die Wunder der Alpenwelt, fährt der „Tourist" weiter, stets Scharen von Besuchern anziehen werden, so ist doch der Gedankengang des Fremdenpublikums, das die Schweiz meidet, ein logischer: ein Geschäftsmann, der von vornherein sich auf den Standpunkt stellt: „Ihr müsst mir ja doch kommen" — hat wenig Aussicht auf Zulauf, wenn man erst merkt, dass man anderwärts ebenso gut und besser aufgehoben ist. Und daran ist nicht zu zweifeln: das Schweizer Hotelwesen mag heute noch hinsichtlich der Preise an erster Stelle stehen; was Gediegenheit der Einrichtung, Coulanz der Bedienung und Güte der Küche und des Kellers betrifft, ist es von den vornehmen deutschen Hotels längst erreicht (hm!), und es kommt hinzu, dass in den deutschen Bädern und Touristengegenden dem Gast eine viel grössere Manigfaltigkeit geboten ist, so dass Jeder etwas für seinen Geldbeutel passendes findet.

„Diesem Umstande gesellt sich nun die Thatsache zu, dass *in Deutschland* diejenigen Institute, die aus dem Fremdenverkehr Vorteil zu ziehen suchen, Bäder, Kurorte, Sommerfrischen, Hotels und auch Transport-Unternehmungen *mehr und mehr die Segnungen der zielbewussten Propaganda schätzen gelernt haben.* Den stereotypen Klagen über schlechten Geschäftsgang sind wir denn auch selten begegnet, und eine Vergleichung der Frequenzziffern zahlreicher deutscher und österreichischer Bäder spricht sehr zu Gunsten der diesjährigen Saison."

Wir müssen Sie hier schon wieder unterbrechen. Sie bezeichnen nämlich die diesjährige Saison für die Kurorte Deutschlands und Oesterreichs als günstig. Nun ja, so gut es Gründe giebt, welche es rechtfertigen, dass das Resultat einer Saison vor der Oeffentlichkeit nicht glänzender dargestellt werde, als