

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 5 (1896)
Heft: 52

Titelseiten

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: 21.02.2026

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

Erscheint
SamstagsParaissant
le Samedi

Abonnement:

Für die Schweiz:

12 Monate Fr. 5.—
6 Monate „ 3.—
3 Monate „ 2.—

Für das Ausland:

12 Monate Fr. 7.50
6 Monate „ 4.50
3 Monate „ 3.—

Vereinsmitglieder erhalten das Blatt gratis.

Inserate:

20 Cts. per 1 spatige Petitzeile od. deren Raum. Bei Wiederholungen entsprechenden Rabatt.

Vereinsmitglieder bezahlen die Hälfte.

Abonnements:

Pour la Suisse:

12 mois Fr. 5.—
6 mois „ 3.—
3 mois „ 2.—

Pour l'Etranger:

12 mois Fr. 7.50
6 mois „ 4.50
3 mois „ 3.—

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.

Organ und Eigentum des
Schweizer Hotelier-Vereins5. Jahrgang | 5^{me} AnnéeOrgane et Propriété de la
Société Suisse des Hôteliers

Redaktion und Expedition: Sternengasse No. 21, Basel. * TÉLÉPHONE 2406. * Rédaction et Administration: Rue des Etoiles No 21, Bâle.

Exonérations des Souhais de Nouvelle-Année.
Ablösungen der Neujahrs-Gratulationen.

Par un don au profit de l'Ecole professionnelle de la Société Suisse des Hôteliers, se sont exonérés des souhaits de nouvelle-année:

Durch einen Beitrag zu Gunsten der Fachschule des Schweizer Hotelier-Vereins haben sich von den Neujahrsgratulationen entbunden:

Sommes versées jusqu'au 5 décembre:

Bis zum 5. d. eingegangene Beiträge:

Herr Berner F., Hotel Euler, Basel	Fr. 20
„ Dielmann E., Direktor, Palace Hotel, St. Moritz	5
„ Plück C., Hotel Drei Könige, Basel	20
„ Müller G., Restaurant Bad. Bahnhof, Basel	5
„ Otto P., Hotel Victoria, Basel	15
„ Wehrle G., Hotel Central, Basel	5

Du 5 au 12 déc. — Vom 5. bis 12. Dez.:

Herr Beha A., Hotel du Parc, Lugano	Fr. 20
„ Bon A., Hotel Rigi-First, Rigi	15
„ Döpfner J., St. Gotthard & Terminus, Luzern	20
„ Osswald Max, Inselhotel, Konstanz	10
„ Osswald Ph., Hotel Bellevue, Bern	20
„ Pinösch C., Hotels Waldhaus u. Bellevue, Vulpera	20
„ Saft R. B., Grand Hotel, Baden	20
HH. Sommer Gebr., Hotel Zähringerhof, Freiburg i. B. und Hotel Sommer, Badenweiler	25
Herr Spatz J., Grand Hotel de Milan, Mailand	20
„ Stöger H., Hotel Kraft, Basel	20
HH. Strübin & Wirth, Hotel Schweizerhof, Interlaken	20
Herr Wegenstein F., Hotel Schweizerhof, Neuhäusen	20

Du 12 au 19 déc. — Vom 12. bis 19. Dez.:

HH. Boller J. & Söhne, Hotel Victoria, Zürich	Fr. 20
Herr Christen E., Comestables, Basel	20
„ Eisenmann C., Hotel Prinz Carl, Heidelberg	10
„ Elskes A., Hotel Bellevue, Neuchâtel	20
„ Ettenberger G., Buffet, Bregenz	10
„ Giger J., Hotel du Lac, St. Moritz	20
„ Gyr-Tanner K., Hotel Pfauen, Einsiedeln	15
„ Haefeli H., Hotel Schwanen, Luzern	20
HH. Hauser Geb., Schweizerhof-Luzernerhof, Luzern	20
Familie Hirschi, Hotel Interlaken, Interlaken	10
Frau Hirt-Wyss, Hotel Bellevue, Magglingen	15
Herr Illi K., Kurhaus, Weissenstein	5
„ Jeremias J., Mainz a. Rhein	40
HH. Deutz & Geldermann, Ay (Champagne)	20
„ Kraft & Wieland, Hotel Bernerhof, Bern	20
Herr Lichtenberger C., Reichs-Hotel, St. George, Interlaken	15
„ Liebler R., Kurhaus, St. Moritz	20
„ Meister J., Hotel Schweizerhof, Zürich	10
„ Müller W., Hotel Belvédère, Interlaken	10
„ Niess W., Hotel Victoria, Genf	10
HH. Pasche Frères, Pension Crochet, Bex	5
Herr Pasche H., Gérant, Lavey-les-Bains	5
„ Pohl F. A., Hotel Bellevue, Zürich	20
HH. Spillmann & Sicker, Hotel du Lac, Luzern	20
Herr Starkemann A., Ger., Kurh. Schönbühl, Freiburg	5
„ Waelly A., Kurhaus, Magglingen	10
„ Zähringer A., Hotel des Balances, Luzern	10
„ Ziegler-Bachmann W., Hotel Trois Rois, Vevey	5
„ Ziltener A., Hotel Schwert, Weesen	10

Du 19 au 26 déc. — Vom 19. bis 26. Dez.:

Herr Armleder A. R., Villa Beau-Regard, Genève	10
HH. Balli & Co., Grand Hotel, Locarno	20
Herr Balzari F., Hotel Métropole, Mailand	15
„ Bossard-Ryt, Kurhaus Felsenegg, Zugerberg	10
„ Calisch J., Hotel Rhätia, Sent	5
„ Cattani Ed., Hotel Titlis, Engelberg	20
„ Eberle J. & A., Grand Hotel, Axenstein	20
HH. Geilenkirchen A., Hotel Bernerhof, Basel	5
Herr Giger C., Direktor, Hotel Victoria, St. Moritz-Bad	20
„ Götzinger E., Hotel Schweizerhof, Basel	20
„ de Grisogono J., Hotel Grisogono, St-Maurice	10
„ Grünig Fr., Hotel Krone, Schaffhausen	5
„ Huber-Müller J., Hotel Krone, Solothurn	10
„ Kienberger J., Hotel Quellenhof, Ragaz	20
„ Kirchner L., Hotel Steinbock, Chur	50
„ Elwert P., „ Lukmanier, „	
„ Friok-Marfort G., „ Weisses Kreuz, „	
„ Taverna E., „ Sternen, „	

Uebertrag Fr. 930

Herr Kracht C., Hotel Baur au Lac, Zürich	Fr. 930
„ Lugon F., Hotel des Gorges du Trient, Vernayaz	5
„ Mathis C., Hotel Ville de Paris, Strassburg	20
„ Menge H., Hotel Bellevue, San Remo	20
„ Morlock H., Hotel de Berne, Nice	10
Familie Müller, Hotel Adler, Flüelen	5
Herr Müller-Dätwyler H., Hotel Krone, Ragaz	10
„ Neubrand L. A., Hotel Continental, Montreux	10
„ Neukomm H. R., Pension Tivoli, Luzern	10
„ Obermayer, Hotel Hof Ragaz, Ragaz	20
„ Oesch-Müller, Hotel Jungfraublick, Interlaken	20
„ Reiss F., Hotel Montfleuri, Territet	10
„ Regli G., Hotel Rigi, Luzern	10
„ Riedweg A., Hotel Victoria, Luzern	10
„ Rochedieu A., Hotel Beau Rivage, Montreux	5
„ Ruchti Ed., Hotel Victoria, Interlaken	20
„ Sailer Ch., Hotel de la Poste, Genf	10
„ Schieb J., Directeur, Grand Hotel, Territet	20
„ Troxler C., Hotel Löwen, Rüti	15

Summa Fr. 1180

Reklameblüten.

Wieder hat der Erfindungsgeist auf dem Gebiete der Reklame eine Blüte gezeitigt, die wir nicht unbeachtet vorübergehen lassen können, umso weniger als wir aus uns zahlreich zugesandten Prospekten ersehen müssen, dass man nie die Schweiz vergisst, wenn es sich darum handelt, etwas aus ihr heraus zu bekommen.

Es handelt sich diesmal zwar nicht um ein Unternehmen, das wir zum vornherein verdammen möchten, denn es hat nach gewissen Richtungen seine guten Seiten.

Der Erfinder, Besitzer des Bades Schweizermühle bei Königstein (Sachsen) legt seinem Reklame-Projekt das System der Verkehrsbureau zu Grunde, und in diesem Punkte scheint uns das Projekt nicht so ganz „ohne“. Herr Schröder, so heisst der Besitzer, versucht nämlich die Gründung eines solchen Gratis-Auskunfts-bureaus in Berlin anzustreben unter der ganz richtigen Motivierung, dass die Hotelier insgesamt unter der gegenwärtig ohne jede Frage zu teuere Reklame seufzen, von deren Wert in ihrer jetzigen Form sie nicht einmal überzeugt seien.

„Berlin stellt für alle Orte ein Hauptkontingent der Besucher,“ fährt Herr Schröder weiter; diese Äusserung kann vielleicht ihre Richtigkeit haben, wenn sie auf die sächsische Schweiz bezogen, sie wird aber nichtssagend, wenn man über die Grenze Deutschlands hinausgeht, nämlich insofern, als der Berliner schon unter den reisenden Deutschen in der Schweiz einen kleinen Prozentsatz ausmacht und unter dem Reisendenschwarm aller Länder, der sich über die Schweiz ergiesst, vollends verschwindet. So lieb und wert und so willkommen der Berliner in der Schweiz sein mag, so kommt es hier doch sehr in Betracht, welchen prozentualischen Rang er in unserem Fremdenverkehr einnimmt, denn Herr Schröder stellt seine Berechnung für die finanziellen Leistungen der an dem zu gründenden Verkehrsbureau beteiligten Hotels so hoch, dass ein kleines Rechenexempel hier ganz am Platze erscheint. Er taxiert nämlich die Hotels nach der Zahl Gäste: bei 200 Gästen per Jahr 50 Mk., bei 500 Gästen 100 Mk., bei 1000 Gästen 200 Mk. und über 1000 Gäste 300 Mk. Wenn nun ein Hotel 1000 Gäste per Jahr hat, worunter vielleicht 350 Deutsche (es entspricht dies ungefähr dem Prozentverhältnis des Gesamtverkehrs der Schweiz), so ist noch keineswegs anzunehmen, dass unter diesen 350 Deutschen auch nur 20 Berliner sind; angenommen jedoch, es seien deren so viele, so würde den betr. Hotelier jeder Berliner auf 10 Mk. Reklamekosten zu stehen kommen. In der sächsischen Schweiz mag das Verhältnis vielleicht ein günstigeres sein.

Es ist einem solchen Auskunftsbureau, auf eine einzelne Stadt beschränkt, ein zu enges Arbeitsfeld geboten, als dass dies auf den Verkehr im Auslande und mehr noch auf einzelne Hotels von genügendem Einfluss sein könnte, um die hohen Kosten aufzuwiegen. Auch dürfte man es den leitenden Persönlichkeiten (Landsleuten) kaum verübeln, wenn sie sich in der Ausübung ihres Berufes den reiselustigen Berlinern gegenüber jeweils des Spruches erinnern: „Was willst du in die Ferne schweifen etc.“

Wenn Herr Schröder diejenige Beteiligung von Hoteliers zugesichert erhält, die es bedarf, um die grossen Kosten zu decken, so wird die Zahl dieser Teilnehmenden eine so grosse sein müssen, dass er in nicht geringer Verlegenheit geraten wird, jedem Einzelnen gegenüber das zu halten, was er ihm verspricht, nämlich das Aufhängen von Gesamtsichtens, Aussichtspunkten, von Kur- und Logierhäusern oder sonstiger Bilder und Photographien, auch Pläne in grossem Massstabe, Grundrisszeichnungen zur Verfügung stehender Wohnungen etc. etc., also, wenn 100 Teilnehmer, genügend Material, um ein halbes Stadtviertel von Berlin zu dekorieren.

„Die gediegenste Reklame ist, die Gäste so zufrieden zu stellen, dass sie uns weiterempfehlen,“ sagt Herr Schröder in seinem Zirkular. Sehr wahr! Aber was hat damit das Auskunftsbureau zu thun, kann da nicht das dafür ausgeworfene Geld in diesem Sinne besser verwertet werden? Herr Schröder räumt jedem Beteiligten das Recht ein, einen direkten Beauftragten in das Bureau zu stellen, um nach seinem Orte Fragende zu belehren. Ob der Unterhalt dieser Person in dem zu leistenden Beitrag inbegriffen, ist nicht gesagt und ob die Räumlichkeiten hinreichend sein werden, auch nur 30 Mann aufzunehmen, ebenfalls nicht.

Die Verteilung der Prospekte von Kurorten und der Adresskarten von Hotels gieng wie folgt vor sich: Zwei Diener in Livree würden die Stadt Berlin durchwandern und auf ihren Briefträgeraschen wäre in grossen Lettern abwechselnd zu lesen: „Heut Nordsee“, „Heut Ostsee“, „Heut Harz“, Thüringen, Rhein, Schweiz, Süden, Oesterreich, Schwarzwald, Vogesen, Tirol“ etc. etc., und da würden dann jeweiligen die der Tagesordnung und dem Orte entsprechenden Reklamesachen verteilt. Wie oft mag da wohl jeder Ort und jedes beteiligte Hotel an die Reihe kommen, wenn das Bureau seinen Segen über halb Europa ergiessen will.

Wie eingangs gesagt, liesse sich aus der Idee des Herrn Schröder etwas machen, nur müsste man dabei nicht zu hoch fliegen, sondern nur für einen begrenzten Landesteil „arbeiten“ wollen und wenn dieser Landesteil die sächsische Schweiz selbst wäre. Freilich, aber da wird halt s'Geld nit lange.

Nouvel-an et Ecole professionnelle.

Voilà cinq ans que notre Société a inauguré contre la coutume fastidieuse, disons l'abus des cartes de félicitations à l'occasion du renouvellement de l'année, un moyen aussi rationnel que pratique à un double point de vue et qui consiste à se libérer des souhaits d'usage en versant une somme quelconque au profit de la si florissante Ecole professionnelle fondée à Ouchy par la Société.

Grâce à la prévoyance de la direction ainsi qu'à ces „cadeaux de Noël“, l'institution a pu jusqu'ici se suffire à elle-même. Il s'ensuit qu'un relâchement de la générosité des sociétaires, c'est-à-dire de leurs sympathies pour l'Ecole, affecterait d'autant plus péniblement les hommes dévoués qui consacrent à