

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 6 (1897)
Heft: 21

Artikel: Die Reklame im Dienste der Hotellerie
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-521898>

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: 08.10.2025

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

Ercheint ♦♦
♦♦ Samstags

Paraissant ♦♦
♦♦ 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'Étranger:
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-Vereins

6. Jahrgang | 6^{me} Année

Organe 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.

Mitglieder-Aufnahmen.
Admissions.

	Fremdenbetten Lits de Maître
1. Mr. Em. Balli, Hôtel du Glacier, à Bignasco	40
2. „ H. Weidt, Directeur, Hôtel du Lac, à Genève	125
3. Hr. H. Schlie, Direktor, Hôtel Belvédère, in Davos-Platz	180
4. „ Ad. Baumgartner-Schulthess, Hotel Schweizerhof, Baden	45
5. „ D. Trzinski-Suter, Hotel Hirschen, Baden	60
6. „ Oth. Blunzschli, Hotel Adler, Baden	48
7. „ Hans Weimann-Müller, Hotel Rebstock, Baden	45

Die Reklame im Dienste der Hotellerie.

Im Namen und Auftrag des Vorstandes des Schweizer Hotelier-Vereins hielt dessen Generalsekretär am 11. Mai in Baden und am 13. Mai in Zürich einen Vortrag, in welchem das Thema „Die Reklame im Dienste der Hotellerie“ in einlässlicher Weise zur Sprache kam. Welch' dankbares und für die Zuhörer interessantes Gebiet der Vortragende betreten, beweist die Thatsache, das an beiden Orten die Teilnahme der Interessenten eine vollzählige war. Aus dem Vortrage selbst und aus der jeweiligen nachgefolgten Diskussion konnte man ersehen, wie notwendig eine Stellungnahme gegenüber dem üppig blühenden Reklame-Unwesen geworden. In Zürich wie in Baden wurde das Kollektiv-Reklame-System lebhaft befürwortet und einstimmig beschlossen, sich an dem vom Schweizer Hotelier-Verein in so uneigennützig und zweckentsprechender Weise gegründeten Reklamebuche betitelt: „Die Hotels der Schweiz“, vollzählig zu beteiligen und für die Verbreitung desselben mit allen zu Gebote stehenden Mitteln zu wirken.

Derselbe Vortrag wurde am 17. Mai in Luzern gehalten, vor einer zwar nicht ganz vollzähligen aber doch zahlreich besuchten Versammlung der dortigen Hoteliers und Pensionsinhaber. Die Tendenz war hinsichtlich eines geeignigten Vorgehens in Sachen der Reklame dieselbe, wie an den beiden vorgenannten Orten und auch hier wurde die teilweise Selbstanhandnahme der Reklame durch den Schweizer Hotelier-Verein lebhaft befürwortet; sämtliche Anwesenden erklärten sich für Beteiligung an dem Unternehmen. Von den Nichtanwesenden hat die Grosszahl ihre Beteiligung nachträglich zugesagt, so dass auch die bedeutendsten Fremdenetablissemante der Stadt Luzern nahezu vollzählig in dem erwähnten Hotelführer vertreten sein werden.

Der Vortrag wird im Laufe der Monate Mai und Juni successive noch in folgenden Städten und Kurorten gehalten werden: Basel, Genf, Lausanne, Vevey, Montreux, Bex, Wallis, Bern, St. Beatenberg, Interlaken, Grindelwald, Ragaz, Davos, Arosa, St. Moritz, Pontresina, Locarno, Lugano, Weggis, Brunnen und Engelberg. Diese Wandervorträge werden, so hofft der Vorstand des Schweizer Hotelier-Vereins, dazu beitragen, einer vielerorts noch mangelnden Vorsicht bei Vergabung der Annoncen zu rufen und dem zahllosen Heer der Annoncenjäger das Handwerk etwas zu erschweren, was absolut nötig; denn man darf, ohne zu übertreiben, behaupten, dass von den 1 1/2 Millionen Franken, welche die Hoteliers der Schweiz jährlich für Reklame ausgeben, zum Mindesten ein Drittel, also eine halbe Million, rein weggeworfenes Geld ist.

Das Schweizer Hotel.

(Korrespondenz.)

Wir dürfen uns im Allgemeinen rühmen, (dies sei ohne jede Ueberhebung gesagt) uns mit Instituten des ganzen Erdenrundes in Bezug auf die Forderungen messen zu dürfen, die an ein gutgeführtes Hotel gestellt werden können.

Der Schweizer Hotelier ist durchgehends ein Mensch, der ziemlich regelmässig schon in früher Jugend Schule gemacht hat. Ihm schwebt als Piccolo schon der maitre d'hôtel, wie dem Künstler der Lorbeer, in sehendem Blicke nach der Zukunft vor Augen. Er macht seine Fremdenjahre durch, wie nicht leicht ein anderer Beruf das für nötig findet. In der Auswahl des Wirkungskreises setzt er sich mit dem ihm eigenen Stolz das Ziel so weit, dass er sich nach den durchgemachten Lebenserfahrungen wohl gestehen darf, ein schönes Stück Land und Leute gesehen, ein gut Teil Zeitgeschichte zumeist an hervorragenden Plätzen selbst miterlebt, was aber für ihn im Besonderen von hohem Werte ist, sich die nötigen Sprach- und sonstigen Kenntnisse in weiter Welt, oft unter ganz schwierigen Verhältnissen erworben zu haben. Die so überkommenen Capazitäten befähigen den Mann, in seinem Berufe das zu leisten, was — täglich in sich steigendem Maasse — von ihm verlangt wird.

In dem Verhältnis wie der Hotelier draussen sich umgesehen und gewirkt hat, sehen wir auch sein Personal stufenmässig die Etappen durchmachen; diese Leute waren zumeist schon in bedeutenden Häusern des Continents und drüber hinaus tätig. Es kommt in einem grösseren Hotel der Schweiz daher nicht leicht vor, dass ein wissbegieriger Fremder wo immer er herkommen möge, nicht befriedigende Auskunft über das Leben und Verhältnisse ferner Gegenden erhalten wird.

Ich hatte schon oft Gelegenheit selbst an solcher Plauderei teilzunehmen, oder als Zuhörer zu vernehmen, dass nach dieser Richtung System und Methode die jungen Hotel-Beflissenen leitet, mit offenem Kopfe sich in der Welt „unzuthum“.

Solcher Sachlage gemäss kann es uns daher nicht wundern, dass mit Bezug auf Darbietungen und Bequemlichkeit aller Art, auf kulinarische Leistungen, auf die Rücksichten für Erholung, Zerstreung im Hause selbst und der Umgebungen, kurz auf jede menschenmögliche Annehmlichkeit die weitgehende Rücksicht waltet.

Wenn daher in anerkennender Weise jedes Jahr der Fremdenstrom gewaltiger flutet, dürfen wir deshalb sagen, unsere Einrichtungen seien alle so vortrefflich, dass der Fremde solche sonst nirgends finde? Gewiss, nein!

Vergessen wir zu allernächst nie, dass eine erhabene, gewaltige Natur- und Gebirgswelt uns in einem Umfange zu Statten kommt, wie sonst keinem andern Lande. In der Jahreszeit, wo fast ringsherum in der Tageshitze, im Staube des toll wirbelnden Lebens ein Stück frische gesunde Gebirgswelt mit plätschernden Bergbächen, blauen Seen und schimmernden Firnen den Menschen als für den Augenblick das Begehrtestwerteste erscheinen muss, da haben wir das ja Alles schon ohne Weiteres! Das zieht zunächst die Fremden aus weitester Ferne an, in einem Kulturlande sich all' diesen Genüssen einer unvergleichlich grossartigen Alpenwelt in möglichst ungetrübter Sorglosigkeit für einige Wochen hinzugeben!

Sollte es daher auch ab und zu „Mode“ werden, nach Norwegen, Tyrol u. s. f. in die Sommerfrische zu gehen, so wird doch das „Gros“ der Fremdenarmee der schönen Schweiz nicht untreu werden!

Der glückliche Umstand unserer herrlichen Gebirgs-lage und der frischen Sommerluft also ist es, der uns immer erhalten bleiben wird, da allerdings ist eine Konkurrenz schwer!

Es steht aber ausser Zweifel, dass der Leistungsfähigkeit unserer Hotels noch viel offenes Terrain verbleibt.

Betrachten wir z. B. die rings um uns her jetzt überall eingeführte elektrische Beleuchtung, wie steht es denn damit? Billig staunen muss man, dass in dem Lande der überreichen Wasserkräfte diese noch so sehr brach liegen, wo doch die Leitungs- und Erstellungskosten ungleich billiger zu stehen kommen müssen, als in München, Wien, Budapest etc., allwo man ein besseres Hotel nicht ohne das elektrische Licht findet!

Man ist sonst nicht gewöhnt, den schweiz. Fortschritt in der Technik im Tempo des „österreich. Landsturms“ zu finden!

Nun denn, die Technik selbst ist es auch nicht, die den Fehler macht, sondern deren Anwendung. Da müssen wir die schweiz. Hotellerie im Vordertreffen sehen! Mit einer Uebereinstimmung, die unsere heurigen Gäste verblüffen soll, wollen wir die Arbeit nach elektrischem Lichte dieses Frühjahr noch fördern. Sorge Jeder an seinem Platze dafür, dass im hintersten Thale des Landes elektrisches Licht seine Strahlen über das Fremdengewoze sende!

Kleine Chronik.

Die Schynige Platte-Bahn ist wieder im Betrieb. **Lungern.** Das Hotel Kurhaus ist eröffnet worden. **Spiez.** Das Hotel und Pension Schöneegg ist eröffnet. **Der Simplonpass** ist seit 19. Mai für Fuhrwerke offen. **Weggis.** Das Hotel und Pension Löwen ist eröffnet. **Lostorf.** Das Bad Lostorf bei Olten wird am 23. Mai eröffnet.

Arth-Rigi-Bahn. Der fahrplanmässige Betrieb ist eröffnet.

Locarno. Hier wird der Bau eines Kursaales beabsichtigt.

Weissenstein. Das Kurhaus ist für die Saison geöffnet.

Audeer. Das Hotel Fravi und Mineralbad ist für die Saison eröffnet.

Heustrich-Bad. Die Kuranstalt ist am 15. Mai eröffnet worden.

Seewis. Das Hotel und Pension Scosalpnaa wurde dieser Tage eröffnet.

Schönegg ob Beckenried. Die Eröffnung der Kuranstalt hat stattgefunden.

Vallée des Ormonts. Le Grand Hôtel des Diablerets est ouvert pour la saison.

Görlitz. Das Hotel König Wilhelm wurde um Mark 445 000 von Herrn Schander gekauft.

Partenkirchen. Das Hotel Partnach-Klamm kaufte für 127 000 M. Herr Kreuzer von Miesbach.

Bern. Laut „Gastwirt“ soll im Lorraine-Breitenrain-Quartier diesen Sommer noch ein Hotel eröffnet werden.

Arosa. Die Hotels Waldhaus und Schweizerhof sind für die Saison geöffnet. Das Grand Hôtel eröffnet mit 10. Juni.

Schimberg-Bad. Der neue Besitzer, Herr Fallegger, wird sein käuflich erworbenes Geschäft auf Anfang Juni eröffnen.

Die Gotthardbahn beförderte im April 155 000 Personen (1896: 143 770) und nahm dafür 664 500 (604 284.07) Franken ein.

Die Uetlibergbahn hat laut dem 24. Geschäftsbericht dieser Gesellschaft im vergangenen Jahre 61,109 Passagiere befördert.

Wildbad. Hr. E. Weil, Inhaber des gleichnamigen Hotels in Offenburg, eröffnet am 1. Juni hier sein neu erbautes Hotel Weil.