

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 7 (1898)
Heft: 2

Artikel: Die Reklame im Dienste der Hotellerie : Vortrag. Teil II.
Autor: Amsler-Aubert, O.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-521634>

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>

Erscheint
• • • Samstags

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.—Vereins-Mitglieder
erhalten das Blatt
gratis.

Inserate:

20 Cts. per 1 spalt-
ige Petitzeile oder
deren Raum. — Bei
Wiederholungen
entsprech. Rabatt.Vereins-Mitglieder
bezahlen 10 Cts.
netto per Petitzeile
oder deren Raum.Organ und Eigentum des
Schweizer Hotelier-Vereins7. Jahrgang | 7^{me} AnnéeOrgane et Propriété de la
Société suisse des HoteliersParaissent
• • • le Samedi

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 pe-
tite ligne ou son
espace. — Rabais en
cas de répétition de
la même annonce.Les Sociétaires
payent 10 Cts. net
par petite-ligne ou
son espace.

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

Exonérations des Souhaits de Nouvelle-Année.

Abfösungen der Neujahrs-Gratulationen.

Par un don au profit
de l'Ecole profession-
nelle de la Société
suisse des Hoteliers,
se sont exonérés des
souhaits de nouvelle-
année:

Sommes versées jusqu'au 8 janv.:
Bis 8. Jan. eingegangene Beiträge: } Fr. 1845.—
Herr Bucher-Durrer, Hotel Europe, Luzern „ 20.—
HH. Seiler A. & Cie., Hotel Mont Cervin, „ 20.—
Zermatt „ 20.—
Herr Hauser A., Grand Hotel, Neapel „ 7.50

Summa Fr. 1892.50

Die Reklame im Dienste der Hotellerie.

Vortrag

gehalten in
Basel, Baden, Zürich, Luzern, Genf, Lausanne, Vevey,
Montreux, Box, St. Luc, Interlaken, Bern, Ragaz,
St. Moritz, Pontresina, Arosa und DavosO. Ameller-Aubert,
Sekretär des Schweizer Hotelier-Vereins.

(Schluss).

II.

„Die Schweizer Hotels verausgaben jährlich
in runder Summe 1 1/2 Million Franken für
Reklame. Man geht nicht zu weit, wenn man
behauptet, dass ein Drittel dieser Summe, also
eine halbe Million, rein weggeworfenes Geld
ist und eine weitere halbe Million gegen sehr
zweifelhafte Äquivalente ausgegeben wird.“

Die Summe von 1 1/2 Million Franken muss
einen übrigen nicht wundern, wenn man weiss,
welch' horrenden Summen gewisse Zeitungen
und Bücher für Annoncen verlangen. Hier
einige Beispiele:

Das Hotel Continental in Paris lässt sich
für eine Seite seines in Klein-Taschenbuch-
format erscheinenden Reklamebuches jährlich
250 Fr. bezahlen, bei einer Auflage von ange-
blich 25,000 Exemplare in nur einer Sprache.

Die Gordon Hotels in London verlangen für
eine Drittelseite in ihrem Buch „Where to stay“
80 Fr., Auflage 20,000 in einer Sprache. —
In einem ähnlichen Buche, welches in Amerika
unter dem Titel „Where to stop“ erscheint,
kostet die Drittelseite 200 Fr. Dabei ist die
Auflage nur 5000 in einer Sprache und der
Verkaufspreis des Buches Fr. 1.25. In diesen
beiden Büchern ist jede Annonce mit Cliché
versehen, dieselben müssen aber extra bezahlt
werden.

Im Reisehandbuch der Firma Cantor & Reich-
mann in Berlin kostet eine Drittelseite das
erste Jahr 160 Fr. und für jeden folgenden
Jahrgang 215 Fr. Auflage auf 3 Jahre ver-
teilt 50,000 Exemplare. Der Inserent muss
sich auf 3 Jahre verpflichten, und muss jedes
Jahr frisch bezahlen, in 50,000 Büchern also
600 Fr.

Der Herausgeber von „My own Guide“ lässt
sich für eine Drittelseite 250 Fr. bezahlen,
und verpflichtet die Inserenten auf 5 Jahre, im
ganzen also 1250 Fr. Auflage jedes Jahr
10,000 Exemplare.

Ein in Frankfurt a. M. erscheinendes Blatt
„The English Mail“ geniert sich nicht, für eine
Annonce von 5 cm Höhe und 10 cm Breite
300 Fr. per Jahr zu verlangen. Dabei erscheint
das Blatt nur ein Mal wöchentlich.

Eine neugegründete Gesellschaft in Paris,
welche sich „Agence Internationale des Grands
Hotels“ nennt, verlangt für das Aushängen von
Hotelphotographien in den Montren ihrer Bu-

reaux, je nach Grösse der Photographie, 200
bis 800 Fr. per Jahr.

In der „Wiener medicinischen Wochenschrift“
kostet eine Annonce in der Grösse von 5 x 10
cm bei 16 maligem Erscheinen während 4 Mo-
naten 80 Fr. mit dem Bemerkten, dass der
Normalpreis 200 Fr. sei. Auflage 3000 Exem-
plare.

Eine amerikanische Firma offeriert Adressen
von Familien, an welche die Hotels ihre Adress-
karten schicken können und verlangt für das
Hundert Adressen Fr. 125. Wenn daraufhin,
viel gerechnet, 10 Personen eintreffen, so kommt
eine jede Person auf 12.50 zu stehen, der Profit
ist daher bald ausgerechnet.

Eine in London neugegründete Agentur
offeriert sich, die Grosszahl der nach der Schweiz
reisenden Engländer direkt in ein bestimmtes
Hotel zu dirigieren und verlangt für die Be-
mühung die bescheidene Summe von 1000 Fr.
Die Palme aber gebührt unstrittig dem
Verleger des „Ratgeber für Gesunde und Kranke“.
Herr Dr. H., denn keiner wie er hat es ver-
standen, eine solche Zahl, worunter von den
grossen und grössten unserer Hoteliers, für sein
Buch klingend zu interessieren, für ein Buch,
welches als das Lächerlichste aller Reisebücher
bezeichnet werden darf und an welches hohe
Summen beigegeben wurden.

Dem Verlag von „The Health and Pleasure
Resorts“ zahlen unsere Hoteliers ganz enorme
Summen und dabei hat wohl noch keiner be-
merkt, dass in diesem Buche schwarz auf
weiss gedruckt steht, auf der Reise nach der
Schweiz empfehle es sich, Billigkeitspulver mit-
zuführen; der Wein sei billig aber sauer u.s.w.

Es liessen sich hunderte von Reklame-
Unternehmen aufzählen, die sich ihre Annoncen
mit schwerem Gelde bezahlen lassen, ohne da-
für auch nur die geringste Garantie zu bieten,
dass das Geld gut angelegt ist.

Ich komme nun zu einer andern Kategorie
von hotelgeführten Menschen, die es nicht
minder gut, wenn nicht noch besser verstehen,
auf Kosten der Hotels zu leben und gut zu leben,
es sind dies die Verfasser gewisser Reisehand-
bücher und die Reporter gewisser Zeitungen.

So ein Verfasser eines der hauptsächlich
haften Reisehandbücher, die hauptsächlich nur
ihres Inseratenanhangs wegen da sind, will
von den enormen Einnahmen der Hoteliers doch
auch etwas haben, er hat ja durch seine Lob-
hudelei über dieses oder jenes Hotel, als da
sind: „empfehlenswert“, „sehr gut“, „comfor-
table eingerichtet“, „vorzüglich geführtes Haus“,
„Musterhotel“, etc. etc. nicht wenig zu dem
guten Geschäftsgange beigetragen, und ist es
daher nicht als recht und billig, dass wenn er
auf Reisen geht, man ihm das schönste Zimmer
im Hause zur Verfügung stellt, und ihn eine
Zeit lang gratis abführt. Bringt er noch
seine Frau und seine Kinder mit, um so besser.
In einem Hotel kommt es ja, nach Ansicht
dieser Gratis-Kaufmann, nicht darauf an, ob ein
Dutzend Personen mehr oder weniger an der
Table d'hôte sitzen, die Auslagen sind die-
selben.

Für jede gratis gefütterte Person von der
Familie eines solchen Reisebuchverfassers steigt
dann das Ansehen des Hauses um einige Grade,
und wenn es früher nur zu dem „empfehlens-
werten“ Hotels gehörte, so steigt es bald zu
dem Range der „vorzüglich“ geführten.

Es kann auch vorkommen, dass einem sol-
chen Reisesonkel zufällig das Geld zur Weiter-
reise ausgeht, da genügt es dann gewöhnlich,
dass man ihm mit einer 50er oder 100er Note
unter die Arme greift, dafür wird der Ange-
pumpte dann Inhaber des einzig empfehlens-
werten Hotels am Platze, so zu lesen in der
nächsten Ausgabe des betr. Reisebuches. —
Das Darlehen aber — sieht man niemals wieder.

Welche dem Hotelier, der sich nicht dazu ver-
steht, einem solchen Kunden die Hände unter
die Füße zu legen und coolant zu sein bis ins

Extreme. Die Foder bringt es an den Tag.
Nützen können einem diese Menschen wenig,
aber um zu schaden genügt oft ein Federstrich
und die Gelegenheit zu schaden lassen sie sich
nicht entgehen, wenn sie damit einen kleinen
Rachekt für vermeintliche uncourante Behand-
lung ausüben können.

An meiner Feder sollt ihr sie erkennen, die
Hoteliers, welche es nicht verstehen, mit unser-
em umzugehen, so denkt und handelt die
Grosszahl der Reiseliteraten.

Ein Beispiel, ähnlich denjenigen, die zu
Dutzenden bekannt sind, schildert unser Schweizer
Dichter, Herr J. V. Widmann, litterarischer Re-
dakteur des „Bund“ in seinen „Sommerwande-
rungen und Winterfahrten.“ Es heisst darin
auf Seite 235:

„Am folgenden Tage musste ich
dieses liebliche Capua* verlassen, wo ich
mich ausserordentlich wohl befunden hatte.
Bett, Zimmer und Kost — ich konnte mir
nichts besseres denken. Auch hatte mir die
Wirtin mancherlei erzählt, was mich nicht
wenig interessierte. Unter anderem erwähnte
sie, wie es Pariser Journalisten treiben, um
ihren Ferienaufenthalt herauszuschlagen. Der
bekannte Mitredakteur des „Figaro“, der die
Berichte „La vie en plein air“ zu schreiben
pflegt, hatte sich mit Frau und Kindern in
Talloires eingemietet und am dritten Tage
erklärt, es verstehe sich doch wohl von selbst,
dass er hier gratis lebe, denn er werde über
Talloires im „Figaro“ schreiben. Als ihn die
Wirtin fragte, ob er denn ihr Hotel speziell
nennen werde, erwiderte er, das gehe nicht
an, denn sonst würde er selbst der Zeitung
ein paar hundert Franken für Aufnahme
einer solchen Reklame entrichten müssen,
indem man in der Redaktion annehmen
würde, ihm sei noch mehr dafür bezahlt
worden. Das war der Wirtin zu toll; sie
verweigerte es rundweg, ihn und seine ganze
Familie wochenlang gratis zu verpflegen;
innerhalb erpresste er ihr starke Preisreduktionen.
Man kann sich vorstellen, dass ich
nach dieser Mitteilung meiner blonden Tal-
geri-Wirtin mit dem besondern Gefühle, wir
Wilden, d. h. wir schweizerische Journalisten,
seien doch bessere Menschen, ein paar Gold-
stücke zuschob.“

Soweit Herr J. V. Widmann.

Es vergeht kein Sommer, dass man nicht
Gelegenheit hat, namentlich in ausländischen
Blättern Artikel zu Gesicht zu bekommen, in
welchen mit der pehdesten Unverfrorenheit über
hohe Preise und Ausbeutung seitens der Schweizer
Hotels losgezogen wird. Es muss leiden zu-
gestanden werden, dass diese Angriffe nicht in
allen, sondern nur in den meisten Fällen un-
begründet sind, denn tatsächlich kommen Ueber-
forderungen vor, und zwar hauptsächlich in
solchen Geschäften, wo im Frühjahr und Herbst
bzw. in der Vor- und Nachsaison zu Schund-
preisen gearbeitet wird, und wo dann während
der Hochsaison das Eingebüsst wieder einge-
bracht werden soll, dadurch, dass man den
Fremden das Fell über die Ohren zieht.

In der Regel aber basieren die Angriffe auf
Geringfügigkeiten. Bezahlte ein Fremder einmal
in einem Berghotel 50 Cts. mehr für ein Beef-
steak, oder 5 Cts. mehr für ein Ei, als in einem
Hotel der Ebene, so überlegt er meistens nicht,
dass er sich vielleicht 1,500 Meter über Meer
befindet, und flugs wird ein fulminanter Arti-
kel an das Liebbalt geschrieben und über
die gesamte Hotellerie der Schweiz losgezogen.
Das Liebbalt ist natürlich nur zu gerne bereit,
solchen Schmähartikeln die Spalten zu öffnen.
Wenn sich auch der vernünftige Leser nicht
daran stösst, Gläubige finden sich immer.

Man glaube ja nicht etwa, dass Zeitungen,
welche ihre Inseratenseiten zum grössten Teil
mit Hotel-Annoncen füllen und sich teuer da-

für bezahlen lassen, weniger zugänglich seien
für Schimpfartikel gegen die Hoteliers (ihre
besten Kunden) nein! Den eklatantesten Beweis
hiefür hat wohl letztes Jahr der „New-York
Herald“ geliefert, der in einer langen Serie
von Artikeln die gesamte Hotellerie in einer
Weise in den Kot gezogen, für welche eine
richtig bezeichnende Qualifikation überhaupt
nicht zu finden ist.

Die Angriffe der Presse sind auch oft dar-
auf zurückzuführen, dass Reisende aus Unkennt-
nis irre gehen, indem sie mit ihrem Geldbeutel
II. Ranges sich in ein Hotel I. Ranges ver-
irren, und dann natürlicherweise über hohe
Preise klagen.

Ein anderes Gebiet, das nicht minder wu-
chernd blüht, als das Reklame-Unwesen, ist
das Rabatt-Unwesen. Unter diesem haben die
Hoteliers ebenfalls viel zu leiden, allerdings
meistens freiwillig.

Wie Pilze schießen die Reisebureaux, die
Gesellschaften und Vereine empor, die mit einer
gewissen Arroganz Begünstigungen von den
Hotels verlangen, nicht nur auf den Passanten-
sondern auch auf den Pensionspreisen, die doch
in der Regel so wie so schon auf ein Minimum
reduziert sind.

Es ist geradezu eine Schmach, dass solche
Vereinigungen sich in unsere Schweizer Hotels
Eingang verschaffen konnten. Nicht nur, dass
sie sich nicht damit begnügen, Preisschinderei
zu treiben, sondern sie erpressen von den
„Gemassregelten“ auch noch einen jährlichen
Beitrag für die Aufnahme ihrer Hotels in die
Liste der Rabatt-Etablissementen. Das geschieht
bei der Vereinigung genannt: „Medizinisches
Warenhaus“ in Berlin und das geschieht auch
bei den Verbänden deutscher Beamten- und
Offiziersvereine.

Man brüstet sich heutzutage in Hotelkreisen
so gerne damit, dass es zum Betriebe eines
einemermassen bedeutenden Hotels der kauf-
männischen Führung bedürfe, um überhaupt
den Konkurrenzkampf bestehen zu können. Ja,
meine Herren, ist es denn kaufmännisch ge-
handelt, wenn man von zwei am Tisch sich gegen-
über sitzenden Gästen, welche sich beide als
Pensionäre einlogiert haben, welche gleichwertige
Zimmer bewohnen, dieselben Bequemlichkeiten,
dieselbe Beköstigung geniessen, verschiedene
Gegenleistungen verlangt, d. h. vom Einten 10,
15—20 %, weniger als vom Andern? Ist das
kaufmännisch? Nein, niemals! Derjenige Gast,
der den vollen Preis bezahlt, darf, wenn ihm
dieses ungleiche Verhältnis bekannt wird, mit
Recht behaupten, dass er überfordert worden sei.

Kaufen Sie einen Sack Kaffee, so bezahlen
Sie ihn selbstverständlich billiger, als wenn Sie
dasselbe Quantum pfundweise erstehen. Das-
selbe Verhältnis zeigt sich in der Differenz
zwischen Passanten- und Pensionspreisen. Was
mehr gethan wird in Bezug auf Preisreduktion
ist nicht mehr kaufmännisch, es ist auch keine
reelle Konkurrenz mehr, sondern etwas „anderes.“
Es fehlte nur noch, dass ein findiger Hotelier
auf den Gedanken kommt, jeden 10. oder 12.
Gast gratis zu beherbergen. Wer weiss, ob
dieses Species ehrlicher Konkurrenten nicht auch
noch auf der Bildfläche erscheinen.

Solche und ähnliche Fälle und Beispiele
liessen sich noch eine Menge anföhren, ich will
Sie jedoch nicht länger ermüden und zum
Schluss eilen.

Wie anfangs meines Vortrages erwähnt, ist
der Schweizer Hotelier-Verein eifrig bestrebt,
gegen das Reklame-Unwesen Stellung zu nehmen,
indem er das Reklamewesen zum Teil selbst
in die Hand nimmt.

Was der Schweizer Hotelier-Verein seit
seinem Bestehen geleistet und angestrebt, ist
immer in uneigennützigster Weise geschehen, seine
Bestrebungen gipfeln in der Förderung der all-
gemeinen Interessen der Hotellerie und des
Fremdenverkehrs. Die Leistungen und Erfolge
kommen daher jedem Einzelnen, wenn nicht

*) Talloires in Savoyen.

direkt, so doch indirekt zu gute und deshalb kann der Verein nicht nur erwarten, dass die bis jetzt noch Fernstehenden sich um ihn scharen, sondern es ist geradezu Pflicht jedes Einzelnen diese Bestrebungen zu unterstützen und nach Kräften mitzuwirken zum Wohle Aller.*

Engadin-Panorama.

Das Panorama Segantini für die nächste Weltausstellung in Paris droht lt. „N. Z.-Z.“ an der schwebenden Platzfrage zu scheitern. Im Areal der Ausstellung sei ein genügender Platz nicht zu haben, und es werde nötig sein, einen Bodenkomplex in der Nähe zu erwerben, wofür wohl 1 1/2 Millionen nötig sein dürften. Doch will man sich durch diese Schwierigkeiten noch nicht entmutigen lassen, sondern weiter unterhandeln. Einstweilen will man sich mit der Zürcher Gesellschaft ins Vernehmen setzen, die beabsichtigt, in Paris ein Schweizerdorf zu erstellen, wie es in Genf vorhanden war und die Besucher angelockt hat.

Dem „Bund“ wird hierüber geschrieben: „Das Projekt scheint nun doch greifbare Gestalt anzunehmen. Eine Komiteeverammlung, vor welcher Ingenieur Siegwart über die bauliche Seite referierte, dafür rund eine halbe Million in Vorschlag nahm und bezüglich Platz auf ein Zürcher Konsortium hinwies, kam nach eifriger Diskussion zum Schluss, die Herren Präsident Tändury, Bankdirektor Bavier, Ingenieur Siegwart und Architekt Meyer in Paris mit den Unterhandlungen über den Ankauf des Bodens zu betrauen. Inzwischen sind der Kommission von Zürich aus (wohl von der Schweizerdorfgesellschaft?) die folgenden Vorschläge zugekommen: 1. Die Zürcher kaufen den Platz und vermieten ihn an die Panoramagesellschaft. Mietzins pro 1898 und 1899 je Fr. 75,000, pro 1900 Fr. 200,000, pro 1901 eventuell je nach neuer Uebereinkunft weitere Fr. 75,000. Das Komitee garantiert für die Zahlung der Miete mit Fr. 200,000. 2. Die Panoramagesellschaft partizipiert sofort mit Fr. 400,000 am Ankauf des Bodens. Bei der Liquidation desselben wird die Summe zurückbezahlt mit entsprechendem Teilprofil. Die Besichtigung des Terrains soll diese Woche noch durch Zürcher Delegierte stattfinden. Unmittelbar nach Eintreffen der darauf basierenden verbindlichen Vorschläge wird das Komitee eine allgemeine Versammlung aller Interessenten nach Samaden einberufen, um in erster Linie die gewünschte Garantiesumme, welche voraussichtlich sofort gezeichnet sein wird, sicherzustellen.“

„Feine“ versilberte Ware

speziell Tafelbestecke, bietet eine Zürcher Kupferschmieds-Firma den Hoteliers per Zirkular an. Es heisst in demselben:

„Durch einen günstigen Gelegenheits-Einkauf in feinen versilberten Tafelbestecken, deren Qualität der Marke „Christoffel“ in nichts nachsteht, sie im Gegenteil noch übertrifft, da die Silberauflage stärker ist, offeriere, so lange Vorrat zu folgenden billigen Preisen: Löffel 24 Fr. per Dutzend, Gabeln 24 Fr., Messer Fr. 21.60, Dessertlöffel 18 Fr., Dessertgabeln 18 Fr., Dessertmesser 18 Fr., Kaffeelöffel Fr. 14.40 per Dutzend. Bei Abnahme für 200 Fr. 5% Rabatt.“

Feine Ware, saubere Ware! Eine von kompetenter Seite vorgenommene Analyse hat nämlich auf das Dutzend Löffel 600/1000 gr. Silbergehalt ergeben, auf Gabeln per Dutzend 400/1000 gr., auf Dessertlöffel 400/1000 und auf Dessertgabeln 300/1000 gr., also im Durchschnitt ca. ein halbes gr. Silber per Dutzend. Diese Tatsache dürfte als Fingerzeig für unsere Hoteliers genügen.

Eine Absage.

In der Hauptversammlung des Verbandes deutscher Touristenvereine, die am 12. September v. J. zu Koburg stattfand, wurde der Harzklub als vorsitzender Verein des Verbandes gewählt, und der Vorsitzende des Harzklub nahm auf die telegraphische Meldung die Wahl vorbehaltlich der Zustimmung des Centralvorstandes an. Der Letztere erklärte sich jedoch mit 23 Stimmen für die Ablehnung der Wahl, unter folgender Begründung:

Der Harzklub bezweckt Belebung, Unterstützung und Schutz der Wanderlust im Harzgebiet. Er beabsichtigt Zweigvereine in allen Orten im Leben zu rufen, wo er freundliches Entgegenkommen findet; er sucht diese seine Zwecke zu erreichen durch: a. Bezeichnung der Wege nach einheitlichem Plan. b. Anlegung neuer und Aufbesserung schon vorhandener Wege, Erschliessung und Bekanntmachung von Aussichtspunkten und lohnenden Wanderungen, sowie Anbringung von Ruheplätzen und Schutzdächern. c. Empfehlung und Richtstellung vorhandener Karten und Reisebücher für den Harz, nötigenfalls Herausgabe neuer. d. Fürsorge für Erteilung von Auskunft möglichst in sämtlichen Orten des Harzes, überhaupt Ergreifen aller Massnahmen zur Erleichterung des Wanders und zum Schutze der Reisenden. e. Veröffentlichung von Mitteilungen über den Harz, sowie über Ziele und Errungenschaften des Harzklubs. In der aus diesen Satzungen entspringenden Tätigkeit liegt nicht die geringste Veranlassung, anzunehmen, dass wir unseren Mitgliedern als solchen allein einen

direkten materiellen Vorteil verschaffen wollen; unsere Mitglieder nehmen nur Teil an den Vorteilen und Erleichterungen, die wir für alle Harzbesucher zu erwirken suchen, allerdings mit dem hohen befriedigenden Gefühl, dazu auch beigetragen, das Werk auch mitgeschaffen und damit Gutes und Grosses für die Allgemeinheit geleistet zu haben. Dass unser Klub auf diesem idealen Standpunkte steht, der uns hauptsächlich die Stellung verschafft hat, die wir heute einnehmen, und diesen Standpunkt stets hoch hält, geht u. A. aus der Tatsache hervor, dass die sechste Hauptversammlung am 6. September 1881 zu Ballenstein einen Antrag Magdeburgs „eine Aufforderung an die Harzwirte behufs Preismässigung für die Mitglieder ergehen zu lassen.“ mit 104 gegen 27 Stimmen ablehnte.

Der Verband deutscher Touristenvereine will in entgegengesetzter Weise den im § 1 seiner Satzungen ausgesprochenen Zweck dadurch erreichen, dass er (§ 2. a der Satzungen) Verkehrsvereinigungen für die Mitglieder des Verbandes zu erreichen sucht, insbesondere: Preisermässigungen auf Eisenbahnen, Dampfschiffen und in Gasthäusern.

In der Pflicht des vorsitzenden Vereins, diese Vorschriften erfüllen zu müssen, liegt für den Harzklub die Unmöglichkeit, die Wahl als solcher anzunehmen.

Neben diesem Hauptgrunde für die Ablehnung der Wahl macht der Centralvorstand des Harzklub noch mehrere andere Bedenken geltend, die aber rein innerer Natur sind und deshalb hier unerwähnt bleiben können.

„Wochenschrift.“

Bürgschaftsleistung bei der Post.

Ein württembergisches Mitglied des Internationalen Vereins der Gasthofbesitzer schreibt der „Wochenschrift“:

„Die Bürgschaftsleistung bei Wertsendungen habe ich beim ersten Verlangen verweigert. Es kam der Briefträger und wurde vom Kellner das Zimmer des Adressaten angewiesen; vor dem Weggehen verlangte der Briefträger von mir die Unterschrift als Bürge. Meine Frage, ob der Herr keinen Reisepass habe, bejahte er, fügte aber hinzu, ich müsse nach neuer Verordnung dennoch mindestens als Zeuge unterschreiben, was ich verweigerte, indem der Briefträger aus dem Reisepass besser die Richtigkeit der Person feststellen könne, als ich durch den Eintrag ins Fremdenbuch. Darauf ging ich zum Aufsichtsbeamten der Post und erklärte, dass ich weder eine öffentliche Bekanntmachung der angeblichen neuen Vorschrift gelesen habe, noch mir eine solche zugesandt worden sei. Der Beamte antwortete darauf, es sei hierüber keine Anordnung gegeben worden, legte mir jedoch die Verordnung zur Einsicht vor, worauf ich verlangte, dass die Briefträger angehalten werden sollten, vor Abgabe von Wertsendungen an Gäste meines Hauses, mich allein, und ohne von den Gästen in auffallender Weise bemerkt zu werden, anzuführen, ob ich unterzeichnen werde. Seither zeigt mir jeder Briefträger die Anweisungskarte oder Wertsendung vor und dann ist durch ein kurzes Ja oder Nein die Aus- oder Nichtauszahlung der Sendung entschieden. Im letzteren Falle hinterlässt der Postbote eine Erklärung an den Adressaten, dass bei der Post ein Wertgegenstand für ihn aufliege. Ich habe dies als bestes Mittel angesehen, um bei meinen Gästen nicht im Verlegenheit zu kommen.“

Ueber dasselbe Kapitel lesen wir im „Breslauer Gastwirt“:

„Im Allgemeinen glauben viele Reisende, die sehr häufig keine genügenden Ausweispaapiere mit sich führen, dass der Gasthofbesitzer seinen Gästen zu dieser „kleinen Gefälligkeit“ sozusagen verpflichtet sei. Durch die erwähnte Dienstvorschrift jedoch, die dem Reisenden die Inanspruchnahme des Hoteliers „als Bürge“ erwünscht erscheint, weil ihm dadurch alle Weiterungen seitens der Post erspart bleiben, gerät der Gasthofbesitzer allen Personen gegenüber, deren Namen er erst durch ihren Eintrag in das Fremdenbuch erfährt, in Verlegenheit. Lehnt er in solchem Falle die Bürgschaftsleistung ab, so empfindet dies der Gast als Anzeiung seiner Namensangabe, mithin als persönliche Beleidigung. Unter Umständen ist diese Bürgschaft für den Gasthofbesitzer mit Schaden verknüpft, sobald es der „angebliche“ Empfänger auf Betrug absieht. Da nun das Kaiserliche Reichspostamt noch immer nicht das Bedürfnis zur Abänderung dieser Dienstvorschrift zu erkennen vermag, so haben die Mainzer Gasthofbesitzer an die Postdirektion die Erklärung abgegeben, dass sie vom 1. Januar 1898 ab nicht mehr „als Bürge“ unterschreiben werden. Da dieses Vorgehen der Mainzer Gasthofbesitzer im Reiche sicher Nachahmung finden dürfte, so wäre dem reisenden Publikum dringend zu empfehlen, sich mit genügenden Ausweispaapiere zu versehen, um ihre Wertsendungen erhalten zu können. Um die Auslieferung solcher Sendungen möglichst zu erleichtern, haben die Mainzer Gasthofbesitzer einstweilen die Bestimmung getroffen, dass ihre alten Kunden nach vorhergegangener Verständigung immer unmittelbar an den betreffenden Gasthofbesitzer für sich selbst adressieren lassen können.“

Zur Illustration diene noch Folgendes:

„Die Postdirektion Mainz erklärt zum Beispiel, Militärpässe zur Empfangnahme von Wertsendungen als ungenügenden Ausweis. Vor einigen Tagen verlangte ein Reisender am Mainzer Postschalter die Auszahlung einer an ihn postlagernd adressierten Postanweisung von 300 Mark gegen Vorzeigung des Militärpasses. Der Beamte die Auszahlung verweigerte, so

erfolgte auf Antrag des Empfängers Bestellung in den Gasthof. Dort lehnte der Besitzer die Bürgschaftsleistung ab, da der betreffende Herr ihm nicht bekannt war. Letzterer wandte sich nochmals an das Hauptpostamt und empfing jetzt sein Geld ohne Bürgen auf den Militärpass, weil der Beamte so liebenswürdig war, das Risiko selbst zu übernehmen.“

Die Haftpflichtgefahr der Hoteliers und Gastwirte.

Der „Gastwirt“ in Darmstadt schreibt: „In letzter Zeit ist diese Frage auf Wirtstagen und in der Fachpresse zur Genüge ventilirt worden. Zur Abwehr dieser Gefahr hat bekanntlich der Deutsche Gastwirt-Verband, neben 70 Einzelverbindungen bzw. Innungen, mit dem Allgemeinen Deutschen Versicherungs-Verein in Stuttgart einen Vertrag abgeschlossen, der den Mitgliedern besondere Vergünstigungen beim Abschluss einer Haftpflicht-Versicherung gewährt. Genannter Verein stellt uns nun folgenden Bericht über einige Gastwirte betreffende Schadenfälle zur Verfügung, die bei ihm in den letzten Monaten allein wegen Verluste infolge von Hoteldiebstählen zur Anmeldung und Regulierung kamen.“

Gegen Ende Oktober 1897 kam ein Fahrrad, das ein Gast des Savoy-Hotels in Berlin dort zur Aufbewahrung übergeben hatte, in Verlust. Er forderte dafür von der Hotelverwaltung einen Schadenersatz von 450 Mark als den Ankaufspreis des in Amerika gekauften Humber-Fahrrads, ermässigte aber seine Forderung in Anbetracht des Umstands, dass das Rad bereits zwei Jahre benützt war, auf 300 Mark. Die Direktion des Hotels leistete ihm in dieser Höhe Ersatz und konnte selbst polizenmässigen Regress an den Allgem. Deutschen Versicherungs-Verein nehmen.

In der Nacht vom 23./24. September 1897 wurden dem Fabrikanten T. in einem grossen, den Gehr. B. gehörigen Stuttgarter Hotel eine wertvolle goldene Uhr und Kette sowie ein Portemonnaie mit 90 Mark Inhalt gestohlen. Da sich T. noch spät am Abend im Hotel-Restaurant aufgehalten, dann nach der Rückkehr in sein Zimmer die Thüre verriegelt hatte, aber am nächsten Morgen beim Erwachen den Riegel zurückgeschoben fand, so musste man annehmen, der Dieb habe sich Abends in T's Abwesenheit in das Zimmer geschlichen, sich sodann, bis T. zur Ruhe gegangen und eingeschlafen war, hinter dem zweiten im Zimmer befindlichen Bett, das man etwas von der Wand abgerückt fand, verborgen gehalten und sich dann mit seinem Raube auf dem einfachsten Weg davon-gemacht.

Dringender Verdacht lenkte sich auf einen andern Gast, der am Morgen nach der That das Hotel frühzeitig verlassen hatte, doch waren sofort eingeleitete polizeiliche Nachforschungen bisher ohne Erfolg. Der Fabrikant bezifferte den durch den Diebstahl erlittenen Verlust auf 4—5000 Mark und sandte den Hotelbesitzern eine Rechnung in dieser Höhe. Die Hoteliers erkannten ihre Ersatzpflicht an und entschädigten ihren Gast unter Zustimmung und vertragsmässiger Deckung seitens des Stuttgarter Vereins.

Am 17. August 1897 kam aus einem Fremdenzimmer des Hotel S. in Konstanz der Koffer eines Reisenden abhanden. Alle Ermittlungsversuche des Hotelbesitzers wie die polizeilichen Nachforschungen über den Verbleib des Gepäckstückes waren vergeblich. Der Eigentümer des Koffers gab den Wert desselben mit Inhalt auf insgesamt 350 Mark an und verlangte in dieser Höhe Schadenersatz von dem Gastwirt, erklärte sich aber, als bei Veranlassung des Allgem. Deutschen Versicherungs-Vereins auf eine spezifizierte Aufstellung des Schadens gedrungen wurde, mit einer Zahlung von 250 Mark befriedigt. Der Hotelier fand bei genanntem Verein vertragsmässige Deckung.“

Basel. Verkehrsbureau. Statistischer Auszug über die Thätigkeit im Berichtsjahr 1897. Besucher im Bureau: 1896: 5258 Personen; 1897: 5516 Personen. Zunahme 258 Personen. (Schliesst die Zahl der unkontrollierten Besucher nicht ein.) Nationalität der Besucher: Basler 3109 Personen, Schweizer 530, andere Nationen 1884; Total 5516 Personen. Fremde in den Hotels: 1896: 158,849; 1897: 157,935. Bestand des Vereins: 1896: 788 Mitglieder; 1897: 844 Mitglieder. Korrespondenz: Eingegangen: 1896: 739 Briefe; 1897: 1120 Briefe. Versandt: 1896: 720 Briefe; 1897: 1157 Briefe.

Unlauterer Wettbewerb. Die „Schweiz. Wirt-Ztg.“ macht auf folgenden Schwindel aufmerksam: „Ein Wirt einer Ortschaft, selten mehrere, erhält einen von Davenne, Weinhandler, unterzeichneten Brief, der ungefähr folgendermassen lautet: „Infolge plötzlicher schwerer Krankheit meines Onkels musste ich dessen Weingeschäft übernehmen. Es ist nun doch seit der Geschäftsführung meines Onkels eine Bestellung von zwei Fass Wein in Ihre Gegend effekturiert worden, jedoch haben spätere Informationen ergeben, dass der Besteller zahlungsunfähig geworden. Ich hatte vor zwei Jahren das Vergnügen, Ihre persönliche Bekanntschaft zu machen und wende mich daher an Sie. Ich offiere Ihnen den Wein, um keine weiteren Spesen auf der Sendung zu haben, zur Hälfte des sonst schon billigen Preises. Auf Grund unserer Bekanntschaft, hoffe ich auf eine günstige Antwort u. s. w.“ Name und Wohnort des zahlungsunfähigen Bestellers werden selbstverständlich nicht angegeben.“



Essen. Das Central Hotel in Essen (Ruhr) wurde für 340,000 Mk. von Herrn W. Heimbrock gekauft.

Menton. Am 27. Dezember starb plötzlich der Besitzer des Hotel Beau-Rivage hier, Herr Bernhardt.

Zürich. In den Gasthöfen Zürichs sind im Monat Dezember 11,179 Personen abgestiegen.

Engelberg. † Am 11. Januar verstarb nach kurzer Krankheit im Alter von nur 29 Jahren Herr Adalbert Müller vom Hotel National.

Hannover. Herr Otto Freckmann in Hannover hat bisher von ihm pachtweise geführte Hotel Monopol daselbst für 280,000 Mk. käuflich erworben.

Marseille. Herr Julier aus dem Wallis, früherer Besitzer der Brasserie Julier in Genéve, hat das Grand Hotel de Bordeaux et d'Orient käuflich erworben.

Nordhausen. Das Hotel Prinz Karl wurde im gerichtlichen Verkauf für 62,000 Mark von einem Fleischermeister angestiegen.

Zug. Der Gasthof zum Löwen ist mit Inventar für 160,000 Fr. an Herrn Gemeschreiber Kamer-Stricker in Arth übergegangen.

Bern. Laut Mitteilung des offiziellen Verkehrs-bureau haben im Monat Dezember 1897 in den stadtberühmten Gasthöfen 8099 Personen logiert (1896: 8235).

Brüssel. Adolff-Blondain, Hörfachlehrer eines Lehrbuches zur Buchführung in Hotels, Cafés und Restaurants, übernahm käuflich für 225,000 Fr. mit 1. Januar das Grand Hotel Britannique.

Ostende. Herr Bernard Eliebout, Sohn, übernimmt daselbst ein neues Hotel (mit 150 Zimmern), das er zur nächsten Saison unter dem Namen Rochester Hotel eröffnen wird.

Zürich. Ein westschweizerisches Konsortium, dem schon einige Hotels gehören, unterhandelt wegen Ankauf eines Grundstücks nahe dem See, in der Absicht, dort einen grösseren Gasthof zu erbauen.

In Como findet vom 15. Mai bis 15. Oktober eine internationale elektrische, sowie eine nationale Maschinenindustrie-Ausstellung mit internationaler Ausstellung für in der Seidenindustrie verwendete Maschinen statt.

Graubünden. In Triest starb Hoteldirektor Anton Pianta von Savognin, ein Angehöriger der bekannten Familie Pianta in Savognin, die auch im Ausland, in Triest und Venedig, an Hotelgeschäften beteiligt ist.

Interlaken. Herr C. Lichtenberger z. Reichshaus und St.-George in Interlaken beabsichtigt, bei seinem Hotel einen Restaurations- und Theatersaal mit 4 Gesellschaftsräumen zu erbauen. Die Eröffnung soll Anfang der Saison 1899 stattfinden.

Jungfrau. Herr Guyer-Zeller beabsichtigt auf der Jungfrau einen elektrischen Scheinwerfer von bisher noch nicht dagewesener Lichtstärke zu installieren. Seine Strahlen sollen bis über die Schweizer Grenzen hinaus bemerkbar sein.

Köln. Sicherem Vernehmen nach ist das gegenüber dem Dom, neben dem „Hotel Ernst“ gelegene Haus von einem Konsortium angekauft worden, um daselbst ein grosses Hotel zu erbauen. Als Kaufpreis werden 6 1/2 Millionen Mark genannt.

Brüssel. Das Hotel de Suède, das älteste am Place, wurde für 1,900,000 Fr. an eine Bazar-Gesellschaft verkauft und am 1. Dezember geschlossen. Die Firma Hotel de Suède wurde vom Hotel de l'Univers gekauft, das nun Hotel de Suède et de l'Univers firmiert.

Marseille. Hier wurde ein neues Hotel unter dem Namen „Hotel Modern“ eröffnet: dasselbe ist ein modern hoch „modern“, da die Aufzug sich im dritten Stock befindet und die Reisenden der ersten drei Treppen hinauf zu gehen, um alsdann bis in den sechsten Stock hinauf fahren zu können.

Bodensee. Das Badhotel Ueberlingen wurde an den seitherigen Pächter, Herrn H. Würth, auf weitere zehn Jahre neu verpachtet. Die jährliche Pachteumme ist von 4500 auf 10,000 Mk. erhöht und wird, nachdem die Warmbäder in ein neues Gebäude verlegt und vermehrt sein werden, auf 6000 Mark steigen.

Frankfurt a. M. Das Hotel Englischer Hof ist am 3. Januar aus dem Besitz von J. G. Berthold's Erben in den der Aktien-Gesellschaft Englischer Hof übergegangen. Das Hotel wird in billiger Weise von dessen langjährigem Geschäftsführer, Herrn Direktor J. G. Sigmüller, für Rechnung der Käuferin fortgeführt.

Köln. Das am Wallrafplatz belegene Geschäftshaus der Lebensversicherungs-Gesellschaft Concordia ist nebst dem antostenden „Restaurant Germania“ für 1,835,000 Mk. von zwei Bauunternehmern angekauft worden, die das 1100 qm grosse Grundstück zum Bau eines Hotels und Restaurants, Bazaars oder dergl. zu verwerten beabsichtigen.

Amerika. Mills, einer der reichsten Millionäre Amerikas, liess in New-York ein Hotel mit fünfzehnhundert Zimmern bauen, das ausschliesslich für die armen Volksklassen bestimmt ist. Es liegt im ärmsten Theile New-Yorks und ist neuer Möblirung Prachtbau. Ein Zimmer kostet 10 bis 25 Cent täglich, das Mittagessen 10 Cent. Warme Bäder kann jeder Gast umsonst haben.

Davos. Amtliche Fremdenstatistik. In Davos anwesende Kurgäste vom 11. Dez. bis 17. Dez. 1897: Deutsche 743, Engländer 645, Schweizer 279, Holländer 112, Franzosen 174, Belgier 78, Russen 134, Oesterreicher 38, Amerikaner 50, Portugiesen, Spanier, Italiener, Griechen 70, Dänen, Schweden, Norweger 38. Angehörige anderer Nationalitäten 4. Total 2360, Darunter waren 44 Passanten.

Genève. Herr Charles Borgarello hat das Hotel du Parc übernommen, das im Oktober vorigen Jahres nach vollständiger Renovation mit neuer Möblirung unter dem veränderten Namen Eden Palace eröffnet wurde. Augenblicklich ist dasselbe einem Erweiterungsbau unterzogen, der die Zahl der Zimmer und Salons auf etwa 100 bringen und im nächsten März fertiggestellt sein soll.

Dresden. Hermann Hoffmeister, früher Pächter des Hotel Erbprin in Helmstedt, übernahm am 1. Januar 1898 die Direktion des seit einem Jahre neu erbauten Hotel und Pensionshaus „Waldhaus“ in den Königl. Forsten der Dölauer Haide bei Halle a. S. Besitzer des Etablissements ist Herr Karl Leisner, gleichzeitiger Besitzer des Hotel Continental, Halle a. S. Das neue Saalbad und Luftkurort umfasst 10,000 Sitzplätze, es hat 100 Fremdenzimmer.

Fachschule. Die Radnuskysche Fachschule in Frankfurt a. M. hat im jetzigen Winterhalbjahr eine erheblich grössere Schülerzahl als früher, nämlich 80. Die Ausbilder werden von dem neugestellten zweiten Lehrer unterrichtet. Ausserdem hat Herr Radnuskysche der ältesten und brauchbarsten Schüler für den Unterricht in Körperhaltung, Service, Nachhülle in fremden Sprachen und Mathematik bestellt. Talent, Fleissamkeit und Charakter der Schüler sind, wie immer, sehr verschieden, jedoch wird, wie der „Wochenschrift“ berichtet wird, der seitherige Erfolg des Unterrichts im Allgemeinen zufriedenstellend.