Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 8 (1899)
Heft: 29

Artikel: Sommerfrischen
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-522931

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: 09.12.2025

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

Basel, den 22 Juli 1899. * № 29. * Bâle, le 22 Juillet 1899.

Erscheint Samstags

Abonnement:
Für die Schweiz:
3 Monate Fr. 2.—
6 Monate „ 3.—
12 Monate „ 5.—
Für das Ausland:
3 Monate Fr. 3.—
6 Monate „ 4.50
12 Monate „ 7.50
Vereins-Mitglieder erhalten das Blatt gratis.

Inserate:
7 Cts. per 1 spaltige Millimeterzeile oder deren Raum. — Bei Wiederholungen entsprechend Rabatt.
Vereins-Mitglieder bezahlen 3½ Cts. netto per Millimeterzeile oder deren Raum.

Hôtel-Revue

Paraissant le Samedi

Abonnements:
Pour la Suisse:
3 mois Fr. 2.—
6 mois „ 3.—
12 mois „ 5.—
Pour l'Etranger:
3 mois Fr. 3.—
6 mois „ 4.50
12 mois „ 7.50
Les Sociétaires reçoivent l'organe gratuitement.

Annonces:
7 Cts. par millimètre-ligne ou son espace. Rabais en cas de répétition de la même annonce.
Les Sociétaires payent 3½ Cts. net par Millimètre-ligne ou son espace.

Organ und Eigentum des Schweizer Hotelier-Vereins | 8. Jahrgang | 8me Année | Organe et Propriété de la Société suisse des Hôteliers

Redaktion und Expedition: Sternengasse No. 21, Basel * TÈLÈPHONE 2406 * Rédaction et Administration: Sternengasse No. 21, Bâle.

Mitglieder-Aufnahmen. Admissions.

Fremdenbetten Lits de maîtres

Herr Ed. Iffrig, Soolbad z. Falken, Liestal . 70

Sommerfrischen.

Unter diesem Titel schreibt ein Herr Eugen Wolf in der von Maximilian Harden in Berlin herausgegebenen Wochenschrift „Die Zukunft" vom 10. Juni 1899 einen tendenziös abgefassten Artikel gegen die Schweiz als Touristenland. Es ist uns nun von geschätzter Seite die Kopie eines Briefes zur Verfügung gestellt worden, den der Verleger der „Zukunft" als Antwort auf betr. Artikel erhalten. Wir lassen denselben hier folgen:

„Als langjähriger Abonnent Ihrer „Zukunft" habe ich auch in No. 37 den Artikel „Sommerfrischen" von Herrn Eugen Wolf gelesen, welcher mir aber derart erhebliche Unrichtigkeiten zu enthalten schien, dass ich Ihnen wohl einen Dienst erweise, wenn ich Sie darauf aufmerksam mache, indem dieser Artikel infolge seiner unrichtigen Mitteilungen und Schlüsse den Charakter eines einseitigen tendenziösen für alle diejenigen erhält, welche mit den einschlägigen Verhältnissen auch nur einigermassen vertraut sind, und in dieser Hinsicht nicht zu dem objektiven Charakter ihrer Wochenschrift stimmt, sondern auf das Niveau einer ganz gewöhnlichen Geschäftsreklame im Annoncenteil eines Blattes herabzusetzen ist.

Da Herr Wolf auf pag. 476 Alinea 2 nur von in Deutschland und Oesterreich gesammelten Notizen spricht, so ist es kaum zu verwundern, dass er zu der sehr fragwürdigen Behauptung kommt, dass die Sommerfrischler es innerhalb der schwarz-weiss-roten Grenzpfähle viel bequemer und billiger als anderswo hätten und ebenso, dass er auf pag. 477 die herrliche, staubfreie Luft und die Ruhe sozusagen Oberbayern, dem Allgäu, Nordtirol und dem Salzburgerland als Monopol zuspricht und im Gegensatze dazu bezüglich der anderen Alpenländer nur von dem Aufenthalt in kasernenmässigen, angefüllten Absteigeanstalten mit befrackten Kellnern und der ewigen Unruhe solcher Karawansereien zu sprechen weiss. Herrn Wolfs Reklameartikel gipfelt schliesslich in pag. 478 in Zusammenstellungen von Zahlen, welche eine etwelche Beleuchtung wünschenswert erscheinen lassen.

Ich schicke dabei voraus, dass ich an der schweizerischen, italienischen oder französischen Alpenhotelindustrie, sowie Hotelindustrie überhaupt, in gar keiner Weise, weder direkt noch indirekt beteiligt bin, noch zu derselben verwandtschaftliche oder irgend welche andere persönliche Beziehungen habe, dass ich ferner weder Aktien schweizerischer Eisenbahnen besitze, noch überhaupt an irgend etwas interessiert bin, was direkt oder indirekt mit dem Fremdenverkehr der von Herrn Wolf mit so kalten Wasserstrahlen begossenen anderen Alpenländer, zusammenhängt. Das Hauptmotiv meiner heutigen Zeilen an Sie, sehr geehrter Herr, ist das, dass ich es nicht gerne sehe, wenn Ihre „Zukunft", sicherlich ohne Ihr Wissen und Wollen, ungenügend informierten, tendenziös gefärbten Reklamemachern ihre Spalten öffnet. Ich bitte Sie deshalb, diese Mitteilungen nur als vertraulich an Sie gemachte zu betrachten, da ich selbst mich durchaus nicht auf irgend eine publizistische Polemik über dieses Thema einlassen und daher auch nicht genannt sein will.

Es interessiert Sie z. B. sicherlich zu hören, dass die Beförderung von Reisenden durch die eidgenössische Post dem schweizerischen Postdepartement alljährlich ein Defizit bringt, welches sich im Kanton Graubünden allein per Jahr nach mir gewordenen Mitteilungen auf ca. Fr. 600,000 beziffert. Diese schweizerischen Postwagen werden in ausgiebigster Weise auch von deutschen Touristen benützt. Ausserdem ist ja zu sagen, dass in der Fremdensaison in der Schweiz und ganz speziell im Kanton Graubünden sehr viele Fuhrwerke von österreichischen, italienischen und französischen Fuhrhaltern ihren Verdienst suchen. Die zur Bewältigung des Fremdenverkehrs in der Schweiz benötigten Pferde sind zum weitaus grössern Teil deutsche, namentlich oberbayerische, indem die Pferdezucht in der Schweiz infolge ungünstiger Verhältnisse sich nie soweit hat entwickeln können, um dem inländischen Bedarfe in erheblichem Masse genügen zu können. Von den in der Schweiz für den Fremdenverkehr verwendeten Privatfuhrwerken stammen ebenfalls viele aus Deutschland (Stuttgart etc.). Die Erstellung der von Herrn Wolf zitierten 2000 schweizerischen Fremdengasthäuser mit über 100,000 Betten, hat eine grosse Menge Material, speziell für innere Ausstattung, aber auch selbst für den Rohbau (Frankfurter Backsteine) aus Deutschland benötigt, und Herr Wolf würde sich erstaunen, welche Summen für diese Zwecke die Schweiz an Deutschland bezahlt hat und wie viele deutsche Sommerfrischler direkt als Fabrikanten oder Lieferanten daran profitiert hatten.

Von den Mk. 10,000,000 Gehälter an schweizerische Hotelbedienstete entfällt wohl nicht viel weniger als die Hälfte an nicht schweizerische Kellner etc., und sind speziell deutsche, als auch deutsch-österreichische Kellner an den meisten Fremdenplätzen der Schweiz zu finden.

Der Hotelbetrieb erfordert nach Herrn Wolf Mk. 40,000,000 für das Küchenwesen, von denen ebenfalls ein sehr bedeutender Teil nicht schweizerischen Ursprungs ist. Die Heizung, welche nebst der Beleuchtung 4 Millionen Mark kostet, geschieht in den grössern und besteingerichteten Hotels vermittelst Centralheizung mit Coaksfeuerung, und diese Coaks werden aus Deutschland bezogen. Auch von den grossen Summen für Anonncen, welche Herr Wolf anführt, fliesst ein erklekklicher Teil in die Inseratenspalten deutscher Zeitungen. Die Mk. 300,000 für Oel werden wohl in der Hauptsache sich auf Speiseöl beziehen, welches zum einen Teil aus Italien und zum andern aus Süddeutschland bezogen wird. Thee, Zucker und Kaffee produziert die Schweiz ebenfalls nicht; von den Mk. 800,000 für Obst geht wohl ein sehr bedeutender Teil auf den Conto Südfrüchte, sowie Tafelobst, welch' letzteres in sehr bedeutenden Quantitäten für gewisse Provenienzen wie z. B. Kirschen aus Süddeutschland nach der Schweiz importiert wird. Auch von den 13 Millionen Mark Konserven und Gemüsen wandert die Hauptsache nach dem Auslande, ebenso die 2 Millionen Mark Gewürze, ein grosser Teil der 3 Millionen für Fische (denn nebst den enormen Quantitäten von Meerfischen, welche aus deutschen, holländischen und belgischen Bezugsquellen importiert werden, verzehrt der in der Schweiz reisende deutsche Tourist auch erhebliche Quantitäten von Rhein- und Bodenseefischen, welche Gewässer ja zur Hälfte auch seinem Vaterlande gehören)

Ebenso wandern von den 5 Millionen Mark für Geflügel und von beinahe 12 Millionen Mark für Fleisch und *Wild* einige Millionen nach dem Auslande, indem speziell aus Süddeutschland viel Wild und aus Deutschland und andern Nachbarstaaten viel Geflügel importiert wird.

Für welche Summen die Schweiz deutsche Weine und deutsches Bier und deutschösterreichische Weine und Bier bezieht, darüber schweigt sich Herr Eugen Wolf gänzlich aus.

Daher steht dessen Schlussäusserung:

„Das sind Zahlen, die laut und deutlich „und mahnend sprechen, und die an den „guten Willen, an die Vaterlandsliebe deutscher und deutschösterreichischer Ferienreisender appellieren sollen. Denn diese „grossen Summen, von denen ein ganz beträchtlicher Teil aus dem deutschen Geldbeutel fliesst, bleiben fast vollkommen in „der Schweiz, *wenig* davon kehrt zu uns „oder nach Oesterreich zurück."

auf *recht schwachen* Füssen und bin ich überzeugt, dass eine gründliche Statistik über das, was die Schweiz erstens für die fremden Touristen und zweitens für sich selbst jahraus jahrein aus Deutschland und Deutsch-Oesterreich bezieht, solche Zahlen ergeben würde, dass Herr Eugen Wolf, insofern er ein objektiver und gerechter Mann der Publizität ist, es bedauern würde, seinen Artikel „Sommerfrischen" publiziert zu haben.

Die schweizerische Hotelindustrie hat es glücklicherweise nicht nötig, in ähnlicher Weise vorzugehen, wie es Herr Eugen Wolf im Interesse der deutschen und deutschösterreichischen that, denn jeder Sommerfrischler, der Seele und Leib in Alpenluft für die anstrengende Arbeit eines weiteren Jahres stärken will, wird seinen Zweck am besten da erreichen, wo ihm für die ihm zur Verfügung stehenden Summen das für ihn Beste und Zuträglichste geboten wird, und das ist, wie ich aus eigenen vielfachen Reisen in den Alpenländern selbst ersehen habe, in der Schweiz in solcher Fülle und bei der enormen Konkurrenz zu so mässigen Preisen geboten, dass die in Komfort und Verköstigung gleichrangierenden Hotels anderer Alpenländer noch *mancherorts* grosse Anstrengungen benötigen, um sich auf die Höhe dieser Leistungsfähigkeit hinaufzuarbeiten, was aber um so länger verzögert wird, je mehr das deutsche Publikum durch tendenziöse Artikel, wie Herrn Eugen Wolfs „Sommerfrischen" irre geleitet wird. — Leben und leben lassen!

Vielleicht regen Sie obige Mitteilungen an, selbst noch *vor* Beginn der Sommerfrische Ihre eigenen, von Herrn Wolf allfällig abweichenden Ansichten in Ihrer „Zukunft" auszusprechen."

Protestation.

(Corresp.)

M. Hoyer, l'aimable président de la Société internationale des hôteliers, a communiqué à la récente assemblée générale de cette association à Côme un article paru dans la „*Kölnische Zeitung*", article positivement offensant non seulement pour l'industrie hôtelière allemande, mais aussi pour celle de la Suisse. C'est à bon droit que M. Hoyer a repoussé ces attaques déplacées, mais cette défense plutôt morale ne suffit pas. Les expériences faites avec le „New York Herald" nous ont montré la voie à suivre. Ce n'est que par le côté matériel que ces despotes de la presse sont vulnérables; c'est par ce côté que nous pouvons précisément les atteindre avec succès, à la condition, il est vrai, de marcher absolument unis. Notre mot d'ordre devrait être: Plus de „*Kölnische Zeitung*", refusons à l'avenir abonnements et annonces; il y a assez de journaux allemands qui savent satisfaire les désirs des touristes de ce pays aussi bien que la „*Kölnische*". Quand elle affirme p. ex. que pour l'amour des Anglais qui nous apportent en somme peu d'argent, on se prête à certaines fantaisies absurdes d'Old England, nous pouvons lui répondre que c'est aux Anglais en première ligne qu'est dûe l'existence sur tout le continent d'hôtels-modèles; car c'est l'Old England qui a créé le tourisme et cela longtemps avant que l'Allemand songeât à franchir les frontières de sa patrie. De nos jours il y a plus de touristes allemands que d'anglais — tout au moins dans l'empire allemand et en Suisse — mais depuis quand? Il y a vingt ans à peine, les Anglais seuls formaient plus de la moitié des touristes de toutes nations, et je crois que s'il était possible d'établir une statistique générale des peuples qui voyagent, ils auraient de nos jours encore la majorité. La „*Kölnische Zeitung*" va finir par nous ennuyer avec ses attaques dirigées contre l'étranger et spécialement contre l'Angleterre.

On ne saurait nier qu'il est affreux de penser que le correspondant de la „*Kölnische*" s'est vu servir dans son propre pays des concombres bouillis; n'a-t-il pas eu l'idée d'examiner si par hasard ils n'étaient pas farcis? Le concombre farci est un plat très délicat et l'auteur de ces lignes, qui s'entend un peu lui aussi à la cuisine, s'en régale de préférence. Il y a tant de gens, et surtout, faut-il en convenir hélas! parmi mes chers compatriotes — les Allemands — qui ne savent que critiquer toutes choses et ne peuvent se figurer que la cuisine d'un hôtel ne saurait répondre au goût particulier de chacun et à ce qu'il est habitué à trouver chez lui, mais que dans les grandes maisons on est obligé presque toujours de tenir compte du caractère international des visiteurs. Le correspondant de Cologne prétend en outre qu'en Allemagne et en Suisse il n'y a plus moyen de trouver des légumes préparés selon les règles de l'art, qu'on ne les sert plus que blanchis comme garniture du rôti. Cette assertion est directement contraire à la vérité; dans tous les bons hôtels des deux pays mentionnés, on sert toujours, à part la garniture du rôti *(grosse pièce)*, un légume qui forme généralement un plat spécial. Si ce criticastre voulait se donner la peine d'aller un jour inspecter la cuisine d'un grand hôtel, il verrait à son étonnement ce qu'il en est du légume soi-disant blanchi et servant de garniture au rôti; il trouverait presque partout une véritable collection des légumes les plus choisis et préparés avec tous les raffinements de la gastronomie. Seulement, pour juger ces questions-là, il faut s'y entendre un peu.

Nous acceptons volontiers, même avec reconnaissance, des critiques raisonnables et motivées; car nous sommes, n'en déplaise à ce correspondant, loin d'être assez fats pour croire que nous n'avons plus de progrès à faire; mais quant à ce genre de critique où l'on sent la malveillance à chaque mot, nous n'en voulons pas. Unissons-nous donc, chers collègues, pour montrer à MM. les journalistes que nous prétendons être traités avec les convenances qui nous sont dues. On dit, et l'on a raison, que la presse est une grande puissance; mais nous aussi nous sommes une puissance, seulement il nous reste à apprendre à faire de cette puissance l'usage qu'il convient. *Ch. St.*

Schon wieder Einer,

nämlich ein sogenannter amerikanischer Globtrotter, namens Beresford, der ohne Kosten Europa bereisen und dabei namentlich eingehende Studien über Küche und Keller in den Schweizer Hotels machen möchte. Er will eine Wette von 50,000 Dollars eingegangen sein, die Erde innert 5 Jahren zu umwandern. Mäuse führt er keine mit sich, auch kein Gepäck.

Zu Basel, der grossen Stadt am Rhein,
Logierte sich der „Trotter" ein.
Und als er die Presse zum „Trommeln" gewonnen,
Hat er einen Vortrag ausgesonnen.
Doch als die Zeit, ihn zu halten, kam,
Ergötzte er sich am Basler Tram.
Im Hotel that er sich gütlich, obwohl total auf dem Hund,
Verlangte grossartig die Rechnung und — verschwund.