

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 8 (1899)
Heft: 40

Artikel: Offener Brief
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-523126>

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: 25.01.2026

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

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 $3\frac{1}{2}$ Cts. netto per Millimeterzeile oder deren Raum.



Organ und Eigentum des
Schweizer Hotelier-Vereins

8. Jahrgang | 8^{me} Année

Organe et Propriété de la
Société suisse des Hôteliers

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

An die Tit. Mitglieder,

welche jeweilen den Winter über ihren Wohnort wechseln, richten wir hiemit das hofl. Bitte, uns rechtzeitig ihre Abreise anzugeben, damit die Aenderungen in der Spedition des Vereinsorgans vorgenommen werden können und der regelmässige Erhalt desselben keinen Unterbruch erleidet. Die Expedition der „Hotel-Revue“.

MM. les Sociétaires

qui, pendant l'hiver, changent leur domicile, sont priés d'aviser à temps notre bureau de leur départ, afin d'éviter des irrégularités dans l'expédition de l'organe social.

Administration de l'„Hotel-Revue“.

UN CONSEIL.

(Correspondance).

La saison des étrangers est à son déclin, à la montagne, sa fin est venue à l'improvisé, trop subitement sans doute pour beaucoup. Il serait prématuré d'en supposer aujourd'hui les résultats matériels, mais on peut d'ores et déjà examiner un point qui nous préoccupe tous au même degré. Nous avons sous les yeux toute une collection de critiques, fondées et non fondées, de plumes autorisées et d'autres qui ne le sont pas. Etudier de près les causes de ces critiques, est une tâche, ingrate certainement, à tout le moins salutaire. En lisant les manifestations de cette nature, chaque hôtelier judicieux et intelligent s'est déjà demandé plus d'une fois, les faits relatifs sont-ils tous inventés à plaisir, ne comportent-ils pas ci et là une parcelle de vérité, ou notre innocence est-elle vraiment si absolue? S'il y réfléchit à tête reposée, s'il est capable de juger les choses tout objectivement, il arrivera à cette conclusion que si le public et la presse ne témoignent pas à notre profession l'estime qu'elle mérite de par son importance, la faute en est, pour une très large part, imputable à nous-mêmes. Nous nous qualifions de commerçants, mais voyons, la main sur la conscience, sommes-nous commerçants ou, pour mieux dire, exploitons-nous commercialement nos hôtels? Soyons francs et répondons négativement. Le voyageur est-il à même de se renseigner sur le prix qu'il doit payer pour les marchandises fournies par l'hôtel? Non, ou à très rares exceptions seulement, la plupart du temps il marche à tâtons, dans les ténèbres, et pourtant, il serait si facile d'éclairer ses pas! Nous voyons bien certains hôtels, les grands surtout, afficher leur tarif dans chaque chambre, mais ce tarif n'est que bien rarement complet, il y manque presque toujours l'essentiel, le prix de la chambre. Pourquoi cette lacune, pourquoi ne pas indiquer ce prix avec ceux de tous les autres articles? Nous avons des prix fixes pour le déjeuner, le lunch, le dîner de table d'hôte ou à part, le service de salle et d'appartement, pour les bains, l'omnibus, l'éclairage, etc., des prix fixes encore sur la carte des mets et celle des vins, des prix fixes pour tout et partout, sauf pour la chambre. Pourquoi cela? Au fond, il n'existe pas de motif sérieux et plausible en faveur de cette omission. D'aucuns diront peut-être: le prix de la chambre dépend de la demande; c'est fort bien, mais pourquoi n'appliquer ce raisonnement qu'à la chambre et non à tous les autres articles du tarif? Ce serait au moins plus logique. Si, afin d'éviter des transitions trop brusques, on veut poser le principe que le prix de la chambre doit fonctionner comme régulateur de l'offre et de la demande, il faudrait établir un prix pour le printemps et un autre pour l'automne, qui seraient alors majorés pendant la saison proprement dite des étrangers; toutefois cette taxation ne devrait pas être arbitraire et les prix

reichische Alpenhötel "nebenbei" gemachten kurzen Bemerkung über den Vielverbrauch der Schweiz auch an künstlichen Nahrungsmittern, welcher Bemerkung ich, da sie mit meiner persönlichen Erfahrung nicht übereinstimmt, daher geflissentlich auch die Worte „wie es heißt“ zugesetzt habe.

Wie Herr Ch. St. mir „unsaubere Waffen“ vorwerfen will, der ich gegen die Schweiz gar nicht hämpfen wollte und der ich in meinem Buche nur voll des grössten Lobes für dieses Land bin, ist mir unerfindlich; welche Meinung ich von diesem Lande und seiner Hotelforschafft habe, geht aus folgenden Aufzählungen hervor, die ich wörtl. aus den betreffenden Stellen meines Buches zitiere, da ich die Schweiz stets als Muster hinstelle. Ich hebe hervor, wieviel und was alles zur Hebung des Fremdenverkehrs geschehen ist und zwar sowohl im Interesse des Landes selbst, als auch insbesondere im Interesse der Fremden, wodurch ein Fremdenzug in einziger dastehender Weise hervorgerufen wurde; ich zolle Lob den statthlichen Kunstrassen, die sich bereits auch nach den Quertälern verteilen; ich erwähne der zahlreichen, kunstvoll geführten Bahnen und den vielen Spezialbahnen; ich hebe ganz besonders hervor: die stete Bedachtnahme auf die Bequemlichkeit der Reisenden, die Schaffung angenehmer, hochgelegener Sommerfrischlizen und Luftkurorte; ich mache aufmerksam auf das Vorhandensein grossartiger, vorzüglich eingerichteter und gut geführter Hotels, zerstreut allenfalls im Lande, oft sogar an schier ungänglich scheinen Punkten; ich betone, dass diese Hotels selbst den verwohntesten Gästen Genüsse leisten können und bemerke schliesslich, dass, obwohl ihre Zahl heute schon Legion ist, solche in immer neuen Zahlen auf luffigen, aussichtsreichen Höhen entstehen.

Nun kommt jene Bemerkung, die aus dem Kontraste herausgerissen, gegen mich die Waffen schmieden wollte; sie lautet: „Dieser jährliche, immensen Massenbesuch der Schweiz soll es freilich dahin gebracht haben, dass dort, wie es heißt, der grösste Verbrauch (auch) an künstlicher Kaffeobohnen stattfinde, dass dieses Land die grösste Einfuhr an Margarinbutter hat, dass dort zumeist gleicher Syrup als Honig und ungefähr viel Kunsteinwein genossen wird.“

Aber sofort heisst es: „Gewiss ist es aber auch, dass kaum in einem zweiten Lande dem Fremden so viel und so vorzügliches und zu nicht hohen Preise geboten wird, als gerade in der Schweiz.“ Wo sind hier „unsaubere Waffen“ und wo wird überhaupt gegen die Schweiz gekämpft? Es dürfte wohl selbstverständlich und auch wahrscheinlich sein, dass dort, wo der grösste Fremdenverkehr und demgemäss der grösste Konsum stattfindet, die Einfuhr künstlicher Nahrungsmitteleinfluss am Margarinbutter hat, ebenso wie mit einem gewöhnlichen Zapfenzieher oder mit einer kleinen flachen Zange leichter und bequemer ist; dem Uebelstand des Abbrechens beim Herausziehen ist damit radikal abgeholfen. Für moussierende und gashaltige Getränke wurden konisch gehöhte Zapfen verwendet und bei 9 Atmosphären Druck die Flaschen mehrmals geschlossen und geöffnet, ohne dass irgend ein sonstiger äusserer Verschluss den Propfen gehalten hätte. Angesichts der Billigkeit dieser neuen Ppropfen dürfen dieselben in Zukunft wohl berufen sein, die Korkzapfen in vielen Fällen zu ersetzen.

Zur Abschaffung der Briefmarken. Im englischen Post-Office wird gegenwärtig die Abschaffung der Briefmarke geplant. Ein in der „Zeitschrift für Post und Telegraphie“ No. 27 des Jahres 1897 veröffentlichter Aufsatz von J. Baumann enthält alles Wesentliche des Planes, den nun das englische Post-Office aufgegriffen hat. In diesem Aufsatz bespricht der Verfasser zunächst die Mängel der Briefmarke, die Unbequemlichkeiten, die Ankauf und Gebrauch der Marken verursachen, die entstehenden Zeitversäumnisse und, für grosse Firmen, den durch den Verkauf in grossen Massen sich ergebenden Zinsverlust. Das alles liesse sich vermeiden, wenn man die Marke abschaffte und den Briefen als Quittung für die erfolgte Frankaturgebühr einen Stempel aufdrückte. Das könnte an den Schaltern der Postämter, bequemer noch ausserhalb der Post geschehen. Die Postverwaltung brauchte nur selbstregistrierende Stempelautomaten, deren Herstellung der heutigen Technik keinerlei Schwierigkeiten bietet, anfertigen zu lassen und an Geschäftshäuser, Banken, Wirth- und anderen Interessenten abzugeben. Eine Menge zeitraubender Operationen und eine gewaltige Entlastung der Post wäre damit gewonnen.

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 $3\frac{1}{2}$ Cts. net par millimètre-ligne ou son espace.

*

Schweiz handeln kann und gewiss auch nicht ihrerseits ein persönlicher Angriff, zudem ganz unverdienter Weise gegen meine Person gutheissen wird, werden Sie es gewiss nur billig und gerecht finden, wenn ich mich an Sie mit der Bitte wende, durch Aufnahme dieser Zeilen mir freundlich Genugthuung zu schaffen.

Bei Ihrer Unparteilichkeit und Gerechtigkeit darf ich der Erfüllung dieses Ansprechens gewiss entgegen und erwarten, dass mir die betreffende Nummer gleichfalls zugesendet wird.

Mit aller Achtung

Professor Prokop, Wien.

Anmerkung der Redaktion. Ohne unserm Korrespondenten, falls er für gut finden sollte, sich zu einer Erwiderung herbeizulassen, voreilig zu wollen, bemerken wir hier, dass wenn erst $2\frac{3}{4}$ Jahre nach Erscheinen des betroffenen Buches dessen teilweise Inhalt zur Sprache gekommen, dies geschah, weil die Existenz desselben unserm Korrespondenten nicht früher bekannt war. Ferner: Der in Frage stehende Passus hat denn doch eine allzu tendenziöse Färbung und gleicht zu sehr einem wohlgezielten Heib, als dass man annehmen könnte, er sei so ganz von ungefähr oder als nebensächliche Bemerkung unter die Lobreden geraten. Herr Prof. Prokop mag sich übrigens eine gewisse Nummer des „Neubelpalter“ zukommen lassen und er wird sehen, dass auch jenes Blatt die betroffene Auslassung nichts weniger als nebensächlich aufgefasst hat; denn es geht mit dem Herrn Professor noch viel schärfer ins Gericht, als unser Korrespondent es gethan.

>><

Eine interessante Erfindung wurde in der Gewürzmühle der Herren Bohny, Hollinger & Cie. in Basel praktisch demonstriert. Es handelt sich um Ppropfen aus Pappeholz, die durch ein besonderes Verfahren dicht und antiszeptisch zubereitet sind, so dass sie den damit verschlossenen Flüssigkeiten keinen schlechten Geschmack geben können. Die angestellten Versuche ergaben, dass das Ppropfen ebenso leicht geht wie mit Kork, während das Herausziehen mit einem gewöhnlichen Zapfenzieher oder mit einer kleinen flachen Zange leichter und bequemer ist; dem Uebelstand des Abbrechens beim Herausziehen ist damit radikal abgeholfen. Für moussierende und gashaltige Getränke wurden konisch gehöhte Zapfen verwendet und bei 9 Atmosphären Druck die Flaschen mehrmals geschlossen und geöffnet, ohne dass irgend ein sonstiger äusserer Verschluss den Ppropfen gehalten hätte. Angesichts der Billigkeit dieser neuen Ppropfen dürfen dieselben in Zukunft wohl berufen sein, die Korkzapfen in vielen Fällen zu ersetzen.

In der „Zeitschrift für Post und Telegraphie“ No. 27 des Jahres 1897 veröffentlichter Aufsatz von J. Baumann enthält alles Wesentliche des Planes, den nun das englische Post-Office aufgegriffen hat. In diesem Aufsatz bespricht der Verfasser zunächst die Mängel der Briefmarke, die Unbequemlichkeiten, die Ankauf und Gebrauch der Marken verursachen, die entstehenden Zeitversäumnisse und, für grosse Firmen, den durch den Verkauf in grossen Massen sich ergebenden Zinsverlust. Das alles liesse sich vermeiden, wenn man die Marke abschaffte und den Briefen als Quittung für die erfolgte Frankaturgebühr einen Stempel aufdrückte. Das könnte an den Schaltern der Postämter, bequemer noch ausserhalb der Post geschehen. Die Postverwaltung brauchte nur selbstregistrierende Stempelautomaten, deren Herstellung der heutigen Technik keinerlei Schwierigkeiten bietet, anfertigen zu lassen und an Geschäftshäuser, Banken, Wirth- und anderen Interessenten abzugeben. Eine Menge zeitraubender Operationen und eine gewaltige Entlastung der Post wäre damit gewonnen.

Offener Brief.

Wien, 27. September 1899.

Gehrte Redaktion der „Hotel Revue“, Basel.

In der am 5. August d. J. erschienenen Nummer 31 Ihres geschätzten Blattes, welches, wie ich jetzt bei Durchsicht der während der Ferien eingelaufenen Postsachen ersehe, mir von Ihnen direkt zugeschickt wurde, bin ich von Herrn Ch. St. unter dem Titel: „Unsaubere Waffen“ persönlich angegriffen worden und zwar wegen einer, in meinem Buche: „Über öster-

reichische Alpenhötel“ nebenbei gemachten kurzen Bemerkung über den Vielverbrauch der Schweiz auch an künstlichen Nahrungsmittern, welcher Bemerkung ich, da sie mit meiner persönlichen Erfahrung nicht übereinstimmt, daher geflissentlich auch die Worte „wie es heißt“ zugesetzt habe. Wie Herr Ch. St. mir „unsaubere Waffen“ vorwerfen will, der ich gegen die Schweiz gar nicht hämpfen wollte und der ich in meinem Buche nur voll des grössten Lobes für dieses Land bin, ist mir unerfindlich; welche Meinung ich von diesem Lande und seiner Hotelforschafft habe, geht aus folgenden Aufzählungen hervor, die ich wörtl. aus den betreffenden Stellen meines Buches zitiere, da ich die Schweiz stets als Muster hinstelle. Ich hebe hervor, wieviel und was alles zur Hebung des Fremdenverkehrs geschehen ist und zwar sowohl im Interesse des Landes selbst, als auch insbesondere im Interesse der Fremden, wodurch ein Fremdenzug in einziger dastehender Weise hervorgerufen wurde; ich zolle Lob den statthlichen Kunstrassen, die sich bereits auch nach den Quertälern verteilen; ich erwähne der zahlreichen, kunstvoll geführten Bahnen und den vielen Spezialbahnen; ich hebe ganz besonders hervor: die stete Bedachtnahme auf die Bequemlichkeit der Reisenden, die Schaffung angenehmer, hochgelegener Sommerfrischlizen und Luftkurorte; ich mache aufmerksam auf das Vorhandensein grossartiger, vorzüglich eingerichteter und gut geführter Hotels, zerstreut allenfalls im Lande, oft sogar an schier ungänglich scheinen Punkten; ich betone, dass diese Hotels selbst den verwohntesten Gästen Genüsse leisten können und bemerke schliesslich, dass, obwohl ihre Zahl heute schon Legion ist, solche in immer neuen Zahlen auf luffigen, aussichtsreichen Höhen entstehen.

