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

Artikel: Vélocipédistes et prix d'hôtels
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-521901

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

Erscheint ⋄⋄ Samstags

Basel, den 25. Februar 1899. ✱ **№ 8.** ✱ **Bâle,** le 25 Février 1899.

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.—

Vereins-Mitglieder erhalten das Blatt gratis.

Inserate:
20 Cts. per 1 spaltige Petitzeile oder deren Raum. — Bei Wiederholungen entsprech. Rabatt.
Vereins-Mitglieder bezahlen 10 Cts. netto per Petitzeile oder deren Raum.

✱

Hôtel-Revue

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 10 Cts. net par petite-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** ✱ **TÉLÉPHONE 2406** ✱ Rédaction et Administration: **Rue des Etoiles No. 21, Bâle.**

Mitglieder-Aufnahmen. Admissions.

Fremdenbetten Lits de maîtres

Mr. J. Arnold-Devouassoud, Hôtel de la Mer de Glace, Chamonix . . . 73
„ F. Buchs fils, Hôtel Bellevue, Glion 48

Vélocipédistes et prix d'hôtels.

Il s'est écoulé exactement une année depuis le jour où nous avons pris occasion des démarches, faites alors par l'„Union vélocipédique suisse“ à Berne pour obtenir de force, par tous les moyens dont elle disposait, une réduction des prix d'hôtel pour ses membres, pour élucider en quelque mesure la situation réciproque du vélocipédiste et de l'hôtelier. Les expériences faites dès lors par la société en question ont démontré le bien-fondé de nos observations. L'Union vélocipédique a décidé en effet, dans sa dernière assemblée générale, de renoncer à l'avenir, pour des raisons logiques, à une réduction de prix. Entre temps, le Veloclub de Weinfelden, arrivé au chiffre énorme de trente membres, avait jugé qu'il représentait désormais une puissance ayant le droit elle aussi de peser sur les prix d'hôtel; la somme de fr. 1.50 lui paraissait amplement suffisante comme rémunération d'une chambre. Nous n'avons pas tardé à nous opposer à semblable prétention, moins à cause de la modicité du prix, qui ne laisse pas d'être acceptable pour des établissements de troisième rang, que parce que le club susdit ne craignait pas d'adresser cette offre en première ligne aux hôtels de 1er rang et aux bonnes maisons de 2d ordre. Cette protestation nous a attiré, de la part d'un correspondant de Weinfelden auquel le „Gastwirt“ avait accordé une bienveillante hospitalité, une avalanche de sottises. Le fait n'en reste pas moins que la prétention du Veloclub de Weinfelden constituait une impertinence et une véritable offense à l'adresse des bons hôtels. L'article du „Gastwirt“ insinuait que plus de deux cents hôtels, pour la plupart de rang supérieur, avaient répondu à cette offre. Ceux qui n'en croiront *rien* seront près de la vérité.

Or, voici que cette même question est à l'ordre du jour du „Touring Club Suisse“, société dont le siège est à Genève et qui compte 5—6000 membres. Là également, il se manifeste un courant opposé à la demande de réduction des prix de logement et de nourriture. Ce courant, il est vrai, ne s'est point encore étendu à la majorité des membres, et une opposition paraît devoir se faire jour à l'assemblée générale de ce club qui aura lieu le 25 de ce mois à Genève.

Nous ne saurions dire si les observations que nous avons présentées sur ce sujet jusqu'à ce jour ont été pour quelque chose dans la résolution prise par l'Union vélocipédique de rapporter la décision de l'année passée, ainsi que dans le fait que le Touring Club reprend à son tour la même idée; toujours est-il que nous avons eu le plaisir de voir deux délégués du Touring-Club Suisse s'adresser à nous pour recueillir des motifs à l'appui du retrait de la demande de rabais.

Nous avons sous les yeux un contrat conclu par le Touring Club avec les hôtels; les prix offerts y sont laissés en blanc, ce qui paraît indiquer qu'il ne sont pas uniformes, mais variables suivant le rang de l'hôtel, c'est-à-dire suivant ce qu'il peut fournir. Par principe, nous n'entrerons pas dans les détails de ce contrat, bien que nombre d'entre eux soient loin d'être à l'abri de la controverser, et nous nous contenterons de considère la question uniquement au point de vue général des principes.

Le vélocipédiste, membre d'une société et enthousiaste du rabais s'est-il déjà demandé ce qu'il ferait à la place de l'hôtelier, si on lui posait les desiderata suivants: 1. Installation d'un garage présentant toutes garanties de sécurité. 2. Installation d'une chambre noire. 3. Acquisition d'outils pour les réparations. 4. Acquisition d'une plaque de société. 5. Acquisition d'une carte routière. 6. Insertion d'une annonce dans le Vade mecum de la société. 7. Participation à une ou plusieurs sociétés comme membre — et comme compensation dérisoire: application des prix pour voyageurs de commerce, et, pour combler la mesure des prétentions, réduction de 10 % sur ces prix de faveur. Si on réfléchit sérieusement à tout cela, si on ne s'en tient pas au premier terme de la devise: Vivre et laisser vivre, on se rendra compte que ce ne sont plus là de simples prétentions, mais qu'elles mériteraient une désignation bien plus énergique. Considérons la chose, en effet, d'un peu plus près. A part le garage et la chambre noire qui devront être mis gratuitement à la disposition des cyclistes, l'acquisition des outils pour réparations comporte une dépense de 25 francs. Nous nous sommes laissé dire, il est vrai, que leur valeur réelle dépasse rarement 7 à 8 francs. La plaque de société coûte 6 francs et n'est reprise qu'au quart de sa valeur. Le prix de la carte routière est de 3 francs, celui d'une annonce de 20 francs au minimum; la cotisation annuelle des membres se monte à 5 francs. Voici donc une jolie petite somme de plus de 50 francs déboursée comptant dès avant la première apparition d'un de ces clients cyclistes. Puis lorsqu'enfin il s'en présente un, il n'a garde de transgresser les règles de l'hygiène cycliste; le vin lui est défendu ou à peu près, par contre il boira du lait, du sirop, de la limonade. Quant à l'appétit du vélocipédiste, nous le connaissons par expérience personnelle. Il ne peut séjourner longtemps, pour ne pas perdre la gloire d'avoir couvert des centaines de kilomètres dans un minimum de temps. Plus est grand le gain qu'il poursuit, plus est faible celui qu'il laisse à l'hôtel. Ou nous dira: c'est la masse qui fait gagner. Comment cela? Si vous n'avez pas de bénéfice avec le cycliste isolé, ce n'est pas la masse qui le fera augmenter, et l'on sait qu'en général les vélocipédistes ne sortent pas par régiments à la fois. Les promesses de fréquentation active qui s'étalent en lettres grasses dans les prospectus ne restent que trop souvent à l'état de promesses.

Au point de vue commercial, qui régit à l'heure qu'il est les hôtels comme tout le reste, il n'est pas correct de voir, de deux clients qui habitent des chambres équivalentes, prennent les mêmes repas et jouissent du même confort, l'un des deux traité avec plus de faveur que l'autre, uniquement parce qu'il appartient à une société. Que cette différence de traitement vienne à la connaissance de celui qui paie les prix entiers, il supposera tout naturellement que l'hôtelier trouve encore son compte avec le client qui paie moins, et comme conclusion il se croira surfait. Quand on paie les prix pour Suisses, on n'a vraiment aucune raison de demander encore un rabais; à plus forte raison quand on vous fait les prix pour voyageurs de commerce qui ont atteint depuis longtemps déjà un minimum irréductible.

Si, de plus, nous tenons compte du fait qu'il ne peut s'agir pour les vélocipédistes des hôtels de 1er rang, qui sont sans exception hors de cause pour raisons d'étiquette, alors cependant que c'est à ces maisons-là qu'il serait le plus facile de fermer un œil quand il s'agit de prix, les prétentions des clubs vélocipédiques paraissent d'autant plus outrées qu'elles ne s'adressent en dernière analyse qu'aux hôtels plutôt modestes.

Que Messieurs les cyclistes veuillent bien se dire que la course n'en est que plus agréable et plaisante lorsqu'on est reçu au quartier en hôte bienvenu. Nous sommes persuadés que plusieurs d'entre eux éprouvent une sensation pénible, eux les gens bien élevés, sachant à n'en pas douter ce que c'est que le savoir vivre, à devoir se dire en entrant à l'hôtel: je jouis ici de prix de faveur; en d'autres termes, je sais que voici un hôtelier auquel je ne ferai rien gagner, mais tant pis: c'est la société qui le veut. Qui leur garantit du reste que l'hôtelier, au moment de signer le contrat, n'a pas pris ses précautions et fait les prix tels que même après déduction du rabais de 10 %, le cycliste eût eû „meilleur temps“ de se présenter comme simple mortel? Un compte d'hôtel que nous avons sous les yeux nous prouve que les prix de faveur peuvent n'exister que dans l'imagination du cycliste. Nous ne tenons pas ce système pour correct, mais d'autre part, nous ne voyons pas pourquoi l'hôtelier devrait être plus difficile dans le choix de ses moyens que le client, qui ne poursuit que son avantage personnel, sans égard pour les intérêts d'autrui. On nous objectera que tout hôtelier est libre d'accepter ou de refuser pareil contrat; mais il ne faut pas oublier que la grande concurrence qui sévit dans la branche favorise des prétentions de ce genre, maint hôtelier ne signant que parce que son „cher“ collègue et voisin en a fait autant.

Nous approuvons parfaitement les efforts faits par les clubs vélocipédiques pour fixer des pied-à-terre déterminés, afin que chacun puisse dire: à tel endroit, dans tel hôtel je puis m'attendre à rencontrer des collègues sportifs. Plus ces rencontres seront fréquentes et assurées, plus le client se sentira chez soi et aura de liberté de mouvement. Il est regrettable seulement qu'il existe en Suisse deux grandes sociétés semblables qui ne paraissent pas entretenir des relations bien amicales entre elles. Nous mentionnons cette circonstance parce qu'elle force l'hôtelier à s'engager de deux côtés à la fois, s'il tient à une clientèle cycliste considérable.

Nous avons eu l'occasion, à plusieurs reprises, de voir arriver des vélocipédistes à l'hôtel en pleine table d'hôte. Descendre de machine, s'essuyer légèrement le front ruisselant de sueur, entrer et se mettre à table parmi tous les autres dineurs, tout cela est l'affaire d'une minute. Tenue: souliers couverts de poussière, culottes idem, tricot mouillé portant du côté gauche le monogramme traditionnel et obligatoire. C'est révoltant pour l'hôtelier et c'est révoltant pour les convives; les premiers intéressés seuls n'y voient rien d'extraordinaire et conservent tout leur sangfroid. Peut-être sont-ce là des exceptions, car bien souvent nous avons vu les cyclistes dîner à part, reposés et les habits nets de poussière.

On voit que l'hôtelier est contraint à bien des concessions envers la clientèle vélocipédique; néanmoins, en bon commerçant, il trouvera moyen de conserver cette clientèle et de l'augmenter, dans son intérêt comme dans celui des sociétés en question, pourvu qu'elle même fasse honneur au principe: Vivre et laisser vivre.

Il ne suffit pas de se dire: Notre société compte quelques milliers de membres, nous voici passés au rang de grande puissance; profitons en; désormais, c'est *nous* qui ferons les prix d'hôtel. Cela pourrait s'appeler au sens propre du mot: „Compter sans son hôte“. Car la puissance de 5000 voyageurs disparaît dans un pays où l'on compte ceux-ci par millions.

Il ne serait pas difficile, nous semble-t-il, même aux membres faisant partie de l'opposition, d'adhérer aux propositions que leurs collègues comptent leur soumettre. Voici, d'après les lettres qui nous sont parvenues, quelle en serait à peu près la teneur: On choisira dans les villages un, dans les villes deux à trois hôtels bien dirigés et confortablement installés. On conclura avec ces maisons des contrats aux prix habituels pour voyageurs de commerce, sans réduction quelle qu'elle soit. En revanche, les cyclistes seront assurés de trouver bonne table et traitement amical dans les hôtels auxquels le Touring-Club garantit l'exclusivité de sa fréquentation. Les noms des hôtels en question seront insérés gratuitement dans le guide, sans qu'on réclame d'eux ni contribution ni annonces. La plaque de société, laquelle leur sera remise en dépôt contre une somme de 6 fr., qui sera remboursée par la société en cas de résiliation du contrat. Les partisans de ce système ne font pas fausse route en espérant obtenir par son application une amélioration durable des rapports entre cycliste et hôtelier, car ils n'ont pas tardé à reconnaître que l'ancien système, illogique et peu pratique, ne saurait être maintenu plus longtemps.

Si l'assemblée générale du Touring-Club Suisse, qui se recrute pour la plupart parmi les classes élevées de la société, prend la décision de renoncer à l'avenir à demander un rabais sur des prix d'hôtel déjà très modérés, et si nos observations ont pu exercer une influence dans le sens de cette décision, nous en serons heureux non seulement pour les hôteliers, mais aussi parce qu'une telle résolution est à l'honneur tant du Touring-Club lui-même que de ses membres.

Eigenheiten der Kegler.

Jeder Kegler hat beim Schub seine Eigenheiten. Einige Kegler schieben ihre Kugeln aus dem Stande. Sie setzen einen Fuss vor und kegeln, ohne Anlauf zu nehmen. Sie werden den Keglern gegenüber, welche einen Anlauf nehmen, zumeist im Vorteil sein, weil sie im Stande einen sichereren Aufsatz als die Anlaufsschieber haben. Die Kugel lässt sich eben, wenn man still steht, genauer aufsetzen und loslassen, als wenn man sie während des Laufens wirft. Es giebt nicht viele Kegler, die aus dem Stande schieben; es sind meist tüchtige Kegler. Die meisten Kegler nehmen, ehe sie die Kugel werfen, einen Anlauf, manche einen grösseren, manche einen kleineren.

Auf deutschen Bundeskegelfesten und auch in den einzelnen Lokalklubs ist der Raum, wie weit ein Kegler Anlauf nehmen darf, durch Linoleumbelag bezw. durch die Zunge begrenzt. Die diesbezügliche Bestimmung lautet: Alle Kugeln, die über den Linoleumbelag, das ist über die Zunge hinausgeworfen werden, zählen Null. Kegler, die ausserhalb des Klubs stehen und sich um die Normen desselben nicht kümmern, werfen die Kugeln oft weit auf die Bahn hinab, so weit, dass selbst Mitkegelnde darüber witzeln und sagen: „Trage doch gleich lieber die Kugel bis in die Kegel hinein!“

Jeder Klubkegler kann der Kugel so weit nachlaufen als er will. Die wenigsten Kegler laufen über die Zunge hinaus. Einige aber gibt es, die von der Erlaubnis des Nachlaufens den weitgehendsten Gebrauch machen und der Kugel in der halben Bahnlinie nachrennen. Sie sind daran gewöhnt. Andere Kegler haben andere Gewohnheiten. Einer bückt sich beim Kegeln sehr tief, ein Anderer steht so gerade, als ob er eine Elle verschluckt hätte. Einer kann nur in Hemdärmeln, ein Anderer nur im Rock schieben, ein Dritter nur, wenn er mit der linken Hand seinen Rock hinten fest zusammenhält. Mancher legt auch, wenn es gehen soll, noch den Kragen vom Oberhemd ab. Manche Kegler schieben regelmässig mit der Cigarre im Munde; andere können beim Schieben nicht rauchen. Eine Sorte von Keglern hebt, wenn sie Kugel geworfen haben, das eine Bein hoch und macht damit die possierlichsten Steuerbewegungen. Sie wähnen, mit dem hochgehobenen Beine die rollende Kugel lenken und dirigieren zu können. Was Diese mit den Beinen, versuchen Andere mit den Armen. Sie winken