

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 10 (1901)
Heft: 4

Titelseiten

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: 22.02.2026

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

Erscheint
SamstagsParaissant
le Samedi

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 1/2 Cts.
netto per Milli-
meterzeile
oder deren
Raum.

Organ und Eigentum des

Schweizer Hotelier-Vereins

10. Jahrgang | 10^{me} Année

Organe et Propriété de la

Société Suisse des Hoteliers

Abonnements:

Pour la Suisse:
3 mois Fr. 2.—
6 mois „ 3.—
12 mois „ 5.—Pour l'étranger:
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 ré-
pétition de la même
annonce.
Les Sociétaires
payent 3 1/2 Cts.
net par milli-
mètre-ligne
ou son
espace.

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

Vorsicht ist die Mutter der Weisheit!

Seit einigen Jahren suchen englische Finanzmänner durch die Vermittlung von Agenten Kapitalien in Schweizer Hotels anzulegen, in der Weise, dass sie jeweils mit 3 bis 4 Hotels von gleichem Range, jedoch an verschiedenen Orten plazierte, in Kaufverhandlungen treten.

Die verlangte Kaufsumme wird, wenn sie auch nur einigermassen mit dem Geschäftsumsatz im Einklang steht, ohne weiteres acceptiert und der Agent, der für seine Bemühungen die Kleinigkeit von nur 5% Provision verlangt, gestattet noch grossmütig, dass dieser Betrag auf die Kaufsumme geschlagen werde. Findet der Verkäufer nach einigem Nachdenken und gestützt darauf, dass der Zwischenhändler auf jedes Verlangen eingeht, er sollte eigentlich noch 100,000 Fr. über den zuerst veranschlagten Kaufpreis haben, so wird auch hiegegen nicht protestiert. Man offeriert ihm obendrein bare Bezahlung der genannten Kaufsumme, mit Ausnahme eines bestimmten Postens, den der Verkäufer in Form von Aktien zu übernehmen hätte. Wenn es gewünscht wird, werden auch noch sämtliche Hypotheken abgelöst und bar ausbezahlt; überhaupt gestaltet sich der erste Akt der Unterhandlungen derart günstig, dass selbst demjenigen, der eher an den Tod, als an Verkäufe denkt, das Wasser im Mund zusammenläuft und er sich sagen muss, eine solche Gelegenheit kommt nicht wieder. Es folgt nun eine vorläufige schriftliche Abmachung, ein sogen. Verkaufsversprechen (*promesse de vente*) mit Ansetzung einer dreimonatlichen Frist und die Aufsetzung eines besonderen Schriftstückes, durch welches dem Agenten seine 5% Provision gesichert werden. Dann wird mündlich vereinbart, dass in Bälde zwei oder drei Delegierte erscheinen werden, um Haus und Bücher zu besichtigen und den endgültigen Verkaufsakt zu redigieren. Damit ist der erste Akt erledigt; der Agent verweist, jedoch nicht ohne vorher das heilige Versprechen abgegeben zu haben, dass er peinlichste Diskretion in dieser Angelegenheit bewahren werde. Hierauf begibt er sich, da er nun einmal in der Schweiz, zu einem andern Hotelier, der im Bunde der Dritte sein soll, begrüsst ihn damit, dass er ihm die unterschriebenen Verkaufsversprechen seiner zwei Kollegen vorlegt und ihn auf diese Weise zu gewinnen sucht. Die liberalen Offerten thun auch hier ihre Wirkung und auch hier ist dem Agenten Diskretion, Ehrensache. —

Nun vergehen Tage, Wochen, Monate, man hört nichts mehr; nach und nach geht einem ein Licht auf, man atmet erleichtert auf, dass man bald wieder über sein Eigentum frei verfügen darf, und ist eigentlich mehr froh als betrübt, dass aus dem Kauf nichts geworden. Doch halt! Kurz vor Ablauf der Frist erscheint der Agent unter Entschuldigungen, dass Geld habe in dieser kritischen Zeit nicht sogleich beschafft werden können, seine Gesellschaft wünsche eine Fristverlängerung von 3 Monaten. Das zu unterschreibende, fristverlängernde Schriftstück hat der Agent schon abgefasst und wünscht er es gleich wieder mitzunehmen, er hat es sehr eilig, da wieder einige Hotels zum Kauf in Sicht sind.

Nehmen wir nun an, dieses Schriftstück wird nicht sofort unterzeichnet, sondern man erbittet sich einen Tag Bedenkenzeit und verspricht, es ihm eventuell nachzuschicken. Dieser eine Tag genügt, um zu dem Entschluss zu kommen, auf den ganzen Handel zu verzichten; man teilt dem Agenten mit, dass man zu einer Fristverlängerung nicht geneigt sei. Schluss des zweiten Aktes.

Nun folgt Brief auf Brief. Im ersten wird man der Ehrlosigkeit beschuldigt und ein Rückgängigmachen des Handels nur gegen eine Entschädigung von einigen Hundert Pfund als möglich erklärt. Inzwischen ist der Termin

der *promesse de vente* abgelaufen. Einige Tage später, nachdem dem Agenten freiwillig eine bestimmte Summe, sagen wir 20 Pfund, offeriert worden, gegen anstandslose Aushändigung der Schriftstücke, um der Sache endgültig ledig zu sein, kommt dann ein Schreiben, dass diese Offerte nicht acceptiert werden könne, da das Hotel verkauft sei, zwar habe der Kauf fünf Tage nach dem Termin stattgefunden, dies habe jedoch nichts zu bedeuten, es werden in den nächsten Tagen zwei Delegierte kommen, um Hotel und Bücher zu besichtigen; ein Rückgang des Kaufes könne nur gegen Bezahlung aller Spesen und Ausrichtung der vereinbarten 5% Provision stattfinden. Ausdrücke wie: Ehrlose Handlungsweise, Wortbrüchigkeit etc. sind der Hauptinhalt der von England herüberkommenden Briefe.

Somit hätte hier ein Hotelkauf stattgefunden, ohne dass irgend jemand, selbst der Agent nicht, das Haus besichtigt und die Bücher eingesehen. Dass auf derartige Erpressungsversuche hin dem Agenten auch die vorerst versprochene freiwillige Entschädigung annulliert wurde, ist selbstverständlich. Er mag nun seinen Mann suchen, wo ihn das Gesetz hin verweist.

Wenn wir uns mit dieser Angelegenheit so eingehend befassen, so geschieht es, um jedem, an welchen künftighin derartige Offerten gelangen, ein energisches *Hands off* zuzurufen. Kann man der Versuchung aber nicht widerstehen, dann trete man auf keine Unterhandlungen ein, ehe nicht eine gewisse Summe, sie darf ziemlich hoch sein, vom Käufer oder Agenten deponiert ist, welche bei allfälligen Nichtzustandekommen des Handels zu Gunsten des Verkäufers verfällt. In allen Fällen aber dürfte es angezeigt sein, jeweils vorerst Erkundigungen bei unserem Bureau einzuziehen, dieses wird, wenn auch nicht immer, so doch meistens in der Lage sein, Auskunft geben zu können und so Manchen vor einem überflühten Schritt bewahren.

Von verschiedenen Seiten angefragt, sehen wir uns veranlasst, zwei weitere Unternehmen etwas näher zu beleuchten. Das erstere betrifft das Reisebureau Carl Stangen in Berlin, welches dieser Tage die Schweiz mit Zirkularen überflutet hat, in welchen von einer neuen „Erfindung“ die Rede. So sehr dieses Bureau durch seine Orient- und andern überseeischen Reisen sich einen Weltruf erworben, ebenso sehr finden wir, dass es bei diesem Ruhme bleiben dürfte. In dem erwähnten Zirkulare heisst es, dass das früher von ihm eingeführte Hotelcoupon-System nach kurzer Dauer wieder fallen gelassen worden. Es war dies entschieden sehr löblich. Nun aber kommt das neue System, welches gegenüber dem früheren nur denjenigen Vorteil hat, dass es für den „Erfinder“ einträglicher ist, im übrigen aber ganz auf dasselbe hinauskommt: Eine Anzapfung auf die Börse der Hoteliers.

Statt der Coupons, welche den Wert der Kosten eines Tagesaufenthaltes im Hotel in sich schliessen, gibt benannte Firma eine Art Checks heraus im Einheitswerte von 10 Mk., 10 Fr., 10 Sh., 10 Kronen oder 10 Lire.

Der Reisende erhält bei Abnahme solcher Checks im Betrag von mindestens 500 Fr. 2% Sconto und für nicht verwendete werden ihm 10% in Abzug gebracht. Also ein sehr mageres Geschäft — für den Reisenden nämlich.

Bei Auslösung der Checks hat der Hotelier 10% des Betrages einzubüssen. Der nichtsagende Vorteil, der dem Reisenden geboten wird, lässt eine rege Benutzung dieser Checks kaum voraussehen, umso weniger, da der Checkreisende als Hotelgast nicht besser gestellt ist, als der Couponreisende.

Die Firma Carl Stangen, die bis jetzt ihre überseeischen Geschäftsreisen als Spezialität betrieben, hat, so viel uns bekannt, in der Schweiz auf dem Gebiete des Fremdenver-

kehrs noch nichts, oder nicht viel Nennenswertes geleistet, wir glauben daher nicht, dass die mit ihr vertraglich verpflichteten Schweizer Hotels einen genügend vermehrten Verkehr erhalten werden, um auf die einzubüssenden 10% so ohne weiteres eingehen zu können. Zudem wird der Deutsche, der, in der Schweiz wenigstens, selbständig zu reisen versteht, sich nicht so leicht an diese Neuerung gewöhnen. *Qui trop embrasse, mal étirent*, sagt der Franzose; das dürfte sich auch Herr Stangen sagen.

Die in Paris unter dem offiziellen Namen *Services Internationaux des Chemins de fer* bestehende Gesellschaft will nun auch in „Coupons“ machen. Sie begnügt sich ebenfalls mit „nur“ 10% für ihre Bemühungen, es sei denn, dass der Gast länger als eine Woche im selben Hotel verbleibt, in diesem Falle sind weitere 10% zu ihren Gunsten verfallen.

Ueber die Couponfrage als solche wollen wir hier nicht länger streiten, aber sonderbar ist, dass noch keinem dieser Bureaux eingefallen ist, auf irgend einem schweizerischen Bankinstitut eine gewisse Summe zu deponieren, um das Zutrauen der Hoteliers zu wecken oder zu consolidieren. Es ist nicht schwer, Coupons auszugeben, den Betrag dafür von den Reisenden in Empfang zu nehmen, man hat jedoch mit älteren Firmen schon die Erfahrung machen müssen, dass es nicht immer klug ist, allen Coupons ausgebenden Reisebureaus unbedingtes Vertrauen zu schenken und möchten wir daher bei dieser Gelegenheit nochmals die Mahnung ergehen lassen, Coupons jeden Monat auszulösen, auf jeden Fall nie das Ende einer Saison oder gar eines Jahres abzuwarten, wie dies leider noch geschieht. Treten in solchen Fällen Schwierigkeiten ein, dann kann allerdings den Betreffenden der Vorwurf des Selbstverschuldens nicht erspart bleiben. Wir vernennen soeben, dass eine bekannte franz. Reisefirma, deren Coupons bisher ziemlich frequent waren, in Zahlungsschwierigkeiten geraten ist, wir müssen jedoch noch Näheres abwarten, bevor wir den Namen nennen können und deuten die Sache hier nur an als neuen Beweis dafür, dass man in diesen Angelegenheiten nie vorsichtig genug sein kann.

Das in Wien unter dem Titel „Oesterreichs Illustrierte Zeitung“ erscheinende Familienblatt nennt sich mit Stolz die einzige vornehme Familienzeitschrift Oesterreichs, und führt sie zum Beweis hierfür eine Serie hocharistokratischer Namen als Abonnenten auf. Weniger vornehm aber ist, dass sie nun auf einmal das Bedürfnis fühlt, die bekannte „Liste empfehlenswerter Hotels“ in ihren Spalten einzuführen, um dadurch ihren hohen Lesern kund zu thun, „wo der Oesterreicher im Auslande gut wohnt“, so soll nämlich die Liste betitelt werden. Natürlich wohnt von jetzt an der Oesterreicher in allen denjenigen Hotels gut, deren Besitzer sich herablassen, dem „vornehmen“ Blatte die verlangten 25 Fr. per Druckzeile einzusenden.

Ein zeitgemässer Vorschlag.

Den „Basl. Nachr.“ wird geschrieben: „In der Lausanner „Revue“ wird wieder einmal der alte Vorschlag erneuert, die der Sache nicht entsprechende Bezeichnung „Fremdenindustrie“ im neuen Jahrhundert fallen zu lassen resp. durch ein passenderes Wort zu ersetzen. Unrichtig ist die Bezeichnung insofern, als die Hoteliers oder Inhaber von Gasthöfen ihre Establissemens zum Gegenstand ihres Betriebes machen und nicht die Fremden. Auch entspricht die Bezeichnung „Fremdenindustrie“ den Thatsachen nicht, da neben den Fremden auch Tausende von Inländern Gasthöfe im Laufe

des Jahres benutzen. Es könnte auf den Ausdruck „Fremdenindustrie“ künftighin umso eher verzichtet werden, als derselbe bekanntlich häufig genug von der ausländischen Presse in dem Sinne gebraucht wird, als wenn die Schweiz speziell ein Volk von Gastwirten wäre, das die Ausbeutung der Fremden systematisch und gewerbmässig betriebe. In der „Revue“ wird vorgeschlagen anstatt „Industrie des étrangers“ künftighin „Industrie des Hôtels“ zu sagen, was sich im Deutschen ganz gut mit „Hotelbetrieb“ oder „Gasthofsbetrieb“ bezeichnen liesse und der Sache besser entspräche.“

Wir haben schon zu wiederholten Malen den Wunsch geäußert, es möchte der Ausdruck „Fremdenindustrie“ fallen gelassen und durch „Fremdenverkehr“ ersetzt werden; es ist dies die allein richtige Bezeichnung und ändert der Umstand, dass viele Tausende von Inländern die Schweiz bereisen, daran nichts, denn wenn ein Basler nach Luzern reist, kann er dort ebenso gut als Fremder gelten, wie ein Ausländer. Die Bezeichnung „Hotelbetrieb“ schliesst den allgemeinen Begriff für Fremdenverkehr nicht in sich, sondern bildet nur eine Abzweigung desselben. Also: „Fremdenverkehr“ anstatt Fremdenindustrie und „Hotelindustrie“, sofern speziell das Hotelwesen in Betracht kommt. Etwas schwieriger gestaltet sich die Sache im Französischen; *faute de mieux* liesse sich die Bezeichnung „*mouvement des étrangers*“ ganz gut anwenden, sie hat sich auch in der französischen Schweiz schon ziemlich eingebürgert, wenn sie auch nicht ganz einwandfrei, klingt sie doch weniger anstössig als das Wort *industrie*.

12 Gesundheitsregeln. In M. Harden's Zukunft, äussert sich Herr Prof. Dr. Ernst Schweninger über die Beziehungen zwischen Arzt und Patient: der Arzt kann nichts anderes thun, als das mehr oder minder defekte Individuum nach bestem Wissen und Gewissen behandeln. Immerhin kann er auch ein paar allgemeine Ratschläge erteilen. Mich hat die Erfahrung die folgenden Leitsätze schätzen gelehrt:

1. Schafft Euch einen gesunden, genuss- und arbeitsfähigen Körper, übt ihn, aber überanstrengt ihn weder im Genuss noch in der Arbeit.
 2. Fürchtet nicht den Exzess, aber seine zur Gewohnheit werdende Wiederholung.
 3. Macht Euch frei und hütet Euch vor der Schablone.
 4. Liebt den Mut und hasst die Ängstlichkeit.
 5. Fürchtet nicht die sogenannten Feinde von aussen (Bazillen, Witterungseinflüsse u. s. w.) sondern wappnet Euren Körper gegen ihren Einfluss und ihren Einbruch.
 6. Hütet Euch am meisten vor den eigenen Fehlern.
 7. Glaubst nicht, dass Euch Gesundheit oder Genesung geschenkt wird, sondern wisst, dass sie erarbeitet werden wollen.
 8. Helft dem Arzt also bei seiner Arbeit, wie ihr hofft, dass er Euch helfe.
 9. Vergesst nie, dass es hauptsächlich auf Euch ankommt, dass Euer Körper das Instrument ist, auf dem der Arzt in Tagen, wo es Euch schlecht geht, spielt, dass er sein wichtigstes Heilmittel ist.
 10. Meidet die Gewohnheit!
 11. Strebt nach körperlicher und seelischer Harmonie.
 12. Lernet Euch selbst erkennen, kritisieren, disziplinieren.
- Auch diese Sätze werden den Tod nicht bannen, das Leben nicht über die natürliche Grenze hinaus verlängern. Wer sie befolgt, darf aber hoffen, nicht eher vom Licht scheiden zu müssen, als bis in weiser, sparsamer und doch nicht knauseriger Lebensökonomie der letzte Rest seiner Kraft verbraucht ist.