

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 10 (1901)
Heft: 13

Artikel: Un problème
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-521971>

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: 03.05.2026

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

Erscheint ... Samstags

Paraissent ... 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 1spaltige Millimeterzeile oder deren Raum. — Bei Wiederholungen entsprechendes Rabatt. Vereins-Mitglieder bezahlen 3 1/2 Cts netto per Millimeterzeile oder deren Raum.



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 répétition de la même annonce. Les Sociétaires payent 3 1/2 Cts. net par millimètre-ligne ou son espace.

Organ und Eigentum des Schweizer Hotelier-Vereins | 10. Jahrgang | 10^{me} Année | Organe et Propriété de la Société Suisse des Hôtels

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

Todes-Anzeige.

Den verehrlichen Vereinsmitgliedern machen wir hiemit die Trauer-Anzeige, dass unser Mitglied

Herr Jakob Arnold Brauen Direktor des Inself-Hotels in Konstanz

am 23. März infolge eines Schlaganfalles im Alter von 52 Jahren gestorben ist. Indem wir Ihnen hiervon Kenntnis geben, bitten wir, dem Heimgegangenen ein liebevolles Andenken zu bewahren.

Namens des Vorstandes: Der Präsident: J. Tschumi.

Zur gefl. Notiz.

Mit Ende März ist der Termin für die Rücksendung der ausgefüllten Fragebogen betreffend die Statistik über den Fremdenverkehr vom Jahre 1900 abgelaufen; bis dato sind uns nur etwa ein Viertel der Fragebogen zugegangen und ersuchen wir daher alle Diejenigen, welche dieselben noch nicht eingesandt, dringend, dies noch thun zu wollen. Das Centralbureau.

AVIS.

Le délai de retour pour les questionnaires concernant la statistique du tourisme pour l'année 1900 expirait à fin mars; nous n'avons reçu jusqu'à présent que le quart environ des questionnaires expédiés; nous prions donc instamment tous ceux qui ne les ont pas encore renvoyés de bien vouloir le faire. Le bureau central.

Zur gefl. Notiz.

Mit Anfangs April wird mit dem Vertrieb der diesjährigen Ausgabe des Reiseführers

„Die Hotels der Schweiz“

begonnen werden können und ersuchen wir daher die tit. Mitglieder, zwecks Aufstellung eines Verteilungsplanes, uns baldmöglichst mitzuteilen, ob und wie viel Exemplare sie von dem „Führer“ zum eigenen Gebrauch oder Vertrieb wünschen und wie viel in jeder der drei Sprachen. Die Abgabe geschieht gratis und franko. Je nach den einlaufenden Bestellungen müssen wir uns jedoch vorbehalten, Einschränkungen vorzunehmen, da der Grossteil der Auflage für den direkten Versand nach dem Auslande, für den Buchhandel, die Verkehrs-bureaux etc. vorgesehen ist.

Basel, den 8. März 1901.

Für das Centralbureau,

Der Chef: Otto Amster.

AVIS.

Dès les premiers jours d'Avril, nous pourrions commencer la distribution de la nouvelle édition du guide de voyage

„Les Hôtels de la Suisse“,

et nous prions MM. les sociétaires, pour faciliter l'établissement d'un plan de distribution, de bien vouloir nous faire savoir le plus tôt possible, s'ils désirent recevoir des exemplaires du „Guide“ pour leur usage personnel ou pour les distribuer à leurs clients, le nombre de volumes qu'il leur faut, combien ils en prendraient de chacune des trois langues. L'expédition se fait gratis et franco. Toutefois, suivant l'importance des commandes reçues, nous devons nous réserver le droit de faire des réductions, la plus grande partie de l'édition étant destinée à être expédiée à l'étranger, aux libraires, aux bureaux de renseignements, etc.

Bâle, le 8 Mars 1901.

Pour le bureau central,

Le chef:

Otto Amster.

UN PROBLÈME.

Un hôtelier de Strasbourg a pris l'initiative de la fondation d'une société intitulée „Union, première association d'hôteliers“, dont le but ressort de la circulaire suivante, adressée comme imprimé, à de nombreux hôtels en Suisse.

„Strasbourg, le 12 Mars 1901.

Monsieur et cher Collègue, Vous avez certainement déjà regretté de manquer de correspondance régulière avec les hôtels des autres villes.

Journallement il arrive d'être demandé par des voyageurs de passage, „où dois-je prendre logis en arrivant dans telle ou telle ville sur quoi l'on recommande un hôtel qu'on connaît de réputation, sans avoir le moindre espoir d'être recommandé à son tour, le cas échéant, par la direction de cet hôtel.

Afin de remédier à ces inconvénients on m'a sollicité de différents côtés, comme étant l'un des anciens de la branche, de proposer la création d'une association d'hôtels de rang moyen, avec correspondants en France, Suisse, etc., et de vous inviter de bien vouloir en faire partie.

Cette association se répartira sur 80 à 100 villes, toutefois il ne sera admis comme membre qu'un seul hôtel dans chacune de ces villes. L'association a pour but une recommandation permanente des hôtels, faisant partie de l'association, entre eux, un envoi réciproque de voyageurs.

Une petite armoire vitrée, contenant les cartes d'adresses des différents hôtels de l'association, devra faciliter cette recommandation.

Chaque participant reçoit en propriété une petite armoire contenant 50 cartes d'adresses de chaque membre, en casiers séparés. Pour chaque membre on fera imprimer 5000 cartes d'adresses.

Les frais pour l'armoire vitrée, grandeur 60 cm./60 cm., pour les 5000 cartes d'adresses, pour timbres postes, imprimés et frais d'établissement se montent pour chaque membre associé, emballage compris, à 65 Mark ou 68 francs 75 centimes. Le port et les droits de douane sont à la charge des membres.

Le montant de la somme ci-dessus est prélevé contre remboursement moitié en recevant la carte comme étant admis membre de l'association et la seconde moitié de même en recevant l'armoire vitrée.

Si l'on prend en considération la valeur de l'armoire et des 5000 cartes d'adresses, dont chaque adhérent devient propriétaire, il ressort que chaque membre reçoit avec une dépense minime une réclame durable et de bon effet.

Bien souvent on dépense pour une annonce qui n'a qu'un succès douteux une somme bien supérieure.

Au cas où vous seriez résolu à faire partie de notre association veuillez, s'il vous plaît, nous renvoyer promptement le billet d'adhésion ci-joint, signé par vous. Toutefois votre admission ne sera acquiescée que lorsque vous aurez reçu votre carte comme membre.

Nous regarderons comme une renonciation de votre part, si nous ne restons jusqu'au 16 Mars 1901 prochain sans réponse. Un rappel ultérieur n'aura pas lieu.

Déclaration comme membre adhérent.

Le soussigné déclare par la présente son adhésion comme membre à la première association des Hôtels „Union“ pour une durée de trois ans, et s'engage à ne recommander, ou à ne faire recommander par son personnel, d'autres hôtels que ceux qui font partie de la société, dans les villes qui tombent dans le ressort de cette société.

Si après l'expiration de cette durée une dénonciation par lettre chargée n'a pas lieu, les sociétaires resteront, sans autre avis, membre pour une nouvelle série de trois années.

Le soussigné s'engage à payer la cotisation de 68 francs 75 centimes, la première moitié en recevant l'armoire vitrée, chaque fois contre remboursement.

Les sociétaires n'ont plus d'autres frais à supporter pour les années suivantes, si ce n'est les frais pour une nouvelle série de cartes d'adresses, au cas où les 5000 cartes se trouvant chez les sociétaires se trouvent épuisées et qu'il faille en faire imprimer des nouvelles, de plus le port de la poste pour l'expédition de celles-ci.

Afin de sauvegarder la bonne renommée de la Société des Hôtels „Union“ le soussigné déclare être d'accord à ce que tout membre contre lequel s'élève des plaintes réitérées et justifiées de la part des voyageurs soit rayé de la liste comme membre adhérent. On rembourse à ceux-ci la cotisation versée par eux à condition qu'ils retourneront, franco de port et de droits, l'armoire vitrée avec contenant en bon état.

En cas d'adhésion, on est prié d'envoyer le texte, peut-être avec prix pour logis et café complet le matin, qu'on désire pour les cartes d'adresses en même temps que cette déclaration signée.

Des petits clichés peuvent être employés pour ces cartes en tant que l'espace restreint le permet.

Le revers de la carte sera réservé pour la recommandation.

On ne saurait nier que l'intention qui est à la base de ce projet en soit louable en elle-même; mais il n'en est pas moins vrai qu'elle ne sera pas comprise partout, ou que la possibilité de la mise à exécution de ce projet paraîtra douteuse à beaucoup; preuve en soient les nombreuses questions qui nous sont parvenues à ce sujet, et qui nous décident à soumettre cette affaire à une discussion publique. Quant à nous, nous ne voyons pas de réalisation nous paraît douteuse, mais nous sommes même convaincu de son impossibilité.

Les promoteurs de cette création ne sont pas sans savoir que des unions d'hôteliers, tant nationales qu'internationales, existent dès longtemps, et que leur programme comporte, entre autres, l'entretien de relations amicales parmi leurs membres. Nous croyons que cette revendication renferme, sous une forme discrète, il est vrai, l'idée même que nous voyons prendre corps plus ouvertement dans la proposition de Strasbourg.

En outre, plusieurs des mesures prises par ces unions sont là pour démontrer que cette question est constamment l'objet d'une attention soutenue. Sans nous arrêter à l'exposé détaillé de ces mesures, nous allons considérer les difficultés qui s'opposent au projet de Strasbourg.

Avec la vogue croissante des voyages, les touristes sont devenus de plus en plus experts dans l'art de voyager; et la manière hâtive — nous devrions dire la rage de voyager — qui s'est emparée de la génération actuelle fait que le public, en matière d'hôtels, finira par en savoir plus que les hôteliers eux-mêmes. Les prospectus, les guides, etc., et surtout les bureaux de renseignements lui facilitent à tel point le choix de son pied-à-terre, que notre affirmation en paraît suffisamment justifiée. On peut admettre, d'autre part, que les cartes d'hôteliers n'ayant pas de correspondants dans les villes qui les intéressent plus spécialement constituent certainement des exceptions; du reste, l'application du projet n'est prévue que pour les villes.

Or, celui qui désire faire partie de l'union projetée, devra-t-il rompre avec ses habitudes, renier ses correspondants actuels, pour se lier par traité avec quatre-vingt ou cent confrères

dont, à l'époque de son entrée dans l'union il ne connaît ni le nom, ni l'hôtel, ni surtout la manière dont celui-ci est dirigé? L'une des objections principales, en effet, c'est que des promoteurs ont négligé d'établir une liste provisoire des maisons qu'ils ont en vue, ou de restreindre tout au moins jusqu'à nouvel avis, l'obligation résultant du traité qu'ils proposent.

Dans toute cette question, la discrétion est d'une importance primordiale; aussi croyons-nous que beaucoup d'hôteliers y réfléchiront à deux fois avant de remettre à leurs clients une carte au dos de laquelle leur nom est porté à titre de recommandation. Chacun sans doute a déjà fait cette expérience que des voyageurs, munis de cartes semblables, sont néanmoins descendus à un autre hôtel, où ils n'ont rien eu de plus pressé à faire que d'exhiber, dans un but intéressé cela va sans dire, la carte de recommandation, sans s'inquiéter de savoir s'ils ne venaient pas de troubler les relations peut-être amicales de deux collègues.

La déclaration d'adhésion porte que dans les villes où l'union est représentée, l'hôtel qui en fait partie est seul admis à la recommandation. C'est là une contrainte à laquelle maint hôtelier non seulement ne voudra pas, mais encore ne pourra pas se soumettre, et pourquoi cela? Parce qu'il n'est pas rare de voir un voyageur choisir un hôtel de 2^{me} rang dans telle localité, alors que dans telle autre, sa préférence se portera sur une maison de 1^{er} rang, suivant les circonstances. Et s'il faut encore que le patron prenne l'engagement écrit que ses employés, eux aussi, ne recommanderont pas d'autre maison, c'est là une difficulté de plus. On sait assez que, dans ce cas, d'autres influences sont souvent prédominantes.

De plus, il nous semble que la transmission de la qualité de membre à un successeur éventuel, que le traité prétend rendre obligatoire, n'est pas réalisable et serait contraire aux intérêts et à l'autorité de l'union projetée.

Enfin, il est dit dans le traité que „des plaintes réitérées et fondées, de la part des voyageurs, peuvent motiver l'exclusion de l'union“. Qui est ce qui examinera ces plaintes, si toutefois cet examen est possible? Il n'est question nulle part d'une organisation intérieure de l'union, que l'on ne paraît pas considérer comme nécessaire, puisqu'il n'est prévu d'autre cotisation que celle destinée à couvrir les frais de la vitrine et des cartes d'adresse. C'est là encore une omission peu faite pour inspirer confiance. S'il faut s'engager pour trois ans, on peut prétendre à réclamer aussi certains droits et certaines garanties, ne fussent-elles que morales.

Comme nous l'avons dit d'emblée, nous ne songeons pas à mettre en doute les bonnes intentions des promoteurs; ce qui n'empêche que cette proposition demeurera ce qu'elle est maintenant: un problème.

Ueber die Saison 1900 äussert sich der Jahresbericht der Pilatusbahn unter Abschnitt „Hotelbetrieb“ wie folgt: Die Befürchtung, es werde die Weltausstellung 1900 in Paris, sowie der süd-afrikanische Krieg die Fremdenfrequenz der Schweiz und damit auch den Pilatus ungünstig beeinflussen, hat sich nur teilweise bewahrheitet. Allerdings war die Zahl der englischen Reisenden während der Saison 1900 relativ eine geringere, als in früheren Jahren und der Ausfall an der stabilen Schweizer-Kundschaft, die ihr Geld für den Weltausstellungsbesuch verwendete, ein fühlbarer. Dafür brachten aber die Amerikaner und die osteuropäischen Länder Ersatz, so dass die diesjährigen Ergebnisse des Hotelbetriebes auf Pilatus-Kulm nicht hinter denjenigen der vorangegangenen Saison zurückstehen. Unterschiede, wesentlich von der Witterung beeinflusst, zeigten sich allerdings in den Monatsfrequenzen, indem die drei ersten Monate Mai, Juni und Juli gleich blieben, August 1900 dagegen eine erheblich geringere Einnahme zeigte, die jedoch durch die Mehrerlöse der Monate September und Oktober wieder ausgeglichen wurde. Das Betriebsergebnis der Hotel-Unternehmung weist einen Überschuss der Einnahmen über die direkten Betriebsausgaben von Fr. 49,024.85 auf. Die Dividende beträgt 6%.