

**Zeitschrift:** Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels  
**Herausgeber:** Schweizer Hotelier-Verein  
**Band:** 15 (1906)  
**Heft:** 39

**Artikel:** Die Reklame der Hotels [Fortsetzung]  
**Autor:** Behrmann, H.  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-523158>

#### 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:** 29.12.2025

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

BASEL, den 29. September 1906.

BALE, le 29 Septembre 1906.

N° 39.

Abonnement

Für die Schweiz:

1 Monat Fr. 1.25  
3 Monate " 3.—  
6 Monate " 5.—  
12 Monate " 8.—

Für das Ausland:

(inkl. Porto und Versand) 1 Monat Fr. 1.50  
3 Monate " 4.—  
6 Monate " 7.—  
12 Monate " 12.—

Vereins-Mitglieder erhalten das Blatt gratis.

#### Inserate:

7 Cts. per 1 spaltige Millimeter-Zeile oder deren Raum. — Bei Wiederholungen entsprechend doppelt. Vereins-Mitglieder bezahlen  $3\frac{1}{2}$  Cts. netto per Millimeter-Zeile oder deren Raum.



Organ und Eigentum des  
Schweizer Hotelier-Vereins.

15. Jahrgang | 15<sup>me</sup> Année  
Erscheint Samstags.  
Parait le Samedi.

Organe et Propriété de la  
Société Suisse des Hoteliers.

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

Inseraten-Annahme nur durch die Expedition dieses Blattes und die „Union-Reklame“ in Luzern — Les annonces ne sont acceptées que par l'admin. de ce journal et l'„Union-Reclame“ à Lucerne

Verantwortlich für Redaktion und Herausgabe: Otto Amsler, Basel. — Redaktion: Otto Amsler; K. Achermann. — Druck: Schweiz. Verlags-Druckerei G. Böhm, Basel.



Herr K. Hitz-Beely, Besitzer der Pension Collina, Pontresina ..... 45  
Paten: HH. M. Schmidt, Hotel Bernina und J. Müller, Hotel Müller, Pontresina.

Herr A. Strauss, Besitzer des Hotel-Pension Strauss Villa Maggiore, Pallanza ..... 30  
Paten: HH. A. Reber, Hotel Reber und G. Mantel, Hotel du Lac, Locarno.

#### An die tit. Mitglieder

und Abonnenten, die jeweilen den Winter über ihren Wohnort wechseln, richten wir hiermit die höf. Bitte, uns rechtzeitig ihre Abreise anzugeben, damit die Änderungen in der Spedition des Vereinsorgans vorgenommen werden können und der regelmässige Erhalt desselben keinen Unterbruch erleidet.

Die Expedition.

#### MM. les Sociétaires

et abonnés 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.

L'Administration.

#### Die Reklame der Hotels.

Von  
H. Behrmann.  
(Fortsetzung.)

(Nachdruck verboten.)

#### II. Inserate.

Einen Weg gibt es, auf welchem noch immer zu zuverlässigen dem Handelshaus Kunden, dem Hotel Gäste zugeführt werden: die mündliche Weiterempfehlung. Leider entzieht sich diese dem Einfluss desjenigen, dem sie zu Gute kommt, und um sie sich nutzbar zu machen, muss der Hotelier sich darauf beschränken, ihr durch gute Bedienung der Gäste die Existenz-Bedingungen zu schaffen und ständig Nahrung zuzuführen. Damit ist auch der Nachteil gekennzeichnet, dass sie am wenigsten für den Anfänger tut, der doch die Reklame am meisten nötig hat. Auch kommt das Surrogat, dessen sich die Handelswelt durch die Herausstellung von Reisenden bedient, für die Hotels nicht in Frage. Sie scheidet somit für den Kreis unserer Beobachtungen aus.

Von den gebräuchlichen Anwendungsformen der Reklame sind es besonders zwei, die die grobe Sortierarbeit verrichten, nämlich das Inserat und die Affiche. Indem sie sich an die Allgemeinheit wenden, schütten sie diese gewissermassen durch ein Sieb, bis diejenigen darin bleiben, die auf die Reklame reagiert haben. Erst hiernach setzt die feinere Arbeit der Prospekte, Broschüren, brieflichen Empfehlungen usw. ein, womit indessen nicht gesagt sein soll, dass für die erste Arbeit der Erwerbung von Kunden nur diese zwei Wege offen stehen. Keine andere Reklame wendet sich aber von vornherein an eine so grosse Anzahl Menschen auf einmal und schon darum

kommt dem Inserat und der Affiche eine hohe Bedeutung für die Hotel-Reklame zu. Dem Inserat freilich die höhere; der im Verhältnis geringeren Kosten wegen, und auch weil sich aus dem Inserat bei wichtiger Behandlung die nachhaltigeren Wirkungen herausholen lassen.

Worauf bei der Vergabe der Inserate in erster Linie das Augenmerk gelenkt wird, die Wahl der geeigneten Organe bietet zu keinen besonderen Bemerkungen Anlass. In jedem einzelnen Falle werden dem Inserenten Auflage, Verbreitung nach Gegenden und nach Städten, Tendenzen und sonstige wissenschaftliche Angaben für jede Insertionsgelegenheit ausgiebig mitgeteilt, und soweit er sich nicht auf eigene Erfahrungen stützen kann, erhält er von den Annoncen-Expeditionen umfassenden und wohl meist auch unparteiischen Rat. Dass diese Firmen an ihm verdienen wollen, ist klar; ebenso ist bekannt, dass ihre Gewinne sich auf Spezialabmachungen mit von ihnen ausschliesslich gepachteten Blättern aufbauen, die sie infolgedessen in erster Reihe zur Benutzung empfehlen. Da aber der Inserent bei einiger geschäftlicher Klugheit von diesen Abmachungen ebenfalls Vorteil zu ziehen vermag und im übrigen auch nicht nötig hat, sich einer Annoncen-Firma allein auszuliefern, so ist gegen den Verkehr mit einer solchen nichts zu bemerken. Vor Inseratenvermittlungen und Angeboten zweifelhafter Natur sind in diesem Blatt hingegen schon so oft Warnungen eingangen, dass dieser Punkt, der mit der Reklame überhaupt wenig mehr zu tun hat, füglich übergangen werden kann.

Die Annoncen-Expeditionen, die die gewissenhafte Bedienung ihrer Kunden hervorkehren, lassen dieses jedoch in zwei wesentlichen Punkten völlig im Stich, nämlich in der textlichen Bearbeitung der Inserate und in der typographischen Aussstattung. Sie erwarten das druckfertige Manuskript und schicken es der Zeitungsdruckerei, die wiederum ihrerseits aus dem vorhandenen Schriftenmaterial die Annonce, so gut es geht, zusammenbaut. Etwas besonderes kommt selten dabei heraus. Soweit es sich um Anzeigen in Kursbüchern und ähnlichen Publikationen handelt, deren Inserate vom Leser aufgesucht werden, hat das nicht viel zu sagen. Dennoch sollte schon hier die Abfassung der Inserate Gegenstand besonderer Aufmerksamkeit sein; in noch höherem Masse freilich bei Tageszeitungen und illustrierten Zeitschriften mit ihren kurz bemessenen Lebensfrist. Leider herrsch auch dort allgemein das Schema vor. Der berühmte „Komfort der Neuzeit“, mit dem alle Hotels verstehen sind, das „altrenomierte Haus“, die „zentrale Lage“ und die „reingehaltenen Weine“ kehren auf Schritt und Tritt wieder und haben infolgedessen ihren kennzeichnenden Wert völlig eingebüßt; es sind bis zur Unkenntlichkeit abgegriffene Münzen. Soll das Inserat beim Lesen eine wirkliche Vorstellung erwecken, die allein eine dauernde Wirkung auslösen vermag, so ist die Anschaulichkeit des Ausdrucks erstes Erfordernis. Was das Haus Besonderes bietet, das muss mit dem richtigen Wort bezeichnet und hervorgehoben werden; die gute Küche, aufmerksame Bedienung und andere schöne Dinge sind doch nur eine Erfüllung selbstverständlicher Ansprüche des Reisenden, und ihre Erwähnung beschwert daher die Annonce in ganz überflüssiger Weise.

Alle theoretischen Erörterungen hierüber werden nicht so viel ausrichten als das praktische Beispiel. Deshalb mögen einige Proben folgen, deren Fassung am besten zeigen wird, wie Inserate behandelt werden sollen. Ein Hotel I. Ranges in Bern inseriert beispielsweise:

#### BERN

Für hohe Ansprüche an Wohnlichkeit und Verpflegung ohne viel Luxus:

**Hotel Bourbon**

Am Bahnhof der blauen Omnibus.

Dieses Inserat sucht sich durch seine Fassung das richtige Publikum von selbst aus. Der gleiche Zweck kann auch erreicht werden, indem das Inserat geradezu auf eine besondere Klasse Reisende zugeschnitten wird, etwa so:

#### Geschäftsreisende wohnen in Zürich

seiner bequemen Lage und der praktisch angeordneten Schreib- und Empfangsräumlichkeiten wegen mit Vorliebe im

**Hotel Krönings en ville.**

Zimmer ..... Fr. 3.— bis Fr. 6.50  
Diner table d'hôte Fr. 2.50 incl. Wein.  
Souper ..... 3.— "

Da der Hotelier nicht von Geschäftsreisenden allein leben will, so wird er diese Annonce mit anderen abwechseln lassen, die sich an „Familien“, „Durchreisende“ oder „alleinstehende Damen“ wenden. Die Angabe von Preisen ist bei dieser Art von Inseraten erwünscht. In Sonderheit Damen wollen gerne vorher wissen, was sie zu bezahlen haben, aber auch Geschäftstreisende wünschen häufig über das Verhältnis der Hotelrechnung zu ihrem Spesenat eine Bilanz zu haben. Dagegen kann man sich die Erwähnung des Namens vom Besitzer oder Leiter des Hotels mit gutem Gewissen schenken, denn dem Publikum ist er ziemlich gleichgültig und es merkt ihn sich doch nicht. Nur dann hat die Nennung des Besitzers Wert, wenn etwa in französischer Gegend der deutsche Charakter eines Hauses gekennzeichnet werden soll.

Anders, als bei obigen zwei Proben wird das Inserat gehalten werden müssen, wenn es nicht nur zum Besuch des Hotels, sondern auch des Ortes einladen soll. Hier ist grösste Ausführlichkeit eher am Platze, ohne dass dabei die äussere Wirksamkeit ausser Acht gelassen zu werden braucht. Zwei Beispiele mögen folgen:

#### Vollkommenste Ausspannung

und nachhaltige Erholung bietet Ihnen der ruhige Aufenthalt bei frischfrüher Pflege in der bekannt hervorragend gelegenen

**Pension Rhododendron**

Neuberikon (1570 Meter über Meer).

Die Annehmlichkeiten ungewöhnlichen Lebens und gute reichliche Verpflegung verbinden sich mit den Vorteilen der Höhe und der Einwirkung der lieblichen Gegend auf Herz und Gemüth. Verlangen Sie mit Postkarte Prospekt.

Und weniger nüchtern, auf die Sehnsucht des Nordländer nach dem Süden ausgehend:

#### Frühlingstage in Lugano

Das Leben wird zum Fest am blühenden Strand des Lugano Sees, in der weichen, sonnendurchstrahlten, wohligsten Luft.

#### Hotel Tessin au lac

bietet seinen Gästen behaglichsten Aufenthalt, auch in gesellschaftlichen Beziehungen.

Deutsche Bedienung.

Wer noch mehr Poesie wünscht und sich der gebundenen Rede bedienen will findet wohl im Fremdenbuch ein geeignetes Gedicht zum Lob der Gegend im Allgemeinen und des Gasthauses im Besonderen. Nur kann man bei der Auswahl solcher Gedichte gar nicht kritisch genug verfahren, denn was sich als anspruchlose Eintragung ins Fremdenbuch ganz austun nimmt, wirkt im gedruckten Zustande oft höchst schaudervoll.

Jedenfalls erhält aus dem Gesagten, welche Wirkungen sich allein aus der textlichen Fassung der Inserate herausholen lassen. Es muss nur bedacht werden, dass sich nicht der gleiche Text für alle Publikationen eignet, und dass, was in der „Illustrierten Zeitung“ am Platz ist, im Offiziellen Kursbuch der Schweiz verfehlt sein kann. Hier genaue Regeln aufzustellen, wäre ebenso verkehrt, wie die obigen Beispiele zu Vorlagemustern erheben zu wollen, denn jeder Fall muss für sich behandelt werden, soll etwas Ersprissliches zusande kommen.

Dies bezieht sich in gleicher Weise auf die Druckausstattung. Die obigen Beispiele mögen auch in dieser Hinsicht zeigen, wie Annoncen durch das geschickt verwendete typographische Material zu guter Wirkung gebracht werden können. Der Raum muss gut ausgenutzt — nicht angefüllt — werden, die Worte sollen sich nach dem Schwergewicht richtig und angemessen verteilen, und darauf ist schon beim Entwurf Rücksicht zu nehmen. Etwas künstlerische Freiheit soll dabei walten; doch fehlt es meist gerade hieran. Warum z. B. den zugemessenen Raum immer viereckig füllen? Der Kreis, die Eiform, die gebrochene Linie, ermöglichen ja zahlreichen Formen, die sich vom Gesamtbild der Zeitung viel besser abheben als das Viereck.

Um von dem Schriftenmaterial und der Willkür der Zeitungsdruckereien unabhängig zu sein, empfiehlt es sich, sobald die Inseratereklame einen Umfang annimmt, die Annoncen zunächst von einer gut eingerichteten Druckerei in der richtigen Grösse absetzen zu lassen. Man lasse sich's nicht verdrießen mehrere Versuche mit verschiedenen Schriften und in abwechselnder Anordnung zu machen, bis der Satz vollkommen befriedigt. Dieser kann dann stereotypiert werden und zu beliebig vielen Platten dienen, die den Zeitungen zur Verwendung einzubinden sind.

Das Bild spielt im Hotelinsert eine verhältnismässig geringe Rolle. Es gibt keine

witzigen Schlagwörter zu illustrieren, wie bei Backpulver und keine schönen Zähne zu zeigen, wie bei Odol. Selbst die Ansicht des Hotels ist hier nicht so notwendig, wie bei andern Reklamen, und häufig verfehlt sie sogar ihre Wirkung. Dies ist indessen grösstenteils den für den Druck verwendeten ungeeigneten Klischees zuzuschreiben. Mit Vorliebe lässt man sich von dem Drucker der Geschäftsformulare ein von der Steinplatte hergestelltes Klischee liefern, das zwar recht billig ist, aber in keiner Weise seinen Zweck erfüllt, da es selbst auf gutem Papier keine auch nur annähernd so feinen Abdrücke gibt wie die Originalplatte, auf geringem Papier, wie es bei Zeitschriften und Kursbüchern die Regel ist, aber vollkommen versagt. Autotypien, nach Photographien oder Zeichnungen hergestellt, sind ebenfalls nicht anzuraten, da auch bei gut ausgestatteten Zeitschriften mit schönem Papier dem Druck der Annonce-Klischees nicht immer diejenige Sorgfalt zugewendet werden kann, die nun einmal bei Autotypien unerlässlich ist, wenn sie scharfe Abdrücke ergeben sollen. Weit geeigneter sind Holzschnitte. Da sich diese jedoch im grösseren Format etwas teuer stellen, so ist der gangbarste Weg, von der vorhandenen Hotelansicht eine ganz offen und kräftig gehaltenen Federzeichnung herstellen zu lassen, die zu einem Zink-Klischee eingeschnitten kann. Solche Klischees sind nicht teuer und erlauben, beliebig viele Galvanos zu nehmen. Auf diese Weise erhält man recht gute Illustrationen, denn ein begabter Zeichner vermag mit einer kräftigen Schwarz-weiss-Zeichnung ohne Mitteltönen sehr ansprechende Wirkungen zu erzielen. Ueberdies gibt diese Manier dem Inserat einen vollkommen einheitlichen und geschlossenen Charakter, welcher der Wirkung zu steht kommt.

Anderer Illustrationen werden selten in Frage kommen, am ehesten noch bei Inseraten, die zugleich für Ort und Hotel werben. So mag bei der obigen Probe „Frühlingstage in Lugano“<sup>a</sup> ein flott gezeichnetes Mandelblütenzweig dazu dienen, das Inserat noch mehr herausheben; notwendig ist es aber nicht sich solcher Mittel zu bedienen.

Die Bewertung der verschiedenen Insertionsgelegenheiten und überhaupt die geschäftlichen Fragen, die mit dieser Reklame zusammenhängen, gehören nicht hierher und mögen darum unerörtert bleiben.

(Fortsetzung folgt.)



## Der internationale Hotelierverein

hielt am 19. September in Köln seine 35. ordentliche Generalversammlung ab. Aus der Schweiz waren nur drei Mitglieder anwesend. Aus den Verhandlungen haben wir an Hand des Berichtes der „Wochenschrift“ folgendes hervor.

Der Vorsitzende Herr Hoyer berührte in seiner Eröffnungsrede auch die Trinkgeldfrage und äusserte sich darüber wie folgt:

„Unsere langjährigen Bemühungen zur Lösung der Trinkgelderfrage haben nicht den gewünschten Erfolg gehabt. Da die Tagespresse sich unausgesetzt mit dieser Materie beschäftigt und die bona fides des Hotelbesitzers in dieser Hinsicht vielfach anzweifelt, so halte ich mich für verpflichtet, an dieser Stelle klar zu legen, dass die von dem Verein zur Zeit eingestellte Kommission alles getan hat, um die Abschaffung des Trinkgeldgebens zu bewirken. Ihre Bemühungen scheiterten jedoch, weil die Arbeitnehmer auch bei erhöhten Löhnen nicht auf Nebenverdienst verzichten wollten, sowie weil das Publikum sich anderseits nicht des Rechtes begeben würde, für besondere Leistungen auch eine besondere Anerkennung zu geben. Wir haben deshalb auch auf der vorjährigen Generalversammlung in Riva den Beschluss gefasst, dem Hotelgäste die Zahlung eines Rechnungszuschlages von 12 Prozent bei Beträgen unter 20 Mark und von 10 Prozent bei Beträgen von über 20 Mark zu empfehlen, deren Verteilung die Hotel-Leitung gerne übernehmen wird, da gerade die Verteilung an die einzelnen Angestellten seitens der Hotelgäste gerne vermieden wird. Bis zu der definitiven Lösung dieser Frage, welcher wir fortgesetzt unser ganzes Interesse widmen werden, können wir dem reisenden Publikum die Befolgung unseres Rates nur empfehlen. Die Tagespresse möchte ich jedoch bitten, bei der Behandlung dieses Gegenstandes im Interesse der Billigkeit zu bedenken, dass das Trinkgeldgebot leider im ganzen öffentlichen Leben als eine Unsite besteht und selbst bei den Verkehrsanstalten, Strassenbahnen usw. in verhältnismässig hohen Prozentsätzen immer mehr in Zunahme begriffen ist.“

Herr Bürgermeister Dr. Hesse sprach in seiner Begrüssungsrede n. a. vom Fremdenverkehr. Eine Hauptvorbedingung zu dessen Hebung sei eine forschende Hotelindustrie; ohne diese sei es nicht möglich, einen modernen Fremdenverkehr zu schaffen, beziehungsweise zu erhalten. Also sei ein Zusammenarbeiten von Hotelindustriellen und städtischen Körperschaften nötig. „Alle Bestrebungen auf diesem Gebiete haben Ihre Mitarbeit zur Voraussetzung. So sind Ihre Beratungen, wenn sie auch in erster Linie Ihren eigenen Standesinteressen dienen, von allgemeiner Bedeutung, nicht nur für Köln und die Rheinlande, sondern für jedes Land.“

Über die Stellenvermittlungsfrage im Hotel- und Gastwirtschaftsreferat referierte Herr Bieger. Die Versammlung stimmte seinem Vorschlag zu, dahin zu wirken, den Arbeitsnachweis an die öffentliche Verwaltung anzuschliessen, nach dem Vorbild des städtischen Arbeitsamtes in

Köln, damit der Gehilfenschaft die Möglichkeit geboten wird, sich aus den Klaufen der berufsmässigen Stellenvermittler zu befreien und aus dem unwürdigen Zustande herauszukommen, dass arbeitswillige Menschen für die Erlangung von Arbeit auch noch Geld hergeben sollen.

Über die einheitliche Unfallversicherung der Hotelbetriebe bei der Nahrungsmittelberufsgenossenschaft berichtete Herr Rössler. Sein Referat gipfelte in dem Schlussvorschlag:

„Wir, die Hotelbesitzer, das Gewerbe, das vermöge seiner ganzen Konstruktion mehr als jedes andere darauf angewiesen ist, mit seinem Kollegen innigsten Verkehr zu pflegen, wir werden in der „Nahrungsmittelindustrie-Berufsgenossenschaft“ eine neue Zentralstelle zur Pflege gemeinsamer Interessen finden, wir werden durch sie aber auch sozial erzogen werden. Die so vernachlässigte Gemeinbungswirtschaft wird durch das fortwährende Beispiel der Einigkeit und gemeinsamen Wirkens verstärkt und gepflegt werden, zum Segen unseres ganzen Berufes.“

Der Vorsitzende, Herr Hoyer, erhielt den Auftrag, die erforderlichen Schritte zur Verwirklichung dieses Vorschlag zu tun.

Für das Kellnerheim in Cannes wurde ein Beitrag von 500 Fr. bewilligt, die übrigen vorliegenden Gesuche von solchen Instituten aber abgelehnt.

Für die Handelsakademie in Innsbruck, der die dortige Hotelier-Fachschule angegliedert ist, wurde ein Beitrag von 500 Kronen beschlossen. Ferner wurde der Vorschlag zur Wahl einer Kommission angenommen, die dahin wirken soll, dass die Fachschulen überall an die staatlichen Fortbildungsschulen angeschlossen werden.

Betreffend die neuen deutschen Verkehrssteuern (Frachturkundensteuer, Portoerhöhung, Fahrkartensteuer, Automobilsteuer etc.) wurde eine Protestresolution angenommen des Wortlautes:

„Die 35. Generalversammlung des Internationalen Hotelbesitzers-Vereins erlebt in den neuen deutschen Verkehrssteuern eine schwere und bedauerliche Störung gesunder Verkehrsentscheidung; die Hotelindustrie, welche die Wirkungen dieser verkehrsfeindlichen reaktionären Steuerpolitik am unmittelbar empfindet, erhebt öffentlichen Protest und wendet sich an alle berufenen Körperschaften und Vereinigungen mit dem dringenden Ersuchen, auf die baldige Wiederbeseitigung dieser Verkehrserschwerungen hinzuwirken. Die Generalversammlung beauftragt den Aufsichtsrat, zu diesem Zwecke eine besondere Denkschrift auszuarbeiten und sämtlichen deutschen Handwerkskammern, Handelskammern und Verkehrsvereinigungen zugehen zu lassen.“

Die Frage der Trinkgeldsätze für die Hoteldiener wurde durch Annahme folgender Resolution erledigt:

„Der Internationale Hotelbesitzer-Verein, der Verbund reisender Kaufleute, sowie der Verbund deutscher Hoteldiener erklären in der am 28. Oktober 1905 in Berlin abgehaltenen geschäftlichen Sitzung, dass es in Deutschland üblicher Ortsgebräuch ist, dass im Hotelverkehr der Hausdiener auch für die allgemein üblichen Dienstleistungen (Stiefelputzen, Kleiderreinigungen, Besorgung des Handgepäcks) eine besondere Vergütung seitens des Hotelgastes erhält, und dass es ferner wünschenswert ist, für diese Vergütungen möglichst einen Tarif mit angemessenen Sätzen zu schaffen. Die besondere Inanspruchnahme des Hausdienern zur Besorgung von grösseren Gepäckstücken sowie Musterkoffern bleibt dabei ausser Betracht und untersteht der freien Vereinbarung zwischen Reisen und Hausdienern.“

Bezüglich der Konzessionierung, Heranziehung zur Betriebs- und Gewerbesteuer der gewerbsmässig betriebenen Privatpensionen wird der Aufsichtsrat mit einer Eingabe an die Reichsbehörde beauftragt. Ferner wird ihm übertragen, mit Cook über eine Erhöhung der Preise seiner Coupons in Verhandlungen zu treten. Darüber war nur eine Stimme, dass die jetzigen Preise der Coupons angesichts der allgemeinen Verteuerung der Lebensmittel, wie allen übrigen Bedarfs, zu niedrig sind.

Herr Rössler wurde zum Ehrenmitglied des Vereins ernannt und Herr Hoyer als Präsident bestätigt.



## Zur Aufklärung

in dem noch schwelbenden, von der „Hotel-Revue“ mehrfach erwähnten Konflikt der Hoteliers und Wirts von Baselstiel mit der Regierung finden wir in der Basler Tagespresse folgende Einsendung:

Zum Konflikt der Hoteliers und Wirts mit der Regierung. Unter dieser Spitzmarke ist dem Publikum bereits verschiedenes und von verschiedenen Seiten über das Verhältnis der Wirts und Hoteliers zum neuen Wirtschaftsgesetz, namentlich aber zu einer Verordnung des Regierungsrates in dieser Sache berichtet worden. Auffallen musste eine Korrespondenz im Samstagsblatte der „Basler Nachrichten“, in welchen den Wirt und Hoteliers, welche sich weigern, die ihnen durch jene Verordnung aufgezwungenen „Kontrollbücher“ zu führen, eine Strafe von maximal sechs Monaten Gefängnis oder 2000 Franken Geldbusse (!) droht wird. Dieser Schreckenschuss, der in der Tat auf einer Verfügung des Departements des Innern (Vorsteher: Herr Regierungsrat Wulleger) beruht, zwingt den Hotelier und den Wirtverein, auch an die Öffentlichkeit zu treten.

Das Gesetz, mit dem die Wirts und Hoteliers im Prinzip einig eingehen, weil auch sie ihrem Personal gerne die nötige Ruhe gönnen, ist in seiner heutigen schablonenhaften Form,

welche den Verhältnissen nicht im geringsten Rechnung trägt, es stellt revisionsbedürftig geworden. Die unterzeichneten Vereine haben offenbar das Recht, diese Revision in gesetzloser Weise anzustreben. Was die Verordnung anbelangt, so besteht darüber ein Rechtsstreit, ob sie mit ihrer Vorschrift betreffend die Kontrollbücher nicht mit dem Gesetze selbst in Widerspruch stehe. Ein solcher Widerspruch würde aber die Kantonsverfassung verletzen, wie auch allgemeine Rechtsgrundsätze. Der Grosses Rat, welcher das Gesetz erlassen hat (und eventuell das Bundesgericht) wird nun darüber zu entscheiden haben, ob die Verordnung, welche so viel Staub aufgeworfen hat, weiter zu Recht bestehen kann. Die Hoteliers und Wirts haben offenbar so gut wie andere Bürger das Recht, diese Fragen in aller Ruhe und in gesetzloser Weise von den zuständigen Behörden entscheiden zu lassen. In der Tat ist nun bereits ein solcher Entscheid gefallen. Das Polizeigerichtspräsidium, welches ein Hotelier und ein Wirt wegen Nichtführung des Kontrollbuches verzeigt waren, hat das Strafverfahren gegen die zwei Verzeigten eingestellt, weil es davon ausging, dass das Gesetz nicht verletzt worden sei, denn dieses schreibt die Kontrollbücher gar nicht vor, sondern nur die Verordnung. Der betreffende Paragraph des Polizeistrafgesetzes bedroht aber nur die Verletzung des Gesetzes mit Strafe.

Diesem Entscheid hat sich aber offenbar das Departement des Innern nicht gefügt. Es scheint auch in der ganzen Sache sozialdemokratische Hetzerei im Spiel zu sein. Man verzerrt nun einen andern Weg und verzerrt die Wirts und Hoteliers beim Staatsanwalt wegen Ungehorsams gegen amtliche Verfügungen. Auf diesem Umweg versucht man eine Handlung, die bereits durch den zuständigen Richter gewürdigt worden ist, umzustimmen und zwar zu einer strafbaren Handlung.

Einer solchen sind sich nun die unterzeichneten Vereine allerdings nicht bewusst und sie verwaren sich gegen jene öffentliche Brandmarkung. Einem Urteil des Strafgerichtes aber (falls es überhaupt zu einem solchen kommt), sehen sie nach dem bereits gefällten Entscheid des Polizeigerichtspräsidiums ruhig entgegen und freuen sich bei dem Anlaß, dass es auch im Kanton Basel-Stadt eine Trennung der Gewalten gibt, nämlich der gesetzgebenden, vollziehenden und richterlichen Gewalt. Sie verfolgen ja selbst ihr Recht nur auf dem Rechtswege und werden sich bis zur Erledigung aller dieser Fragen eventuell auch büssen lassen. Das Urteil des zuständigen Richters werden sie mit Ruhe annehmen, und sie sind zum Glück beruhigt darüber, dass auch das Gewerbeinspektorat nicht über einem Gerichtsurteil steht.

Sie bitten daher, diese ihre Ruhe teilen zu wollen und der Sache ihren Lauf auf dem Rechtswege zu lassen. Von derartigen monstrosen Drohungen aber, wie sie jene Korrespondenz enthält, lassen sie sich nicht ins Bokshorn jagen.

Der Vertreter des Vereins Basler Gastwirte und des Wirtvereins Basel:  
Im Auftrag: Dr. Karl Frey.

\* \* \*

Wir fügen diesen Ausführungen noch folgendes bei:

Der in Frage kommende § 52 des Basler Strafgesetzes lautet:

Wer Verfügungen, welche von einer Behörde oder einem Beamten innerhalb ihrer Zuständigkeit erlassen sind, keine Folge leistet, wird, wenn ihm auf den Fall des Ungehorsams die Verziehung zu strafrechtlicher Ahndung ausdrücklich angedroht war, mit Gefängnis bis zu 6 Monaten oder mit Geldbusse bis zu 2000 Franken bestraft.“

Die Komites des Hotelier- und Wirtvereins ersuchen nun die Mitglieder, an dem Beschluss der Versammlung vom 30. August — die Kontrollbücher nicht zu führen — so lange unweit festzuhalten, bis eine auf später einzuberufende Versammlung weitere Beschlüsse fasst.



## Eine „energische“ Placeur-Familie.

Ein Mitglied schreibt uns:

„Ich hatte eine Annonce im „Bund“, für einen Koch. Auf diese Annonce hin sandte das nachbezeichnete Bureau mir auch eine Offerte, welche ich, nachdem ich aus den massenhaft eingelaufenen Offerten meine Wahl getroffen, mit sämtlichen übrigen am 26. September retournierte und erhielt daraufhin eine Postkarte folgenden Inhalts:

Unter 19. September sandte ich Ihnen Zeugnis und Photographie eines Kochs. Es scheint mir, dass Sie solchen nicht einstellen wollen. Ich ersuche Sie, die Zeugnisse und Photographie bis morgen retour zu senden, andernfalls lasse ich solche polizeilich auf Ihre Kosten halten.“

Stellen-Vermittlungsbureau „Union“  
Inhaber: Familie Danner, Rorschach.



## Vom Rebhuhn

plaudert ein Sch-Mitarbeiter der „Münchner N. N.“ auf folgende anmutige Art:

Schon in den ältesten Zeiten hat man sich für das Rebhuhn als vorzelliges Wildbret begeistert. Auf den Gütern Karls des Grossen lebte das Feldhuhn neben Pfau und Fasan als Ziervogel, der schliesslich in die Küche wanderte. In der Grafschaft Oettingen (Bayern) wurde es noch 1313 als „Fürstenvögel“ d. h.

als zur höchsten Jagd gehörig, betrachtet. Wie sehr dies Wildbret von gekrönten Häuptern geschätzt wurde, ersieht man aus alten Mitteilungen. Ferdinand I. schmeckte heraus, ob das Wild auf der Jagd oder nach mehrjähriger Gefangenschaft getötet worden war, und Friedrich Wilhelm I. nannte so viel Kenntnis sein eigen, dass er die Heimat des Huhns, ob Preussen, die Mark oder Cleve, fast augenblicklich an dem Geschmack erkannte: die preussischen Hühner verzehrte er am liebsten — sie waren nämlich die grössten. Fraglich bleibt es aber, ob das Rebhuhn der alten Küche uns gemunkt hätte. Im Mittelalter wurde es nämlich gekocht, dann mit Weinbeeren, Pfefferminze, Rautensamen, Liebstöckel und Schmalz gefüllt, worauf man es erkaltete liess und vor dem Servieren nochmals in Wein und Öl aufwärmete. Auch nach einem im „Zitronatbüchlein“ gegebenen Rezept zubereitet, würde das Rebhuhn dem heutigen Gaumen nicht zusagen. Da heisst es nämlich: „Nehmet einen Apfel zerschnitten und einen Semmelschnitt, siedet beides in Wein, treibt es durch einen Sieb, tut darein Karlamomen, Muskatblumen, Zucker, ein wenig Rosen-Essig und ein wenig Zitronenschalen, lasset aufkochen, so ist es fertig.“

Noch vor 150 bis 200 Jahren war die Zubereitung derartig, dass sie uns sicher nicht behagt hätte. 1747 ist bei Martini in Langensalza ein Kochbuch erschienen, dessen Verfasser, Johann Georg Schenk, empfiehlt, das Rebhuhn zu spicken, zu salzen, zu pfeffern, zu braten und dann mit einem „Söldlein“ zu übergessen, das aus Fleischbrühe, frischer Butter, eingearbeitetem Mehl, Ingwer, Pfeffer, Negligio, Muskatblüte und länglich geschnittenen Zitronenscheiben besteht. Ob uns das mundet würde? Ein Versuch mag Lehren. Höchst beliebt aber waren gekochte Rebhühner. Der Kuriosität halber sei auch dafür ein Rezept mitgeteilt. „Rupfe die Rebhühner, nimm solche aus und speiere die Beine hinauf und wässere sie ein; dann welle sie ein wenig in warmem Wasser auf, bestocke sie mit geschnittenem Zimmet oder Nelken, nimm eine überzinnete Pfanne oder Tiegel, tue ein Stück Butter drin, lege die Rebhühner dazu, decke solche zu und lass sie schwitzen, dann giese gute Brühe drauf, nebst Wein, Nelken, Kardamom und Muskatblumen, brenne Mehl fein gelblich dran, drücke Zitronenschalen drauf, hacke oder schneide Pinien oder Pistazien klein, tue es bald dran, die andere Hälfte behalte zum Überstreuen, nebst Zitronenschalen drauf.“ Also delectierten sich die Zeitgenossen des grossen Friedrich an Rebhühnern.

Heute sind die Rebhühnergerichte äusserst zahlreich. Selbst jene Hühner, von denen es heißt:

„Blaugraue Beine, Schnabel beinah weiss, Ringt um die Augen ein helroter Kreis — Lass ab!“ Umsort sind Speck und Fett und Butter, Derartige Hühner schenkt der Schwiegermutter „weiß die erindrische Hausfrau zu verwerfen, und wer je weisse Rebhühnertippe mit Klössen oder braune Rebhühnertippe verspeist hat, der wird alle Rebhühner nicht mehr verschenken. So fehlt heute das gebratene Hühnchen im Speckmantel und mit einem Schulterkrug aus Weinblättern in wenig Restaurants mehr, überall darf man erwarten, den lieblichen Braten vom nach alter Überlieferung zugehörigen Sauerkohl in Wein gekocht als Prunkstück der Küche vorgesetzt zu bekommen. Selbst auf der französischen Speisekarte spielen die Perdreux à la choucroute eine Rolle, wenn schon die transrhennischen Nachbarn sich über unser prächtiges deutsches Sauerkraut lustig zu machen belieben.“

In Brehms Tierleben wird das Rebhuhn nicht ein vorzügliches Wildbret genannt, sondern es heisst da auch von ihm, dass es nirgends und niemals Schaden bringe, zur Beliebung unserer Fluren wesentlich beitrage, jedem durch die Anmut seines Betragens erfreue und Gelegenheit zu einer der anziehendsten Jagden gebe. Ganz verschollen dagegen ist der Ruhm, den sich das Rebhuhn in vergangener Zeit auf einem Gebiet errungen hatte, auf dem es heute wohl kaum jemand zu finden glaubt, in der Heilkunde.

Die *materia medica* der Alten kannte eine grosse Reihe von Heilmitteln aus dem Tierreich. Den animalischen Heilmitteln, die man an den Fingern herzählen kann, standen einstens wohl an 200 gegenüber. Unter ihnen das Rebhuhn und einzelne seiner Organe. Die von ihm gewonnenen Medikamente sollten vor allem gegen schwache Augen Wunder wirken. Das Gesicht ist nämlich der Rebhuhns schärfster Sinn, es äugt ziemlich weit, und so kann es zu dieser seiner Signatur. Die alten Doktoren und Heilkundigen sagten also: „Rebhuhngalle mit Balsamsaft, Opobalsam in den Offizinen genannt, mit Fenchelsaft aufgestrichen, schärt das Gesicht.“ Auch gegen „die grauen Flecken der Augen (vielleicht Star?)“ ist dies eine wahrhaftige, kräftige und oft erstaunliche Arznei“. „Ein halbes Becherlein wilder Galangant rein gepulvert, ein Becherlein Balsamsaft, darunter vermischt ganze Rebhuhngallen, dies tue in eine zinnerne Büchse und bestreiche den Schaden damit, so wirst du Wunder erfahren.“ Schwerhörigen sollte das Rebhuhn gleichfalls helfen: „Wider das Uebelhörnen für die Taubheit träufe man warme Rebhuhngalle in die Ohren.“ Die fallende Sucht (Epilepsie) weicht sicher, wenn man Rebhuhngalle gedörrt und gepulvert mit Wein trinkt, und lässt man sie backen und zu Pulver stossen, so hat man ein vorzügliches Mittel „vor die schwere Krankheit“. Wer an Gelbsucht leidet, soll das Mark junger Rebhühner geniessen, ebenfalls *per signaturam*: junge Feldhühner haben bekanntlich gelbe Ständer. Auch das „Hirn mit drei Becherlein Wein getrunken“ soll helfen. Aber noch eine ganze Anzahl anderer Krankheiten wurde mit Rebhuhnhirn, -mark und -leber be-