

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>

N° 39.

Abonnement

Für die Schweiz:

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

Für das Ausland:

(inkl. Portozuschlag)
1 Monat Fr. 1.50
3 Monate „ 4.—
6 Monate „ 7.—
12 Monate „ 12.—

Vereins-Mitglieder
erhalten das Blatt
gratis.

Inserate:

7 Cts. per 1spaltige
Millimeterzeile oder
deren Raum. — Bei
Wiederholungen ent-
sprechend Rabatt.
Vereins-Mitglieder
bezahlen 3/4 Cts.
netto per Millimeter-
zeile oder deren
Raum.



Organ und Eigentum des
Schweizer Hotelier-Vereins.

15. Jahrgang | 15^{me} Année

Erscheint Samstags.
Paraît le Samedi.

Organe et Propriété de la
Société Suisse des Hoteliers.

N° 39.

Abonnements

Pour la Suisse:

1 mois . Fr. 1.25
3 mois . „ 3.—
6 mois . „ 5.—
12 mois . „ 8.—

Pour l'étranger:

(inclus frais de port)
1 mois . Fr. 1.50
3 mois . „ 4.—
6 mois . „ 7.—
12 mois . „ 12.—

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 3/4 Cts. net
p. millimètre-ligne
ou son espace.

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

Inseraten-Aannahme 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-Réclame“ 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

Patent: HH. M. Schmidt, Hotel Bernina

und J. Müller, Hotel Müller, Pontresina.

Herr A. Strauss, Besitzer des Hotel-Pension

Strauss Villa Maggiore, Pallanza . . . 30

Patent: 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 hiemit die höfliche Bitte, uns rechtzeitig ihre Abreise anzuzeigen, damit die Änderungen in der Expedition 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 am zuverlässigsten 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 ständige Nahrung zuzuführen. Damit ist auch der Nachteil gekennzeichnet, dass sie am wenigsten für den Anfänger tut, der doch die Reklame am meisten notwendig hat. Auch kommt das Surrogat, dessen sich die Handelswelt durch die Herausendung von Reisenden bedient, für die Hotels nicht in Frage. Sie scheidet somit für den Kreis unserer Betrachtungen 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 herausziehen 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 Ständen, Tendenz und sonstige wissenswerte 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 geschäftlichen 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 ergangen, 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 hervorgehen, lassen diesen jedoch in zwei wesentlichen Punkten völlig im Stich, nämlich in der textlichen Bearbeitung der Inserate und in der typographischen Ausstattung. Sie erwarten das druckfertige Manuskript und schicken es der Zeitungsdruckerei, die wiederum ihrerseits aus dem vorhandenen Schriftmaterial 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 ihrer kurz bemessenen Lebensfrist. Leider herrscht auch dort allgemein das Schema vor. Der berühmte „Komfort der Neuzeit“, mit dem alle Hotels versehen 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 auszulösen vermag, so ist die Anschaulichkeit des Ausdrucks erstes Erfordernis. Was das Haus besonders 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 Empfangs-
räume 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 Annoncen 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 Geschäftsreisende wünschen häufig über das Verhältnis der Hotelrechnung zu ihrem Spesenetat ein Bild 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 Besuche des Hotels, sondern auch des Ortes einladen soll. Hier ist grössere Ausführlichkeit eher am Platze, ohne dass dabei die äussere Wirksamkeit ausser Acht gelassen zu werden braucht. Zwei Beispiele mögen folgen:

Vollkommenste Ansipannung

II und nachhaltige Erholung bietet Ihnen
der ruhige Aufenthalt bei sorgfältiger
Pflege in der bekannt herrlich gelegenen

Pension Rhododendron

Heidenikon (1570 Meter über Meer).

II Die Annehmlichkeiten angewandten
Lebens und gute reichliche Verpflegung
verbinden sich mit den Vorzügen der
höhenluft und der Einwirkung der lieb-
lichen Gegend auf Herz und Gemüt.
Verlangen Sie mit Postkarte Prospekt.

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

Frühlingstage in Lugano

Das Leben wird zum Fest am
blühenden Strand des Luganer
Sees, in der weichen, sonn-
durchtränkten, wolfigen Luft.

Hotel Cessin au lac

bietet seinen Gästen behag-
lichen 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 Lobe 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 anspruchsvolle Eintragung ins Fremdenbuch ganz nett ausnimmt, wirkt im gedruckten Zustande oft höchst schauderhaft.

Jedenfalls erhält aus dem Gesagten, welche Wirkungen sich allein aus der textlichen Fassung der Inserate herausziehen lassen. Es muss nur bedacht werden, dass sich nicht der gleiche Text für alle Publikationen eignet, und dass, was in der „Illustrierten Zeitung“ am Platze 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 Erspriessliches zustande 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 Schweregewicht 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 Schriftmaterial und der Willkür der Zeitungsdruckereien unabhängig zu sein, empfiehlt es sich, sobald die Inseratreklame einigen 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 einzusetzen sind.

Das Bild spielt im Hotelinserat 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 anderen 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 Annoncen-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 offene und kräftig gehaltenen Federzeichnung herstellen zu lassen, die zu einem Zink-Klischee dienen 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 Mitteltöne sehr ansprechende Wirkungen zu erzielen. Ueberdies gibt diese Manier dem Inserat einen vollkommen einheitlichen und geschlossenen Charakter, welcher der Wirkung zu statten kommt.

Andere 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“ ein flott gezeichnetes Mandelblüten-zweig dazu dienen, das Inserat noch mehr herauszuheben; notwendig ist es aber nicht sich solcher Mittel zu bedienen.

Die Bewertung der verschiedenen Insertions-gelegenheiten 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 Trinkgeldfrage haben nicht den gewünschten Erfolg gehabt. Da die Tagespresse sich unausgesprochen mit dieser Materie beschäftigt und die bona fides der Hotelbesitzer in dieser Hinsicht vielfach anzweifelt, so halte ich mich für verpflichtet, an dieser Stelle klarzulegen, dass die von dem Verein zur Zeit eingesetzte 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 wollte, für besondere Leistungen auch eine besondere Anerkennung zu geben. Wir haben deshalb auch auf der vorjährigen Generalversammlung in Riva den Beschluss gefasst, dem Hotelgast 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 Trinkgeldgeben leider im ganzen öffentlichen Leben als eine Unsitte besteht und selbst bei den Verkehrsanstalten, Strassenbahnen usw. in verhältnismässig hohen Prozentsätzen immer in Zunahme begriffen ist.“

Herr Bürgermeister Dr. Hesse sprach in seiner Begrüssungsrede n. a. vom Fremdenverkehr. Eine Hauptvorbedingung zu dessen Hebung sei eine fortschreitende 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.“

Ueber die Stellenvermittlungsfrage im Hotel- und Gastwirtsgewerbe 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 Klauen der berufsmässigen Stellenvermittler zu befreien und aus dem unwürdigen Zustande herauszukommen, dass arbeitswillige Menschen für die Erlangung von Arbeit auch noch Geld hergeben sollen.

Ueber 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 Gemeinbürgerschaft wird durch das fortwährende Beispiel der Einigkeit und gemeinsamen Wirkens bestärkt und gepflegt werden, zum Segen unseres ganzen Berufes.“

Der Vorsitzende, Herr Hoyer, erhielt den Auftrag, die erforderlichen Schritte zur Verwirklichung dieses Vorschlages 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 Hoteler-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 (Frachtturkensteuer, Portoerhöhung, Fahrkartensteuer, Automobilsteuer etc.) wurde eine Protestresolution angenommen des Wortlautes:

„Die 35. Generalversammlung des Internationalen Hotelbesitzer-Vereins erblickt in den neuen deutschen Verkehrssteuern eine schwere und bedauerliche Störung gesunder Verkehrsentwicklung; die Hotelindustrie, welche die Wirkungen dieser verkehrfeindlichen reaktionären Steuerpolitik am unmittelbarsten empfindet, erhebt öffentlich 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 Hotelbediener wurde durch Annahme folgender Resolution erledigt:

„Der Internationale Hotelbesitzer-Verein, der Verband reisender Kaufleute, sowie der Verband deutscher Hotelbediener erklären in der am 28. Oktober 1905 in Berlin abgehaltenen geschäftlichen Sitzung, dass es in Deutschland üblicher Ortsgebrauch ist, dass im Hotelverkehr der Hausdiener auch für die allgemein üblichen Dienstleistungen (Stiefelputzen, Kleiderreinigen, Besorgung des Handgepäckes) 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 Hausdieners zur Besorgung von grösseren Gepäckstücken sowie Musterkoffern bleibt dabei ausser Betracht und untersteht der freien Vereinbarung zwischen Reisenden und Hausdienern.“

Bezüglich der Konzessionierung, Heranziehung zur Betriebs- und Gewerbesteuer der gewerbmässig 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 schwebenden, von der „Hotel-Revue“ mehrfach erwähnten Konflikt der Hoteliers und Wirtse von Baselstadt mit der Regierung finden wir in der Basler Tagespresse folgende Einsendung:

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

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

welche den Verhältnissen nicht im geringsten Rechnung trägt, bereits revisionsbedürftig geworden. Die unterzeichneten Vereine haben offenbar das Recht, diese Revision in gesetzmässiger Weise anzustreben. Was die Verordnung anbelangt, so besteht darüber ein Rechtstreit, ob sie mit ihrer Vorschrift betreffend die Kontrollbücher nicht mit dem Gesetz selbst in Widerspruch stehe. Ein solcher Widerspruch würde aber die Kantonsverfassung verletzen, wie auch allgemeine Rechtsgrundsätze. Der Grosse Rat, welcher das Gesetz erlassen hat (und eventuell das Bundesgericht) wird nun darüber zu entscheiden haben, ob die Verordnung, welche so viel Staub aufgewirbelt hat, weiter zu Recht bestehen kann. Die Hoteliers und Wirtse haben offenbar so gut wie andere Bürger das Recht, diese Fragen in aller Ruhe und in gesetzmässiger Weise von den zuständigen Behörden entscheiden zu lassen. In der Tat ist nun bereits ein solcher Entscheid gefallen. Das Polizeigerichtspräsidium, welchem 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 schreibe die Kontrollbücher gar nicht vor, sondern nur die Verordnung. Der betreffende Paragraph des Polizeistrafgesetzes bedrohe 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 versucht nun einen andern Weg und verzeigt die Wirtse und Hoteliers beim Staatsanwalt wegen Ungehorsams gegen amtliche Verfügungen. Auf diesem Umwege versucht man eine Handlung, die bereits durch den zuständigen Richter gewürdigt worden ist, umzustempeln und zwar zu einer strafbaren Handlung.

Einer solchen sind sich nun die unterzeichneten Vereine allerdings nicht bewusst und sie verwarfen sich gegen jene öffentliche Brandmarkung. Einem Urteile 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 Anlasse, dass es auch im Kanton Basel-Stadt eine Trennung der Gewalt gibt, nämlich der gesetzgebenden, vollziehenden und richterlichen Gewalt. Sie verfolgen ja selbst ihr Recht nur auf dem Rechtsweg 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 Gerichts Urteil steht.

Sie bitten daher, diese ihre Ruhe teilen zu wollen und der Sache ihren Lauf auf dem Rechtsweg zu lassen. Von derartigen monstrosen Drohungen aber, wie sie jene Korrespondenz enthält, lassen sie sich nicht ins Bockshorn 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 Verzeigung zu strafgerichtlicher 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 unentwegt 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:

Untern 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 holen.

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

Vom Rebhuhn

plaudert ein Sch.-Mitarbeiter der „Münchener N. N.“ auf folgende annützte Art:

Schon in den ältesten Zeiten hat man sich für das Rebhuhn als vortreffliches 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 „Fürstenwild“ 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 mehrbätiger 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 gemundet hätte. Im Mittelalter wurde es nämlich gekocht, dann mit Weinbeeren, Pfefferminze, Rautensamen, Liebsteckel und Schmalz gefüllt, worauf man es erkalten liess und vor dem Servieren nochmals in Wein und Oel aufwärmte. 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 ein Sieb, tut darein Kardamomen, Muskatblumen, Zucker, ein wenig Rosen-Essig und ein wenig Zitronenschalen, lassets aufkochen, so ist es fertig!“

Nach vor 150 bis 200 Jahren war die Zubereitung derart, 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 „Södein“ zu übergießen, das aus Fleischbrühe, frischer Butter, eingebranntem Mehl, Ingwer, Pfeffer, Negelöl, Muskatblüt und länglich geschnittenen Zitronenschellen besteht. Ob uns das munden würde? Ein Versuch mag's lehren. Höchst beliebt aber waren gekochte Rebhühner. Der Kuriösität halber sei auch dafür ein Rezept mitgeteilt.

„Rupfe die Rebhühner, nimm solche aus und spiere die Beine hinauf und wässere sie ein; dann welle sie ein wenig in warmem Wasser auf, bestecke sie mit geschnittenem Zimmt oder Nelken, nimm eine überzinte Pfanne oder Tegel, tue ein Stück Butter drein, lege die Rebhühner dazu, decke solche zu und lass sie schwitzen, dann giesse gute Brühe darauf, nebst Wein, Nelken, Kardamomen und Muskatblumen, brenne Mehl fein gelblich dran, drücke Zitronensaft drauf, hacke oder schneide Pinien oder Pistazien klein, tue es bald dran, die andere Hälfte behalte zum Ueberstreuen, nebst Zitronenschalen drauf.“ Also deklariert 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, Rings um die Augen ein hellroter Kreis —

Lass ab! Unsonst sind Speck und Fett und Butter, Derart'ge Hühner schenk' der Schwiegermutter!“ weiss die erfinderische Hausfrau zu verwerten, und wer je weisse Rebhühnersuppe mit Klößen oder braune Rebhühnersuppe verspeist hat, der wird alte Rebhühner nicht mehr verschmähen. So fehlt heute das gebratene Hühnchen im Speckmantel und mit einem Schultertragen aus Weinblättern in wenig Restaurants mehr, überall darf man erwarten, den lieblichen Bratenvogel mit dem nach alter Ueberlieferung zugehörigen Sauerkehl 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 transrhodanischen Nachbarn sich über unser prächtiges deutsches Sauerkraut lustig zu machen belieben.

In Brehms Tierleben wird das Rebhuhn nicht nur ein vorzügliches Wildbret genannt, sondern es heisst da auch von ihm, dass es nirgends und niemals Schaden bringe, zur Belebung unserer Fluren wesentlich beitrage, jedermann durch die Annuit des Betrages 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 schärster Sinn, es äugt ziemlich weit, und so kam es zu dieser seiner Signatur. Die alten Doktoren und Heilkundigen sagten also: „Rebhuhngalle mit Balsamsaft, Opobalsam in den Offizinen genannt, mit Fenchelsaft aufgestrichen, schärft das Gesicht.“ Auch gegen „die grauen Flecken der Augen (vielleicht Star)“ ist dies eine wahrhaftige, kräftige und oft erfahrene Arznei. „Ein halbes Becherlein wilden Galt rein gepulvert, ein Becherlein Balsamsaft, darunter vermischt ganze Rebhuhngallen, dies tue in eine zinnerne Büchse und bestreibe den Schaden damit, so wirst du Wunder erfahren.“ Schwerhörigen sollte das Rebhuhn gleichfalls helfen: „Wider das Uebelhören für die Taubheit träufe man warme Rebhuhngalle in die Ohren.“ Die fallende Sucht (Epilepsie) weicht sicher, wenn man Rebhuhngalle gedörnt und gepulvert mit Wein trinkt, und lässt man sie backen und zu Pulver stossen, so hat man ein vortreffliches 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-