

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 16 (1907)
Heft: 30

Artikel: Unsere Freunde
Autor: Merleaubert, O.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-522977>

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>

aber hat einen Prospekt gespart. So ist beiden geholfen.

Das einheitliche Format tut's freilich nicht, wenn nicht, wie schon erwähnt, die Drucksachen dem Empfänger zur Aufbewahrung wert erscheinen. Es ist dazu nicht notwendig, dass der Prospekt teuer sei, sondern er muss es in sich haben. Der Text muss gut geschrieben sein und alle erforderlichen Angaben übersichtlich enthalten; Druckausstattung und etwaige Bilder sollen geschmackvoll sein. Richtiger gesagt, künstlerisch. Das Wort künstlerisch hat leider für die Geschäftswelt einen eigentümlichen Beigeschmack; man denkt an überspannte Ideen, an kostspielige Entwürfe. Es soll aber in dem einzig zutreffenden Sinne gebraucht sein, dass nur der Künstler die Fähigkeit hat, mit den einfachsten und vornehmsten Mitteln den grössten Eindruck zu machen. Damit ist gesagt, dass „einfach“ und „künstlerisch“ sich nicht ausschliessen, sondern vielmehr dasselbe bedeuten.

Auch hier wäre es gut, wenn eine grössere Einheitlichkeit Platz greift, als bisher. Jetzt herrscht zwar auch eine Art von Einheitlichkeit, aber nur wegen der Fülle geschmackloser Erzeugnisse, die sich nur zu sehr ähnlich sehen. Die grosse moderne Bewegung im Kunstgewerbe scheint an den Hoteldrucksachen ziemlich spurlos vorübergegangen zu sein. Sie dürfte schon aus dem Grunde nicht unbeachtet bleiben, als der grössere Teil der Reisenden den bemittelten Kreisen angehört, die mit den modernen künstlerischen Strömungen enge Fühlung haben.

Es kann nicht schaden, wenn die Schweizer Hoteldrucksachen in der Ausstattung einen gemeinsamen Charakter tragen, der die schweizerische Eigenart kennzeichnet, werden doch auch andere Dinge dann erst recht geschätzt, wenn sie den ausgesprochenen Charakter ihres Heimatlandes tragen. Heimatkunst heisst es überall, und Heimatkunst können auch unsere Hotelprospekte sein. Die Ansichtsbilder aus der Vogelperspektive und das mit französischen Brocken durchsetzte Deutsch sind keine.

H. Behrmann.

Die Rabattplage.

Das Rabattsystem, wie es heute praktiziert wird, bildet unzweifelhaft eine schwere Schädigung für das Hotelwesen, das es, ähnlich einem chronisch gewordenen Uebel, empfindlich schwächt. Das gilt nicht nur für den Einzelnen, sondern auch für die Gesamtheit und die Gesundheit müssen ebenso darunter leiden wie die Kranken.

Es ist schwer, diesem Unwesen beizukommen, sobald man sich nicht über seine Folgen im klaren ist und den Kampf gegen dieses Schmarotzertum auf der ganzen Linie aufnehmen kann. Denn es schleicht sich unter allen möglichen Vorwänden an die Heran. Bald drapiert es sich mit dem Mantel der Vaterlandsliebe und des Wehrwesens, indem spekulative Köpfe für die Angehörigen fremder Armeen, die sowieso eine privilegierte Stellung einnehmen, noch besondere Begünstigungen verlangen; bald sind es ein paar Schläuberger, die unter dem Vorwande, einen grossartigen Reiseverkehrsverein ins Leben zu rufen, ihre Schröpfung sowohl dem Publikum wie besonders den Hoteliers ansetzen; an dritter Stelle wird unter irgend einer philanthropischen Motivierung für ganze Schichten von Beamten den grösstmöglichen Rabatt herauszupressen gesucht; und die Zahl derjenigen Verleger von Zeitschriften, Führern und Reisebüchern, die an den fixen Preisen der Hotels herumfellen, ist Legion. Sie alle leben zu ein Viertel vom Publikum, zu drei Viertel vom Hotelier, ohne dass sie letzterem eine wirklich vollgültige Gegenleistung darbieten. Wir haben in letzter Zeit ein paar Mal Gelegenheit gehabt, das Wesen und Treiben solcher Menschenfreunde zu kennzeichnen. In der Methode mögen sie etwas von einander abweichen; im Endzwecke gehen sie alle einig: Sie wollen am Hotelier möglichst viel verdienen, unbekümmert darum, ob derselbe die Saison schlecht abschliesst oder gar verkracht, als Folge einer schlecht angebrachten Gütnütigkeit.

Mit diesen Leuten sollte einmal gründlich abgerechnet und mit dem Rabattsystem ein für allemal gebrochen werden. Der Gründe sind viele, die dafür sprechen. Sie liegen in den Zeitumständen. Seit Jahren wird alles teurer:

die Lebensmittel, hauptsächlich das Fleisch, das Brot, die Gemüse, das die Getränke, der Mietzins. Jeder Handwerker hat mit seinen Preisen aufgeschlagen, jeder Angestellte macht höhere Ansprüche. Die Steuern sind entsprechend erhöht worden und die übrigen Lasten und Abgaben sind im Verhältnis schwerer geworden. Das wäre noch zu überwinden gewesen, wenn sich der gesamte Hotelierstand hätte einigen können, um im ganzen Lande eine gleichmässige Preiserhöhung durchzuführen. Diese Preiserhöhung wäre berechtigter gewesen als manches andere. Denn abgesehen davon, dass alles teurer geworden ist, sind auch die Ansprüche der Touristen gestiegen. Sie verlangen mehr Komfort und erheben Ansprüche, an die man vor zehn bis zwanzig Jahren noch gar nicht dachte. Infolgedessen ist der Verdienst des Hoteliers ein geringerer geworden, während Arbeit, Mühe und Risiko grösser geworden sind.

In dieser üblen Lage überfallen ihn die Rabattjäger, diese Freibeuter des modernen Verkehrswesens, die das eine Hotel gegen das andere ausspielen, mit versteckten Drohungen, wenn Schmeicheleien und Ueberredungen nichts fruchten, einen Vertrag erpressen, der dann für eine Serie von Jahren den Gewinnanteil des Hoteliers um 5–10% vermindert. Wohl versprechen sie ganze Legionen von Besuchern und beteuern hoch und heilig nur im allgemeinen Interesse zu handeln, aber in Wirklichkeit arbeiten sie nur für die eigene Tasche.

Unter allen Berufen dürfte die Hotelierie einzig sein, sich so auszunutzen zu lassen!

Aber nicht nur sich selber schadet der Hotelier, der sich mit den Rabattleuten einlässt, um seine Kundschaft zu vermehren. Er beeinträchtigt auch die Interessen seiner richtiger rechnenden Kollegen, überhaupt des ganzen Standes, dessen moralisches Ansehen er verletzt. Er untergräbt den Glauben an die Ehrlichkeit seines Berufes. Oder was soll der Reisende, der den vollen Pensionspreis bezahlt und zum Unglück vielleicht ein weniger schön gelegenes Zimmer erhalten hat, denken, wenn er im Gespräche mit einem besser logierten Mitgast vernimmt, derselbe bezahle 10% weniger. Er denkt dann nicht, dass der Hotelier in einem Zwangssystem steckt, und auch nicht, der Andere zahle zu wenig, sondern er zu viel. Er verlässt unter Umständen das Hotel, mit Recht unzufrieden, dass man nach zweierlei Noten rechnet. Was von den einzelnen Gästen eines Hotels gilt, trifft auch bei den Gästen verschiedener Hotels der gleichen Ortschaft zu. Durch Bekanntwerden — und wie sollte in den Gesprächen zwischen Kurgästen, — die sich um Wetter und Hotels drehen, die Preisfrage geheim bleiben können? — der zwei verschiedenen zahlenden Kategorien, werden diejenigen Gäste, die keinen Rabatt geniessen, gleichwohl aber keine Vorteile von ihren höheren Leistungen erhalten, unzufrieden sind.

Dieses Unwesen hat zum Schaden der Hotelierie lange genug gedauert. Es ist zum Krebsbühl geworden, und infolgedessen höchste Zeit, dass man sich dagegen wehre. Deshalb fort mit dem Rabattsystem unter welcher Gestalt es sich auch darbiete! Fort mit einer Fessel, die das ganze Gewerbe einengt und auch den nicht direkt beteiligten in seiner Entwicklung hemmt. Fort endlich mit jener Schmarotzerschar, die vom mühsam erworbenen Gewinn das Beste vorwegnimmt! Th. G.

Menu des Diners zum Einweihung des Fürstentzimmers im neuen Bundesbahnhof in Basel.

29. Juni 1907.

M. R. N. U.

Hors d'œuvre Moscovite

Caviar fraise

Tortue claire

Filets de soles à la chevalière

Pommes nouvelles

Suprême de volaille à la Rossini

Langoustine en Bellevue

Faisan truffé — Salade Lorette

Asperges de Paris hollandaise

Parfait à la romaine — Pudding royal

Fruits

Café double

V. N. S.

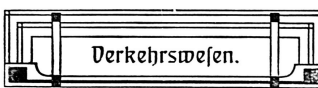
Désalys, Clos Calamin 1904

Château Yquem, Grand vin

Corton 1895

Château Leoville 1900

Pommery-Greno, Vin nature 1900.



Verkehrswesen.

Engadin-Express im Winter. Der Verwaltungsrat der Rätischen Bahn beschloss, den Engadin-Express vom 15. Dezember 1907 bis 18. Januar 1908 täglich zu führen.

Lötschberg. Die ständerrätliche Kommission für den Lötschberg-Durchstich beantragte Bewilligung eines Bundesbeitrages von 6 Mill. Fr. für den Durchstich unter die Dringlichkeitsklausel (die das Referendum ausschliesst).

Jungfraubahn. Der Bundesrat hat im Art. 5 der Konzession einer Eisenbahn von der Kleinen Siedegg über Eiger und Mönch auf den Gipfel der Jungfrau (Jungfraubahn) am 21. Dezember angenommen und wiederholt durch Bundesratsbeschlüsse verlängerte Frist zur Einreichung der technischen und finanziellen Vorlagen, soweit es sich um die Sektion 4 (Eismeer-Jungfraujoch) handle, bis zum 31. Dezember 1907 verlängert.

Personenverkehr im Monat Juni. Bundesbahnen 3,866,000 Personen; Gotthardbahn 293,000 (1906: 314,423); Thunerseebahn 88,807 (85,603); Bern-Schwarzenburgbahn 10,850; Gürbetalbahn 65,900; Spiez-Bruggenbahn 18,800; Spiez-Erlenbachbahn 22,100; Erlenbach-Zweimühlbach 17,970; Langenthal-Huttwil 19,000; Huttwil-Wohlensee 15,000; Emmentalbahn 34,000 (75,008); Burgdorf-Thunbahn 51,000 (49,410); Schweizer Seetalbahn 52,550 (45,469); Wintentalbahn 31,000 (40,444).

Schweizerische Bundesbahnen. Die Generaldirektion der Bundesbahnen hat Weisung gegeben, dass die einfachen Fahrten am Schalter schon tags zuvor gelöst werden können, was für viele, die am Morgen mit dem ersten Zug verreisen und dem grossen Gedränge, namentlich am Sonntag morgen, entgehen möchten, angenehm sein wird. Mehr als einen Tag dürfen die Billette jedoch nicht voraus datiert werden. Bisher war die Praxis eine sehr verschiedene. Für die Billette einfacher Fahrten hat die Vorschrift deshalb eine besondere Bedeutung, weil sie bis zu einer Fahrstrecke von 200 Km. nur einen Tag gültig sind. Bei Retourbilletten, die zehn Tage Gültigkeit haben, war schon bisher Spielraum genug gegeben.

Hautenstein-Basistunnel. Der Verwaltungsrat der Schweizer Bundesbahnen genehmigte einstimmig den Antrag der Generaldirektion, bei den Vorstudien für den Hautenstein-Basistunnel, nebst einem Amendement, von der Solothurner Regierung. Der Antrag der Generaldirektion lautet: „Der Verwaltungsrat beauftragt die Generaldirektion, beförderlich die erforderlichen Studien vorzunehmen, um ihm Plan und Kreditbegehren für die Ersetzung der bestehenden Hautensteinlinie durch eine solche mit einem Basistunnel und mit einer Maximalsteigung von 10% vorzulegen.“ Das hierzu angenommene Amendement lautet: „Die durch die Generaldirektion vorzunehmenden Studien sind auch auf andere Projekte mit ähnlicher Tendenz — Schattmatten, Wasserfallbahn und Kellenbergbahn — auszudehnen.“

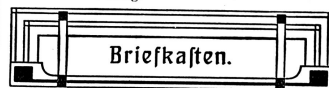
Vom Simplontunnel. Der Verwaltungsrat der Schweizer Bundesbahnen genehmigte den Antrag der Generaldirektion betr. den Ausbau des zweiten Simplontunnels. Desgleichen wird die Generaldirektion beauftragt, die nötigen Vorarbeiten und Kreditbegehren zuhanden des Bundesrates und der Bundesversammlung einzubringen, sowie an die Bauunternehmung die erforderliche Anknüpfung zu erlassen, dass von den vertraglichen Vereinbarungen Gebrauch gemacht werde. Die gesamten Kosten für den Ausbau des zweiten Simplontunnels sind auf 34.6 Mill. Franken berechnet. In dieser Summe sind auch die elektrischen Ausrüstungen etc. sowie die Bauzinsen. Die Bauzeit ist auf 7 Jahre festgesetzt, sodass der zweite Tunnel im Jahre 1915 vollendet sein könnte.

Elektrischer Betrieb der Bundesbahnen. In der letzten Verwaltungssitzung gab die Generaldirektion hierüber Aufschluss. Sie hob hervor, dass die Einführung des elektrischen Betriebes am Simplontunnel gemachten Erfahrungen voll auf befriedigend und dass in Folge der Einführung des elektrischen Betriebes auf der Strecke Iselle-Domodossola nachfolgen werde. Auf der Linie Seebach-Wettingen seien die Arbeiten für die Einführung des elektrischen Betriebes durch die aufgetretenen Schwierigkeiten der Elektrifizierung verzögert worden. Es müsse versucht werden, diese Verzögerungen durch Anbringung von Sicherungseinrichtungen zu vermeiden. Für die elektrische Traktion der Linien Zürich-Thalwil-Zug und Basel-Delle seien an zwei Elektrizitätsfirmen Konzessionen zur Vornahme des Versuchsbetriebes erteilt worden. Bei der grossen Wichtigkeit dieser Frage werde der einschlussendende Urteil einzuweisen noch nicht gefällt werden können, insbesondere erheische diejenige des Kostenpunktes noch eingehende Untersuchungen.

Änderungen im Welpostverkehr. Nach den jetzt veröffentlichten Beschlüssen des letzten Welpostkongresses in Rom treten am 1. Oktober im Welpostverkehr verschiedene Änderungen in Kraft. Besonders wichtig ist die Erhöhung des Gewichtes des einfachen Briefes auf 30 Gr. Jede weiteren 20 Gr. kosten 16 Centimes. Die Ersatzpflicht für Wertsendungen wird auch in Argentinien, Brasilien, Kanada, Kuba, Paraguay, den Vereinigten Staaten und deren Kolonien, den englischen Kolonien und den Schutzgebieten Betschuanaland, der Kapkolonie, Natal und Rhodesia eingeführt, wo früher keine Ersatzpflicht bestand. Auf den Postkarten kann auch im internationalen Verkehr die linke Vorderseite zu Mitteilungen benutzt werden, und sowohl auf diese Hälfte, als auf die Rückseite kann man Abbildungen oder Photographien auf dünnem Papier

kleben. Postanweisungen können auf den Betrag bis zu 1000 Franken lauten, ausgenommen Bolivien, Bulgarien, Kolumbien, Griechenland und die Türkei, wo der bisherige Höchstbetrag von 500 Fr. bestehen bleibt.

Verkehr Hamburg-Basel-Genua. Mit Bezug auf die wiederholte Notiz der „Frankf.-Ztg.“, betr. die kürzeste Verbindung Hamburg-Genua teilen die Bad. Staatsbahnen mit, dass die Verbindung für die Richtung Genua-Hamburg und Berlin, die die „Frankf.-Ztg.“ noch vermisst, bereits seit Oktober 1906 besteht, und zwar wie folgt: Genua ab 7.35 nachm., Mailand ab 11.10 nachts, Basel S. B. B. 9.02 vorm., Basel S. B. B. ab über Bad. Bahn 9.29 vorm., Basel S. B. B. ab über Strassburg 9.29 vorm., Frankfurt a. M. ab über Bad. Bahn 2.19 nachm., Frankfurt a. M. ab über Strassburg 2.27 nachm., Frankfurt a. M. ab 2.55 nachm., Hannover an 8.56 nachts, Bremen an 10.57, Hamburg an 12.00 nachts. Bez. Frankfurt a. M. ab 2.40 nachm., Berlin an 10.54 nachts. Die Fahrzeit Genua-Hamburg beträgt somit 28 Stunden 25 Minuten, diejenige Genua-Berlin 27 Stunden 19 Minuten. Durch die genannte Verbindung ist gleichzeitig die kürzeste Fahrtdauer von Mailand nach Berlin geschaffen worden. Da die Abfahrt hier um 8.19 vorm. nicht mehr in Betracht kommt, ist auch ein Ueberrichten in Basel für Reisende vom Gotthard nicht nötig.



Briefkasten.

An den Fragesteller betr. „Daily Mail“. Die „Daily Mail“ ist in englischer Sprache das, was der „Matin“ in französischer Sprache ist. Sie sehen es sich zu einer ihrer Hauptaufgaben gemacht zu haben, über die Schweiz loszuzeigen, wo immer sich Gelegenheit bietet, und wenn sich keine solche bietet, dann greifen sie irgend etwas aus der Luft, wenn es nur einem Hehl auf die Schweiz gleichkommt. Und solchen Zeitungen sollen die Schweizer Hotels noch die Hosen in die Küche jagen in Gestalt teurer Annoncen? Dazu gehört viel Mut.

Unsere Freunde.

(Von O. Merlebaud.)

Melodie: Ich hatt' einen Kameraden.

In Frankfurt erscheint eine Zeitung, die den Kautz zum Verleger hat, Er ist Dutzend nur von Fürsten Und versteht auch gut zu büstern. Die Hotels zu Land und Stadt, je Melodie: O Tannenbaum, o Tannenbaum. O Felbermann, o Felbermann, Wie hast Du Dich blamiert, Du nimmst uns unsere Früchte ab, Jetzt halten wir sie selbst im Sack. O Felbermann, o Felbermann, Wie hast Du Dich blamiert.

In der guten Stadt der Bären, Da lebt ein reicher Mann, Der haut uns über die Ohren, Es heisst, für die Autoren, Das ist ein braver Mann. je.

O Musik-Knosp, o Musik-Knosp, Die Tage sind gezeichnet, Wo Du bei jedem Konzert bist, Zu schau'n ob „Wagner“ oder „Liszt“. O Musik-Knosp, o Musik-Knosp, Die Tage sind gezeichnet.

In München an der Isar, Da haust ein Herr Baron, Der gab heraus ein Büchlein, Den Inserenten brach's nicht ein, Nur er hatt' was davon. je. O Herr Baron, o Herr Baron, v. Hartung und v. Schlieben, Du fandest hier der Opfer viel, Doch nun ist's aus das graue Spiel. O Herr Baron, o Herr Baron, v. Hartung und v. Schlieben.

Die Union Franco-Suisse, Wollte haben den Verkehr, Es tat ihr nicht gelingen, Die Leut' in die Schweiz zu bringen, je. Gar gross war ihr Begeh'r. je. O Union, o Union, Bis hieher und nicht weiter, Es war vergeb'n Liebessmül', Die, die bezahlten, sah'n Dich nie. O Union, o Union, Bis hieher und nicht weiter. (Aus dem Jubiläums-Liederbuch.)

Vertragsbruch. — Rupture de contrat.

Fritz Widmer, Zimmerkellner, von Biel. Rützer, Direktor, Grand Hotel Braunmuel.

Auskunft erteilt

über Johanna Klein, Zimmermädchen, von Regensburg. F. Wermuth, Direktor, Kuranstalt Drestenberg.

Zur gefl. Beachtung.

Bevor Sie ein Hotel, Pension oder Kuretablissement kaufen oder mieten, verhehlen Sie nicht, vorher vom Hotel-Office in Genf Auskunft und Schätzung über das Ihnen proponierte Geschäft zu verlangen. Das Hotel-Office in Genf ist von einer Gruppe bekannter Hoteliers geleitet und bezweckt, Käufer durch erfahrenen, uninteressierten Rat zu unterstützen.

An die tit. Inserenten!

Gesuche um Empfehlung im redaktionellen Teil werden nicht berücksichtigt. — Reklamen unter dem Redaktionsstrich finden keine Aufnahme. — Ein bestimmter Platz wird nur auf längere Dauer und gegen einen Zuschlag von 10 bis 25% reserviert.

„Henneberg-Seide“

— nur acht, wenn direkt von mir bezogen — schwarz, weiß u. farbig p. 95 Cts. 5/8 Gr. 25. — p. 3/4. — glatt, gefaltet, farbig, gemustert, Damaste etc. Seiden-Damaste p. Fr. 1.30 — Fr. 25. — Seiden-Bastkleider p. 16.80 — 85. — Foulard-Seide befrucht „ 95 Cts. — 5.80 p. 3/4. —

Germer Seid. Volles, Messaline, Taffet Caméléon, Armure Stréne, Cristalline, Ottoman.

Surah u. f. m. Granito ins Haus. Rützer umgeben.

G. Henneberg, Seiden-Fabrikant, Zürich.

Neuheit! Geschützt!
Verhäutete
Korke
Mittlung jedes Beigeschmackes
absolut ausgeschlossen.
Bitte Muster verlangen.
Allein-Verkauf:
Drogerie Wernle
Zürich
3023 Augustinergasse 17. B. 9055 Z.

Hotel- & Restaurant-
Buchführung
Amerikan. System Frisch.
Lehre amerikanische Buchführung nach meinem bewährten System durch Unterrichtsstelle, Bundesrat von Anerkennungsbescheiden.
Garantieren für den Erfolg. Verlangen Sie gratisprospekt. Prima Referenzen. Richte auch selbst in Hotel- und Restaurantbuchführung ein. Ordre verschickte Billette, ohne nachzusehen. 333 als Geschäftsführer für Hotel auf Lager.
H. Frisch, Buchhalter, Zürich 1.

MONTE
EAU
CALCANEZ
En vente dans tous les hôtels de premier ordre.

Ceylon Tee
Marke „Böhringer“ (R. 5251)
von Fr. 3. — bis Fr. 8. — per Kilo.
Ceylon Cacaopulver Fr. 4. — per Kilo.
Muster auf Wunsch gratis und franko.
Conrad Böhringer, Grenzacherstrasse 83, Basel
Vertretung in Ceylon-Artikeln der Firma
Ch. & A. Böhringer, Colombo (Ceylon).