

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 16 (1907)
Heft: 32

Titelseiten

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 23.02.2026

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

BASEL, den 10. August 1907.

BALE, le 10 Août 1907.

N° 32.

Abonnement

Für die Schweiz
1 Monat Fr. 1.25
2 Monate " 2.50
3 Monate " 3.50
6 Monate " 6.—
12 Monate " 10.—

Für das Ausland:
(inkl. Porto-Freis.)

1 Monat Fr. 1.60
2 Monate " 3.20
3 Monate " 4.50
6 Monate " 8.50
12 Monate " 15.—

Vereins-Mitglieder erhalten das Blatt gratis.

Inserate:

8 Cts. per 1 spaltige
Millimeterzeile oder
d deren Raum. — Bei
Wiederholungen ent-
sprechend Rabatt,
Vereins-Mitglieder
bezahlen 4 Cts.
netto per Millimeter-
zeile oder deren
Raum.



N° 32.

Abonnements

Pour la Suisse:
1 mois Fr. 1.25
2 mois " 2.50
3 mois " 3.50
6 mois " 6.—
12 mois " 10.—

Pour l'Etranger:
(inclus frais de port)

1 mois Fr. 1.60
2 mois " 3.20
3 mois " 4.50
6 mois " 8.50
12 mois " 15.—

Les Sociétaires
reçoivent l'organe
gratuitement.

annonces:

8 Cts. per millimetre-
ligne ou son espace,
Rabais en cas de ré-
pétition de la même
annonce.

Les Sociétaires
payent 4 Cts. net
p. millimètre-ligne
ou son espace.

Organ und Eigentum des
Schweizer Hotelier-Vereins.

16. Jahrgang; 16^{me} Année

Erscheint Samstags.
Parall. le Samedi.

Organe et Propriété de la
Société Suisse des Hôteliers.

Redaktion und Expedition: Sternengasse No. 21, Basel. * TÉLÉPHONE 2406. * Rédition 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-Reklame“ à Lucerne
Verantwortlich für Redaktion und Herausgabe: Otto Amsler, Basel. — Redaktion: Otto Amsler; Th. Geiser. — Druck: Schweiz. Verlags-Druckerei G. Böhm, Basel.

Siehe Warnungstafel!

AVIS

befreifend

Bezug der Jahresbeiträge pro 1907.

Am 10. August haben wir allen in der Schweiz domizilierten Mitgliedern einen **vollständig ausgefüllten Einzahlungsschein** zugehen lassen, mit welchem die Zahlung **kostenlos** an unser Postcheck-Konto in Basel geschehen kann.

Auf demselben Schein sind auch der **Beitrag an die Propagandakasse** (40 Cts. pro Bett) und der **Beitrag für die Annonce im Hotel-Führer 1908** notiert.

Dieser Sendung liegen diverse Drucksachen bei betr. die **Zentralisation der Hotel-Propaganda**.

Wir ersuchen die tit. Mitglieder, den **Einzahlungsschein vor dem 20. August** zu benützen, andernfalls der Betrag, wie früher, per Nachnahme und mit Zuschlag der Spesen erhoben würde.

Das Zentralbureau.

AVIS

concernant

l'encaissement des cotisations 1907.

Le 10 août nous avons expédié à tous les Sociétaires, domiciliés en Suisse, un **bulletin de versement dûment rempli**, avec lequel le paiement peut s'effectuer **sans frais** à notre compte du Bureau de chèque postal à Bâle.

Sur ce même bulletin sont notés la **cotisation à la caisse de propagande** (40 cts. par lit) et le montant pour l'**annonce au Guide des hôtels 1908**.

Cet envoi contient divers imprimés concernant la **centralisation de la propagande hôtelière**.

Nous prions MM. les Sociétaires de bien vouloir utiliser le bulletin de versement **avant le 20 août**, car après cette date le montant serait pris en remboursement et au frais du destinataire.

Le Bureau central.



Frauleins Gassmann & Adler, Hotel Washington, Lugano 48

Patent: HH. C. Bueler, Hotel Rössli, S'ewen, and Ch. Landry, Grand Hotel, Brissago.

Herr E. Kohler, Bad- und Kuretablissement, Albisbrunn 80

Patent: HH. A. Geilenkirchen, Hotel Bernerhof, and E. Kohler-Büro, Basel.

Monsieur Théophile Rouge, Hôtel et Pavillon des Fougères, Caux 35

Parrains: MM. F. Buchs, Hotel Bellevue, Glion, and J. Schör, Grand Hotel Suisse, Montreux.

Wenn innerst 14 Tagen keine Einsprachen erhoben werden, gelten obige Aufnahmegerüste als genehmigt.

Si d'ici 15 jours il n'est pas fait d'opposition, les demandes d'admission ci-dessus sont acceptées.

Zum Bier-Boykott des Schweiz. Wirtevereins.

Der Verein der Hoteliers von Zürich und Umgebung, in seiner Eigenschaft als Sektion des Schweizer Hotelier-Vereins, hat in Ergänzung des in Lugano anlässlich der Generalversammlung gefassten Antrages in seiner Vorstandssitzung vom 1. August nach Anhörung eines wissenschaftlichen Referates das Vorgehen des schweizerischen Brauertrugs, dem Schweizer Wirtverein, im besondern dem kantonalen Wirtverein Zürich, seine tatkräftigste Unterstützung in weitgehendstem Masse zugesichert, und seine Mitglieder aufgefordert, sich der Bewegung in gegenwärtigen Momenten in der Weise anzuschliessen, dass Bierbezüge von den boykottierten Basler und Rheinfelder Brauereien in den Hotels der Vereinsmitglieder unverzüglich sistiert werden sollen.

Propaganda der Eisenbahnen, der Verkehrsvereine und der Hoteliers.

In Nr. 30 dieses Blattes wurde bei der Frage einer Vereinheitlichung der Hotelpropaganda kurz erwähnt, dass sich einer solchen Propaganda der Eisenbahnen und der Verkehrsvereine anschliessen müsste, wenn sie von Erfolg begleitet sein soll.

Zwischen den drei Gruppen, den Eisenbahnen, den Verkehrsvereinen und den Hoteliers, sind die wichtigsten Fragen der Propaganda schon jetzt Gegenstand einer gemeinsamen Verständigung. Für die Verkehrsvereine ist das selbstverständlich, denn Eisenbahnen und Hoteliers bilden ihre bedeutendsten Mitglieder, zahlen die grössten Beiträge, und haben daher ein Anrecht darauf, dass die Propaganda ihren Interessen dienstbar gemacht wird. Die Eisenbahnen und die Hoteliers aber sind sich wohl über Gemeinsamkeit ihrer Interessen klar, haben jedoch aus dieser Erkenntnis noch längst nicht die vollen Konsequenzen gezogen.

Le Bureau central.

Zwar leistet der Hotelierverein Beiträge zu einigen Publikationen der Bundesbahnen; auch besteht eine Kommission aller drei Gruppen, und ihre Beschlüsse werden von der Direktion der Bundesbahnen bei ihrer Propaganda berücksichtigt. Aber im übrigen ziehen alle drei Gruppen sehr häufig getrennte Wege, und es findet eine unnötige Kräftevergeudung statt.

Die Grenze zwischen Eisenbahn- und Verkehrspropaganda ist vielfach überhaupt nicht zu erkennen. Wenn die Bundesbahnen ein Plakat für Appenzell herausgeben und dieses den Erfolg hat, dass so und so viel Menschen jährlich sich dorthin wenden, geben diese Besucher nicht vermutlich mehr Geld in den dortigen Hotels aus, als für die Bahnhof? Wenn der Verkehrsverein Toggenburg eine Broschüre publiziert, fällt nicht die Einnahme an den Fahrten dorthin den Bundesbahnen zu? Und wenn ein grosses Hotel in Grindelwald in seiner Broschüre die Schönheiten des Grindelwalds preist, stellt es sich nicht zugleich in den Dienst der Berner Oberlandbahnen?

Wer will untersuchen, wem der Erfolg der solchergestalt unternommenen Propaganda eigentlich zu gute kommt? Sie dient doch dem Fremdenverkehr ganz allgemein und damit den Eisenbahnen, den Hoteliers und den Gewerbetreibenden zugleich. Was liegt also näher, als die Propaganda der Bahnen, der Verkehrsvereine und der Hotels, soweit sie sich bei Letzteren auf den Ort und nicht auf die Besonderheiten des Hauses bezieht, gänzlich mit einander zu verschmelzen?

Wenn es sich darum handelt, soll die Propaganda für die Schweiz als Reiseziel mehr als bisher einheitlich in grossem Stile zu betreiben, so werden wahrscheinlich zunächst einmal Kompetenzenfragen auferrollt werden. Jeder Teil wird seine Selbstständigkeit wahren, keiner sich unterordnen wollen. Schön; aber wenn heute der Verkehrsverein für Graubünden eine reichhaltig ausgestattete Broschüre herausgibt, wenn dann die Rätische Bahn ebenfalls ein umfangreiches Buch mit Text und Abbildungen veröffentlicht, wenn die Bundesbahnen in einer Broschüre über die Ostschweiz dem Bündnerland eine grosse Reihe von Seiten widmen, und wenn dann schliesslich einzelne Hotels in ihren Prospekten auch noch Besonderheiten ihres Tales eingehend behandeln und mit Abbildungen belegen, was ist die Folge davon? Der Besucher nimmt alle diese Broschüren und Prospekte mit; vielleicht behält er sie und belastet sich mit einer Menge unnützen Papieres, vielleicht wirft er auch drei von den vier achtlos wieder fort. Welche Verschwendug von Unkosten! Ist es da nicht besser, man übt ein klein wenig Selbstverleugnung und geht von vornherein gemeinsam vor?

Die Hoteliers haben an dieser Verschmelzung ein mehrfaches Interesse. Vor allen Dingen kann es ihnen nur erwünscht sein, wenn das Propagabudget der Verkehrsvereine, das sie doch zum grossen Teil zu tragen haben, durch ein Zusammengehen mit den Eisenbahnen erleichtert wird. Dies soll nicht einmal in dem Sinne gemeint sein, dass weniger für Propaganda ausgegeben werden soll, sondern vielmehr, dass für das angewendete Geld mehr Besseres zu beschaffen ist.

Auch dass die Verschmelzung für die Eisenbahnen Ersparnisse bedeutet oder mit dem vorhandenen Budget mehr geleistet werden kann, ist für die Hoteliers von Wichtigkeit, denn jede Steigerung der Eisenbahnpropaganda kommt ihnen ebenfalls zu gute.

Das wie dirfte keinen nennenswerten Schwierigkeiten begegnen. Praktisch ist ja mit

den gemeinsamen Inseraten in England, denen sich ebensolche in Frankreich anschliessen sollen, bereits der Anfang gemacht worden. Auch besteht bereits die erwähnte Kommission zur Beratung von Propagandafragen. Ihr würde die Aufgabe zufallen, künftig über alle Publikationen zu beschliessen, die die Schweiz im allgemeinen, einen kleineren Teil derselben oder auch einen bestimmten Ort betreffen.

Die Propaganda für die einzelnen Orte und Talschaften ist jetzt ausschliesslich Sache der dort bestehenden Verkehrsvereine. Diese werden scheinbar einen Teil ihrer Selbstständigkeit verlieren, wenn sie sich für alle ihre Publikationen an die Kommission als Zentralstelle wenden müssen. In Wirklichkeit bleibt ihnen aber die Initiative für ihre Unternehmungen vollständig gewahrt; die Zentralstelle soll nicht einschränkend wirken, sondern im Gegenteil Erleichterungen bieten, teils indem sie die von den andern Teilen an die Propaganda des Einzelzertes zu leistenden Beiträge festsetzt, teils indem sie die künstlerischen und literarischen Kräfte, die technischen Hilfsmittel u. a. m. bereit hält, über die kleinere Orte nicht immer verfügen. Von der Zentralstelle kann, wenn die Leitung in den richtigen Händen ruht, ein außerordentlich segensreicher Einfluss auf die Ausstattung der Propaganda-Drucksachen ausgehen, dadurch dass sie die tiefstigen Kräfte des Landes heranzieht, die hier ständig lohnende Aufgaben werden. Allerdings wird da manches Oertchen darauf verzichten müssen, seiner Lokalgrösse für ihre schriftstellerische oder zeichnerische Betätigung billige Lorbeeren schlefen zu dürfen.

Die Eisenbahnen, in erster Linie die Bundesbahnen, die bisher zu der Propaganda der Einzelzertes im allgemeinen keine Zuschüsse geleistet haben, werden sich gewiss hierzu verstellen, in der Erwagung, dass diese nur ein Teil der allgemeinen Propaganda ist, und dass die eigentliche Eisenbahnpropaganda durch die Verschmelzung mit der Verkehrspropaganda überhaupt aufhört, zu bestehen. Die Verteilung der finanziellen Lasten wird überhaupt eine der schwierigsten Fragen bei der Verschmelzung bilden; keine unlösbare indessen, denn der bisherige Ausgabenetat der Bahnen, der Verkehrsvereine und des Hoteliervereins bietet eine feste Grundlage.

Die Verschmelzung kann sich natürlich von Ausnahmen absehnen, weder auf die Affischen oder Prospekte eines einzelnen Hotels, noch auf die Plakate und Fahrpläne von Bergbahnen erstrecken. Indessen kann die Zentralstelle auch dem einzelnen Hotelier in mannigfacher Weise zu Hilfe kommen, schon dadurch, dass ihr auch die Organisation der schweizerischen Reklame im Auslande zufällt.

Es wäre zu wünschen, wenn die hier angeschnittene Frage auf die Tagesordnung der nächsten Versammlung des Verbandes der Verkehrsvereine gesetzt würde und dann auch an die Eisenbahnen die Einladung erginge, zu der selben Stellung zu nehmen.

H. Belermann.

Erwiderung an die „Rivista degli Alberghi“.

Unsere scharfe Entgegnung an die Adresse des Herrn Morasso wegen seinen Artikeln im Neapolitaner *Mattino* und in der *Palermite Ora* hat uns italienischerseits einen Brief und einen Artikel eingetragen. Den Brief brauchen wir nicht zu beantworten, denn aus ihm ergibt ganz deutlich, dass dessen Schreiber den ver-