

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 16 (1907)
Heft: 2

Rubrik: Aufnahms-Gesuche = Demandes d'admission

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: 07.02.2026

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

N° 2.

Abonnement

Für die Schweiz

1 Monat	Fr. 1.25
2 Monate	" 2.50
3 Monate	" 3.50
6 Monate	" 6.00
12 Monate	" 10.00

Für das Ausland:

(inkl. Portozuschlag)	
1 Monat	Fr. 1.60
2 Monate	" 3.20
3 Monate	" 4.50
6 Monate	" 8.50
12 Monate	" 15.00

Vereins-Mitglieder erhalten das Blatt gratis.

Inserate:

8 Cts. per 1 spaltige Millimeterzeile oder deren Raum. Ein Wiederholungsbetrag entsprechend Rabatt. Vereins-Mitglieder bezahlen 4 Cts. netto per Millimeterzeile oder deren Raum.

Schweizer Hotel-Revue

REVUE SUISSE DES HÔTELS

Organ und Eigentum des
Schweizer Hotelier-Vereins.

16. Jahrgang | 16^{me} AnnéeErscheint Samstags.
Paru 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-Reklame“ à Lucerne

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

Siehe Warnungstafel!



Todes-Anzeige.

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

Herr Heinr. Gründler-Bauer

Direktor des Hotel Landquart in Landquart im Alter von 41 Jahren gestorben ist.

Indem wir Ihnen hieron Kenntnis geben, bitten wir, dem Heimgegangenen ein liebvolles Andenken zu bewahren.

Namens des Vorstandes:
Der Präsident:
F. Mortlock.

Zur gefl. Notiz.

Am 12. Januar sind die Fragebogen betr. die Statistik über den Fremdenverkehr im Jahre 1906 zum Versand gelangt. Indem wir hiermit nochmals daran erinnern, bitten wir um gefl. prompte Einsendung der Fragebogen bis längstens Ende dieses Monats.

Dabei möchten wir dringend ersuchen, die Angabe der Bettenzahl nicht zu unterlassen, da ohne diese alle übrigen Ziffern absolut wertlos sind.

Das Centralbureau.

Avis important.

Les questionnaires concernant la statistique de l'industrie hôtelière en 1906 ont été expédiés le 12 janvier. Nous prions MM. les Sociétaires de bien vouloir renvoyer ces circulaires au plus tard jusqu'à la fin de ce mois.

Prière de ne pas oublier d'indiquer le nombre de lits, car, sans cette indication les autres chiffres sont absolument sans valeur.

Le Bureau Central.

Nochmals systematische Verlämungen.

(Korresp.)

Die „Schweizer Hotel-Revue“ hat sich schon etliche Male mit aller Energie gegen die systematischen Verlämungen gewendet, die eine skrupellose und neidische Konkurrenz in den ausländischen Blättern über die Schweiz in Umlauf setzt, aber diese Kampagne, so eifrig sie auch geführt wird, leidet an einem empfindlichen Nachteil: Die Berichtigungen und Widerlegungen dringen nicht zu den Lesern des verländerischen Organs und dasselbe ist in den meisten Fällen zu wenig nobel, um selbst von der begründetesten Reklamation oder dem bestfundierten Dementi Notiz zu nehmen. Weit aus wichtiger aber als in schweizerischen Zeitungen glänzende Widerlegungen zu schreiben, wäre es, den Verländer zu zwingen, in eigenen Blättern die falschen und Kredit-schädigenden Nachrichten als unwahr oder übertritten zu widerufen. Nur die Straflosigkeit ermuntert die betreffenden Herren der Feder, ihren systematischen Verlämungsfeldzug fortzuführen. Eine Besserung kann allerdings nicht von heute auf morgen, nicht durch einen einzigen Streich erzielt werden, aber etwas muss in dieser Richtung geschehen, darin ist man einig.

Ein wichtiger Unterlassungsfehler ist die auf Schweizer Seite allgemein verbreitete Ge-pflogenheit, auch die masslosesten Behauptungen und Beschimpfungen seitens ausländischer Konkurrenten vorne zu ignorieren. Der einzelne Hotelier, oder der kleinere Verband darf das, sofern sie nicht persönlich oder direkt angegriffen werden. Ihnen wird es niemand verübeln, wenn sie sich mit Krethi und Plethi nicht vor dem Kadi herumschlagen wollen. Aber ein ganzer Stand darf diese Stellungnahme des blossen Achselzuckens über die Rinnsteinpolemik der Konkurrenz nicht einnehmen. Er muss vielmehr vor aller Welt zeigen, dass er Haare auf den Zähnen hat und sich auch in den Tagesblättern nicht ungestrift mit Kot bewerfen lässt. Denn auch die wider-

sinnigsten Beschuldigungen werden geglaubt, wenn sie unerwidert gegen ein ganzes Land oder einen Teil seiner Bevölkerung gerichtet werden. Und dieser Glaube stärkt den Gegner zu immer keckeren Ausfällen. Wer einmal an kämpfender Stelle stand, der weiß davon ein Lied zu singen.

Nicht dass man jeden Skribifix, der sein Schimpfwörterlexikon und seine Verlämungsbücher in auswärtigen Blättern (à la „John Bull“) betätigt, belangen sollte. Es gibt aber Fälle genug, wo Blätter solche Verdächtigungen und Verlämungen in die Welt setzen, die in ihrem Lande Ansehen und Einfluss besitzen. Solchen Rowdies in hoher sozialer Stellung muss man auf die Finger klopfen, mag dies Geschäft auch keineswegs angenehm sein. Es bedarf dann freilich oft der Inanspruchnahme der Rechts-pflege, aber manchmal gelingt es auch durch ein forsches und geschlossenes Auftreten, solchen Leuten das Lästermaul zu stopfen und mitunter wertlos sind.

Das Centralbureau.

Ein Beispiel mag zeigen, wie man sich solcher unehrlicher Gegner zu erwehren hat. Die französische Presse, speziell die Pariser, ist bekanntlich die sensationellste und in der Wahl der Mittelchen die skrupelloseste. Sie hat das Märchen von Weinfelden (Verurteilung eines 3-jährigen Kindes zu Gefangenschaft) von Bégnins (Einnahmung einer armen Blöd-sinnigen) und der Leprafalle im Wallis in die Welt binausposaunt. Und dabei hatte der „Matin“ noch die Unverfrorenheit, das Bild eines Hotels der Region seinen Lesern als die Leproserie vorzustellen.

Solche faustdicken Uebertreibungen — auch in der englischen, bayrischen und tirolischen Presse sind sie zu finden — richten sich in den Augen aller anständigen Leser von selbst. Das entbindet uns aber nicht von der Pflicht, dagegen vorzugehen. Was aber hätte in diesen Fällen geschehen sollen? Das nächste wäre gewesen, das ausländische Weltblatt an seinem Geschäftszentrum mit allen Machtmiteln des Gesetzes zur Verantwortung zu ziehen, nicht nur seinen Korrespondenten in Genf, wie das Bégnins-fall geschossen ist.* An ihm musste ein Exemplar statuiert werden, das auf seine vielen, von gleichen Neigungen beherrschten Kollegen von abschreckender Wirkung gewesen wäre. Der „Matin“ hätte gezwungen werden müssen, die falschen Nachrichten zu revozieren und die Uebertreibungen auf das wirkliche Mass zurückzuführen. Kläger hätten die Gemeindebehörden von Weinfelden und Bégnins, sowie die Walliser Regierung mit Unterstützung durch Verbände und Private sein können. Auch auf diesem Gebiete könnte es einen Heimatschutz geben.

Damit darf aber ein Behauptungsfalles nicht erschöpft sein. Sache der gesamten Schweizer Presse wäre es dann, von diesen Kraftleistungen den breitesten Kreisen Kenntnis zu geben und zwar trotz aller Empörung ruhig und leidenschaftslos. Das müsste auch den Ausländer die Augen über den Wert einer mit solchen Mitteln verfechteten Diskreditierung unseres Landes öffnen.

Die Schweiz hat in falscher Nobless bis her von obskuren Blättern sich beschimpfen lassen, ohne dagegen den Finger zu rütteln. So lange kein Weltblatt sich damit befasse, ging das an, obwohl es schon dann ein Fehler war. Jetzt aber, wo auch „Matin“ und Konsorten in das gleiche Horn stossen, darf sie solche Nachsicht nicht mehr üben. Auch hier gilt das Goethe'sche Wort:

Was bringt zu Ehren?
Sich wehren! T. G.

Aufnahms-Gesuche.

Demandes d'Admission.

Freundshabt
Lille du matin

Herr Josef Durrer, Besitzer des Grand Hotel Braunwald im Linthal 100

Paten: Herren Fr. Bucher-Durrer, Palace Hotel, Luzern, und Emil Durrer, Kuhhaus Höngg, Bürigenstock.

Herr Hermann Hasler, Hotel Mythen in Enge-Zürich 40

Paten: Herren A. Fellmann, Hotel Hirzen, St. Gallen, und P. Moser, Hotel Moser, Heiden.

Monsieur Henri Finks, Prop. de l'Hôtel Moderne à Bulle 60

Parrains: MM. J. Decaspre, directeur de l'Hôtel Moderne, Bulle, et Ch. Nicodet, Montreux.

Monsieur E. Tschanz, Prop. de l'Hôtel de Montreux à Montreux 30

Parrains: MM. C. Défago, Hôtel de la Gare, Montreux, et Th. Unger-Donaldson, Hôtel Belmont, Montreux.

Ablösungen der Neujahrs-Gratulationen.

Exonérations des Souhaits de Nouvelle Année.

Durch einen Beigang zu Gunsten des Tschumi-Fonds der Fachschule haben sich von den Neujahrsgratulationen entbunden:

Par un don au profit du Fonds Tschumi de l'Ecole professionnelle se sont exonérés des souhaits de nouvelle année:

Übertrag Fr. 3802.50

Hr. Bossard J., Hôtel Guggital, Zug Fr. 10.—
Fédele R., Hôtel Splendide, Lugano 20.—

Total Fr. 3882.50

N° 2.

Abonnements

Pour la Suisse:

1 mois	Fr. 1.25
2 mois	" 2.50
3 mois	" 3.50
6 mois	" 6.00
12 mois	" 10.00

Pour l'Étranger:

(tous frais de port)	
1 mois	Fr. 1.60
2 mois	" 3.20
3 mois	" 4.50
6 mois	" 8.50
12 mois	" 15.00

Les Sociétaires reçoivent l'organe gratuitement.

Annonces:

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

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

„Dux.“

Die Rabattseuche, der wir kürzlich ein Verslein gewidmet haben, breitet sich immer mehr aus, unter sehr verschiedenen Formen und Vorwänden. Dass als solcher Vorwand auch das Trinkgeld dienen muss, kann nicht verwundern. In Hannover hat sich eine „Trinkgeldrückvergütungsgesellschaft für die Geschäftsfreisenden Deutschlands“ gegründet, deren Hauptzweck nichts anderes ist, als ein hinterlistiger Griff in die Hotelkassen mittels der Rabattmarken. Das im Grunde ganz nichts nutzende und trügerische Scheinwesen des Rabattmarkenhandels ist genügend bekannt. Der Körder, der den Hoteliers zum Anbissen zwingen wird, besteht in dem Versprechen einer Gratisreklame bei Abnahme einer gewissen Anzahl Rabattmarken. Laut Prospekt soll das Institut sogar eine Lösung des Trinkgeldproblems sein. Es heißt darin:

„Mit unserem System haben wir nun auf dem Gebiete des Hotelverkehrs die Trinkgeldfrage ihrer Lösung einen bedeutenden Schritt näher gerückt, umso mehr als wir wohl die Gesamtheit der reisenden Kaufleute Deutschlands hinter uns haben. Die Anwendung unseres Systems geschieht auf folgende Weise: Die reisenden Kaufleute Deutschlands erhalten von uns unentgeltlich und in jeder gewünschten Anzahl handliche Hefte mit Feldern zur Aufnahme von 200 Marken und einem Register derjenigen Hotels, welche nach Art unseres Systems Vergütung in Rabatt-Marken gewähren. Die Hotelbesitzer beziehen die zu verwendenden Marken ausschliesslich von der Gesellschaft. Die mit 200 Marken versehenen Hefte gelangen jedem Einsender gegenüber durch Auszahlung von Mk. 10.— zur Einlösung. Wegen Verkauf der Marken verweisen wir auf die Angaben in der Geschäftsverkehrsordnung, aus der überhaupt alles Nähere zu ersehen ist. Die Trinkgeldfrage in den Hotels findet somit eine indirekte aber einheitliche Lösung, indem der Reisende einen Teil der von ihm verausgabten Trinkgelder auf diesem Wege zurückhält.“

Die Vorspielgel, mit diesem Rabattmarkensystem die Trinkgeldfrage zu lösen, ist natürlich nichts anderes als ein schönes Mäntelchen, womit die Fadenscheinigkeit des Systems verdeckt werden soll. Die im Prospekt zitierte „Geschäftsordnung“ erörtert näher die Art und Weise des Verkehrs mit den Rabattmarken zwischen dem Institut, dem Hotel und dem Reisenden. Wir wollen unsere Leser nicht weiter damit behelligen. Es genügt ihnen, dass vor dieser „Dux“-Gesellschaft von den deutschen Fachblättern durchweg gewarnt wird. Wenn der Hotelier dem Reisenden einen Rabatt gewähren will, wozu braucht er dann einen so komplizierten Vermittlungssapparat? Nichts-nützigen Zeug!

Es wird, was man mit Befriedigung konstatieren darf, allmälig bekannt, dass die „Dux“-Gesellschaft bis jetzt bei den Hoteliers nicht zum besten angekommen ist. Letztere wollen nicht anbissen. So ist die Gesellschaft dazu gelangt, ihnen gratis Rabattmarken zu überreichen. Aber auch damit hat sie bis jetzt viel fachsames Fiasco gemacht. In der Kölner „Wochenschrift“ wird sogar von Fälschungen berichtet, wobei die „Dux“-Gesellschaft sich erfreut hat, Namen von Hotels widerrechtlich auf ihre Liste zu nehmen, indem dieselben gar nicht in Verbindung mit der Gesellschaft getreten waren. Eines dieser Hotels hat dem „Dux“ einen Brief geschrieben, womit es sich „solche missbräuchliche Benutzung seines Namens, welche eine

*) Auch das Vorgehen der Behörden in Weinfelden dürfte den Zweck nicht erreicht haben.