Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 39 (1930)
Heft: 16

Artikel: Zur gefl. Notiznahme!
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-540939

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: 16.09.2025

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

SCHWEIZER HOTEL-REVUE

REVUE SUISSE DES HOTELS

Nº 16
BASEL, 17. April 1930

Nº 16
BALE, 17 avril 1930

INSERATE: Die einspaltige Nonpareillezeile oder deren Raum 45 Cts. Reklamen Fr. 1.50 per Zeile. Bei Wiederholung entsprechender Rabatt.
ABONNEMENT: SCHWEIZ: jährl. Fr. 12.—, halbj. Fr. 7.—, vierteljährlich Fr. 4.—, monatlich Fr. 1.50. Zuschlag für Postabonnemente 30 Cts. AUSLAND: bei direktem Bezug jährlich Fr. 15.—, halbj. Fr. 8.50, viertelj. Fr. 5.—, monatlich Fr. 1.80. Postabonnemente: Preise bei den ausländischen Postämtern erfragen. Für Adressänderungen ist eine Taxe von 30 Cts. zu entrichten.

Organ und Eigentum des Schweizer Hotelier-Vereins

Erscheint jeden Donnerstag mit illustrierter Monatsbeilage: „Hotel-Technik"

Neununddreissigster Jahrgang
Trente-neuvième année

Organe et propriété de la Société Suisse des Hôteliers

Paraît tous les jeudis avec Supplément illustré mensuel: «La Technique Hôtelière»

ANNONCES: La ligne de 6 points ou son espace 45 cts., réclames fr. 1.50 par ligne. Rabais proportionnel pour annonces répétées.
ABONNEMENTS: SUISSE: douze mois fr. 12.—, six mois fr. 7.–, trois mois fr. 4.–, un mois fr. 1.50. Abonnements par la poste en Suisse 30 cts. en plus. Pour l'ETRANGER abonnement direct: 1 an, 15 fr.; 6 mois, 8 fr. 50; 3 mois, 5 fr.; 1 mois, 1 fr. 80. Abonnement à la poste: demander le prix aux offices de poste étrangers. Pour les changements d'adresse il est perçu une taxe de 30 centimes.

Postcheck- & Giro-Konto No. V 85

Redaktion u. Expedition: Aeschengraben No. 35, Basel
Verantwortlich für Redaktion und Herausgabe: Dr. Max Riesen

TELEPHON
Safran No. 11.52

Rédaction et Administration: Aeschengraben No. 35, Bâle
Druck von Emil Birkhäuser & Cie., Basel

Compte de chèques postaux No V 85

Zur gefl. Notiznahme!

Mit Rücksicht auf die Osterfeiertage gelangt die nächste Nummer unseres Blattes mit einem Tag Verspätung zur Postspedition, wovon unsere Leser und Inserenten gefl. Kenntnis nehmen wollen.

Schluss der Inseratenannahme wie üblich: **Dienstag-Abend.**

Redaktion und Administration der „Hotel-Revue".

Inhalts-Uebersicht

Vereinsnachrichten:
Protokollnotizen der Konferenz vom 20. März mit einer Delegation der Union Helvetia.

Auskunftsdienst über Reisebureaux und Annoncen-Akquisition

Alliance Internationale de l'Hôtellerie: Sitzungen in Paris.

Haupt-Artikel:
Fremdenverkehrswerbung — 180,000 Franken ohne reale Gegenleistung — Monopolverkauf gebrannter Wasser — Reklame in Automobilführern — ZIKA.

Petit-Artikel:
Axenstrasse und linksufrige Verbindung — Zu streng geurteilt — Geschichtliches vom Badeort Schuls-Tarasp.

Kleine Meldungen und Notizen.

Vereinsnachrichten

Protokollnotizen

über die Konferenz zwischen einer Delegation des Schweizer Hotelier-Verein und einer Delegation der Union Helvetia vom Donnerstag, den 20. März 1930, nachmittags 15 Uhr, im Hotel Habis Royal in Zürich.

Anwesend die Herren:

Vom Schweizer Hotelier-Verein:
Zentralpräsident Dr. H. Seiler, Zermatt;
Gölden-Morlock, Präsident der Kommission für Personalangelegenheiten im S. H. V., Zürich;
Dr. M. Riesen, Direktor des Zentralbureau, Basel.

Von der Union Helvetia:
Zentralpräsident E. Scheech;
E. Rüedi, Präsident des Portierverbandes;
R. Baumann, Generalsekretär der Union Helvetia, Luzern.

Die anwesenden Delegationen sind einig, in diese Protokollnotizen nur Beschlüsse aufzunehmen und Erklärungen nur, soweit dies ausdrücklich gewünscht wird. Es gelangen folgende Traktanden zur Behandlung:

I. Trinkgeldfrage.

Die Union Helvetia stellt folgende Fragen zur Diskussion:

1. Die Abfassung der Einzel-Dienstverträge hinsichtlich der Trinkgeldentlöhnung.
2. Die Frage der Bekämpfung der Fixbesoldung gemäss übereinstimmenden Beschlüssen des Schweizer Hotelier-Vereins und unserer Organisation.
3. Erstellung eines Buchungs-Schemas für möglichst übersichtliche Verbuchung der eingehenden Bedienungsgelder und die Prüfung der Frage, inwieweit ein solches Schema zur allgemeinen Anwendung gebracht werden könnte.
4. Die Frage der Gewährung effektiver Kontrolle an das berechtigte Personal bezw. seine Beaufragten.
5. Ausrichtung der Bedienungsgelder an die Berechtigten. Aufstellung, aus welcher der Berechtigte die Richtigkeit der ihm zukommenden Beträge entnehmen kann.
6. Bekämpfung der zu späten Ausrichtung der Bedienungsgelder an die Berechtigten.
7. Häufige Abweichungen von den Normen der Wegleitung, unzulässige Bruchgelderabzüge, Erledigung der Reklamationen durch den Schweizer Hotelier-Verein.

Die Delegation des Schweizer Hotelier-Vereins erklärt, dass seitens des Schweizer Hotelier-Vereins alle Massnahmen getroffen werden, allfällige Übelstände im Trinkgeldwesen abzustellen.

Man einigte sich auf folgendes:

Ad 1. Einzeldienstverträge. Diese Frage soll in einer kleinern technischen Kommission des S. H. V. und der Union Helvetia näher geprüft werden.

Ad 2. Der Schweizer Hotelier-Verein bekämpft die Fixbesoldung, wo sie zu Missbräuchen Anlass geben kann, und sieht hiefür durch ein spezielles Reglement Massnahmen vor. Die Union Helvetia sichert ihrerseits Unterstützung derartiger Massnahmen des Schweizer Hotelier-Vereins zu. Beide Delegationen sind indessen einig, dass das System der Fixbesoldung unter gewissen Verumständungen (Sanatorien etc.) belassen werden könnte, wenn beispielsweise eine Kontrolle des Schweizer Hotelier-Vereins, vielleicht durch dessen Kontrolleur, durchgeführt würde.

Ad 3 bis 5 und 7. Man ist einig, eine kleinere technische Kommission zu bestellen, welche Vorschläge für eine einheitliche Behandlung der Trinkgeldfrage ausarbeiten soll. Den verschiedenen Hotelkategorien soll dabei Rechnung getragen werden. Die Grundsätze der seinerzeit aufgestellten Wegleitung sollen gewahrt bleiben, vor allem soll in den aufzustellenden Vorschlägen die Kontrollfrage geprüft werden.

Ad 6. Die technische Kommission hat zu prüfen, wie Anstände bezüglich zu spät ausgerichteten Trinkgeldes beseitigt werden können.

II. Fonds für notleidende Hotelangestellte.

Aus der Diskussion zwischen den beiden Delegationen ergeben sich folgende Vorschläge:

1. Vorschlag des Schweizer Hotelier-Vereins: Paritätische Kommission unter Mitwirkung unorganisierter Hotelangestellter, gemäss dem ausgearbeiteten Reglement.

2. Vorschlag Schweizer Hotelier-Verein, wonach das gegenwärtige Kapital geteilt und die eine Hälfte der Union Helvetia zur Verwaltung übergeben werden soll. Die spätern Zuweisungen würden beim S. H. V. zur Verwaltung verbleiben.

3. Vorschlag der Union Helvetia: Modifikation des vom Schweizer Hotelier-Verein ausgearbeiteten Reglementes, wobei namentlich die Mitwirkung unorganisierter Hotelangestellter ausgeschaltet werden soll.

4. Vorschlag der Union Helvetia: Teilung des Kapitals und zwar auch der spätern Zuweisungen in zwei Hälften oder event. im Verhältnis zur Stärke der Union Helvetia und der ihr angeschlossenen Verbände.

5. Vorschlag Union Helvetia: Teilung des bestehenden Fonds an die beidseitigen Organisationen, unter Vorbehalt zweckentsprechender Verwendung und Verzicht auf den entsprechenden Anteil an Provisionen aus künftigen Bundesfeiersammlungen.

Da man sich auf keinen der 5 Vorschläge einigen kann, sind die Delegationen einverstanden, ihren Organen folgende provisorische Lösung vorzuschlagen:

Der Fonds wird belassen, wo er gegenwärtig ist und weiter geäufnet. Beträge bis zur Höhe des Jahreszinses sollen aber schon heute für wirklich bedürftige Hotelangestellte verwendet werden. Unter bedürftig ist u. a. auf alle Fälle nicht eine allgemeine Arbeitslosigkeit zu verstehen. Erweisen sich derartige Fälle von Bedürftigkeit, so setzen sich beide Organisationen S. H. V. und U. H. auf dem Korrespondenzweg miteinander in Beziehung und erledigen diese Fälle durch gegenseitige Verständigung.

III. Gegenseitige Befehdung in der Presse.

Die Frage der gegenseitigen Befehdung in der Presse, speziell in den technischen Organen der beiden Vereine, wird eingehend behandelt.

IV. Hotelbaugesetz.

Die Delegationen besprechen im Hinblick auf die Frage der Verlängerung des sogen. Hotelbauverbotes die Stellungnahme zu einem eidg. Ruhetagsgesetz. Man ist diesbezüglich beiderseits einverstanden, die letzten Eingaben an die eidg. Behörden auszutauschen.

Schluss der Konferenz 18.45 Uhr.

Fremdenverkehrswerbung

(Korr.)

An der Generalversammlung des Verkehrsverein Zentralschweiz vom 28. März in Luzern hielt Herr Direktor Leopold Hess aus Zürich einen instruktiven Vortrag über das Thema „Fremdenwerbung", der eine resümierende Würdigung an dieser Stelle schon aus dem Grunde verdient, weil er aus dem Munde eines Mannes stammt, der vermöge seiner beruflichen Betätigung aus dem Borne reicher Erfahrung schöpfen kann.

Herr Hess berührte einleitend die Wandlung auf dem Gebiete des Fremdenverkehrs seit zwei Jahrzehnten, die zu wenig erfasst wird, denn wir können nicht mehr mit der Gastwirtsmütze unter der Türe stehen, unsere hohen Berge ansehen und denken: „das soll uns einer nachmachen". Das alte Idyll ist dahin, wir leben in Zeiten raschen Wechsels. Dazu sind andere Länder mit uns in starke Konkurrenz getreten und zwar für die ganze Volkswirtschaft. Alle bringen heute ihre Naturschönheiten auf den Weltmarkt und alle haben den wirtschaftlichen Nutzen entdeckt; mächtig ertönen die Reklameorgeln aus allen Ländern, denn ein jedes hat ja seine Naturschönheiten und seine Attraktionen. Es heisst also auf der Hut sein, damit man nicht ins Hintertreffen kommt.

Die Welt ist kleiner geworden, indem wir uns durch die besser entwickelten Verkehrsmittel näher gekommen sind. Schwimmende Hotels über alle Ozeane; auf den Bahnen Pullman-Mitropazüge! Dazu die Mahnung von überall: bleibt im eigenen Lande, denn wir haben das Geld nötiger als die andern. Agenten werden in die Schweiz geschickt, wo sie durch Reisebureaux die Propaganda für ihre Länder entfalten; in Zürich allein bezahlen 13 Reisebureaux eine Lokalmiete von Frs. 500,000 pro Jahr! Die Taktik der Fremdenwerbung muss nach allen Seiten abgewogen werden, soll sie Erfolg haben. Wir sind mit unserem klassischen Reiseland nicht meht allein im Rennen um die Gunst der Fremden. Unsere Vorzüge dürfen nicht überschätzt werden; wir müssen aber laut und eindringlich darüber reden. Wohl haben wir immer, oft auch sehr gute Reklame gemacht; aber sie soll noch besser werden, denn zu oft war sie passiv. Es muss konzentriert und mehr zielbewusste Reklame gemacht werden.

Die Fremdenverkehrswerbung im Ausland von heute muss offensiv, diszipliniert mit Einheitskommando- und Front vorgehen. Schaffen wir eine Werbezentrale. Der Sammelbegriff: „Besuchet die Schweiz" ist der Grundton. Um diesen Auslandswerbedienst neu zu organisieren, muss Geld, viel Geld beschafft werden. Er soll das Bindeglied sein zwischen den Interessenten des Inlands, Verkehrsanstalten, regionalen und lokalen Werbeinstanzen und den Auslandagenturen mit zuverlässigen Beratungsstellen. Die Hauptsache ist: den Fremdenstrom in unser Land zu bringen, die richtige Verteilung macht uns weniger Sorgen. Die Organisation soll in engem Kontakt sein mit den regionalen und Ortsverbänden. Die Kollektivreklame soll gefördert werden nach dem Vorbild der „Schweiz. Bädervereinigung".

Damit wird der einzelne Gastgeber etwas entlastet, und er kann mit grösserer Aufmerksamkeit sich seinem Hause widmen, denn ein unzufriedener Gast ist viel schlimmer als der Gewinn von fünf neuen. Die individuelle Hotelreklame wird etwas standardisiert. Nötig ist ein gut durchstudiertes Programmaterial, bildreich und textlich wohl geformt. Die regionalen Gruppen, auf denen das Fundament ruht, sollen im Verkehrsrat durch tüchtige Repräsentanten vertreten sein.

Aber auch das Schweizervolk muss über die wirtschaftliche Bedeutung des Fremdenverkehrs besser aufgeklärt werden, und vom Bund soll er sich reiche materielle Unterstützung sichern. Vom Volk ist eine etwas freundlichere Einstellung unseren fremden Gästen gegenüber zu erwarten.

Die Schönheit unseres Landes ist ein besonderer Vorzug; wir sind ein Fremdenland fürs ganze Jahr. Wir brauchen uns nicht zu fürchten vor der Konkurrenz mit unserem hochentwickelten Hotel-Gastgewerbe.

Der Herr Referent fasste seine Schlussfolgerungen in drei Punkte zusammen:

1. Vermehrung und Konzentration der Mittel für die Auslands-Reklame durch eine nationale Vertriebs- und Beratungsstelle.

2. Ausbau und straffe Organisation der regionalen Werbegruppen in enger Verbindung mit der Zentralstelle.

3. Vermehrte Aufklärung des Volkes durch Presse und geeignete Konferenzen über die wirtschaftliche und kulturelle Bedeutung des Fremdenverkehrs für unser Land.

J. W.-M.

Auskunftsdienst über Reisebureaux u. Annoncen-Acquisition

Internationales Reisebureau Hans Reinhardt, Wien.

Zeitungsberichten zufolge ist das Reisebureau und Bankhaus Hans Reinhardt in Wien I, Wipplingerstrasse 33 (Inhaber: Karl Barth und Wilhelm Welk) zahlungsunfähig. Die auf Strafanzeige eines Gläubigers vorgenommenen polizeilichen Untersuchungen sollen ergeben haben, dass die Firma ihr anvertraute Werttitel im Gesamtwert von 175,000 Schilling veruntreut und dazu benützt hat, sich weitere Existenzmittel zu beschaffen. Soviel uns bekannt, haben nur wenige schweizerische Hotels mit dem Unternehmen Geschäftsbeziehungen unterhalten.

Ferien und Reisen im Schweizerland.

Unter diesem Titel gedenkt der „Promota-Verlag", Nordstrasse 137, Zürich 6, dieses Frühjahr erstmals ein Hotels- und Pensions-Verzeichnis mit Reiseführer in einer Auflage von 50,000 Exemplaren zu veröffentlichen und gratis durch die wichtigsten Verkehrs- und Reisebureaux etc. verteilen zu lassen. Wie aus dem Prospekt hervorgeht, soll die Aufmachung des vom Schweizer Hotelier-Verein bis 1915 herausgegebenen illustrierten Hotelführers kopiert werden. Wir hoffen, die Mitglieder des S. H. V. werden so vernünftig sein, ihre Mitwirkung an dieser Drucksache abzulehnen. Abgesehen davon, dass durch die notarielle Beglaubigung einer Auflage von 50,000 Exemplaren eine richtige Verteilung noch lange nicht gewährleistet ist, muss es etwas nachdenklich stimmen, dass den Interessenten eine Frist von nur fünf Tagen — Versand des Zirkulars 11. April, Schluss der Anmeldef ist 16. April — für die Aufgabe eines Inserates eingeräumt wird. Die Vermutung ist erlaubt, dass die hinter der anonymen und bisher unbekannten Firma „Promota-Verlag" sich versteckenden Acquisiteure unsere Einmischung innert nützlicher Frist verhindern wollten. Wir glauben jedoch, dass sie sich in ihrer Erwartung, den Hoteliers so prompt ihre Reklamebatzen abnehmen zu können, gründlich getäuscht haben.

Rabatt-Ansprüche des ADAC.

Die Abteilung Touristik-Reisebüro des Allgemeinen Deutschen Automobil-Club (ADAC) in München gelangte kürzlich mit Zirkularschreiben und Fragebogen an verschiedene Schweizer Hotels zwecks Anknüpfung von Geschäftsbeziehungen. Im Zirkularschreiben wird Kenntnis gegeben von der Schaffung einer „Abteilung für Akkordreisen und Hotelreisen" mit dem Ziele, nach „Art der Reisebüros den Club-Mitgliedern auf ihren Reisen gute und preiswerte Hotels zu empfehlen". Der Fragebogen enthält sodann eine Reihe Rubriken zur Beantwortung: Name des Hotels und des Besitzers, Preise für Zimmer, Mahlzeiten, Getränke, Garage, Trinkgelder und — Rabatte!

Man ist wirklich erstaunt, dass sich nun auch noch die Automobil-Clubs auf das Terrain der Rabattbettelei begeben, nachdem sie für ihre Führer und Club-Schilder doch schon einiges aus den Hotelkassen herausholen. Schiessen diese Ansprüche und Begehrlichkeiten noch einige Zeit derart ins Kraut, so wird es tatsächlich bald keinen Hotelgast mehr geben, für den die Hotels nicht unter irgendeiner Form Rabatte und Vergünstigungen gewähren sollen. Wir nehmen aber an, die Hoteliers legen sich mehr und mehr auch über die Tragweite solcher „Anzapfungen" Rechenschaft ab und bereiten all diesen Gesuchen jeweils ein stilles Begräbnis im Papierkorb!