

<b>Zeitschrift:</b>	Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
<b>Herausgeber:</b>	Schweizer Hotelier-Verein
<b>Band:</b>	39 (1930)
<b>Heft:</b>	19
<b>Artikel:</b>	Die Gemälde-Ausstellung eines Schweizers in London als - hochwertige Gratisreklame!
<b>Autor:</b>	[s.n.]
<b>DOI:</b>	<a href="https://doi.org/10.5169/seals-540979">https://doi.org/10.5169/seals-540979</a>

### 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:** 19.02.2026

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

# SCHWEIZER HOTEL-REVUE

## REVUE SUISSE DES HOTELS

N° 19

BASEL, 8. Mai 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.—, vierzehnjährl. Fr. 4.—, monatlich Fr. 1,50. Zuschlag für Postabonnement 30 Cts. AUSLAND: bei direktem Bezug jährlich Fr. 15.—, halbj. Fr. 8,50, viertelj. Fr. 5.—, monatlich Fr. 1,80. Postabonnement: Preise bei den ausländischen Postämtern erfragen. Für Adressänderungen ist eine Taxe von 30 Cts. zu entrichten.

Postcheck- & Giro-Konto No. V 85

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



Organ und Eigentum  
des Schweizer  
Hotelier-Vereins

Erscheint jeden Donnerstag  
mit illustriertem Monatsbeilage:  
„Hotel-Technik“

Neununddreißigster Jahrgang  
Trente-neuvième année

Organe et propriété  
de la Société Suisse  
des Hôteliers

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

ANNONCES: La ligne de 6 points ou son espace 45 cts., réclame fr. 1,50 par ligne. Rabais proportionnel pour annonces répétées.

ABONNEMENTS: SUISSE: douze numéros 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.; 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.



### Todes-Anzeige

Den verehrlichen Vereinsmitgliedern  
machen wir hiermit die schmerliche  
Mitteilung, dass unser Mitglied

Herr

### Julius auf der Maur

Mitbesitzer der Hotels Goldener Adler  
und Park Hotel, Brunnen

am 2. Mai unerwartet rasch im Alter  
von 52 Jahren gestorben ist.

Indem wir Ihnen hievon Kenntnis  
geben, bitten wir, dem Heimgegangenen  
ein ehrendes Andenken zu bewahren.

Namens des Zentralvorstandes  
Der Zentralpräsident:  
Dr. H. Seiler.

eine entsprechende Erklärung des S. H. V.  
im Bundeshaus liegt.

Wie vorgesehen ist, soll die Vorlage in beiden Räten während der Junisession zur Behandlung gelangen. Da es im Interesse der beteiligten Kreise liegt, baldmöglichst über die Fordauer oder den Hinfall des Gesetzes Klarheit zu erhalten, darf der Hoffnung Raum gegeben werden, es mögen in der Beratung und definitiven Beschlussfassung keine Verzögerungen eintreten.

### Die Gemälde-Ausstellung eines Schweizers in London als — hochwertige Gratisreklame!

-Z- Da war in Nr. 16 der Schweizer-Hotel-Revue ein instruktiver Artikel zu lesen über „nutzlose Reklame“. Es demonstrierte, belegt durch Tatsachen, wie von Schweizer-Inserenten sage und schreibe 180,000 Franken ins Ausland abgeführt wurden und zwar ohne dass dafür ein realer Gegenwert zu hoffen gewesen wäre. Als Gegenstück nun möchten wir hier von einer Veranstaltung sprechen, die eine grosse und zugleich vornehme Reklame für unser Land, dessen Verkehrswesen und damit besonders für die Hotellerie bildet, ohne dass dieser irgendwelche Kosten erwachsen wären. Das ist gewiss ein Unikum, weshalb es sich verlohnzt, darauf im speziellen und auf diesen Typus von Reklame im generellen etwas einzugehen.

Wir sprechen von der Ausstellung von Werken Ernst Hodels (Luzern) in den Räumen der Fine Art Society, London, die von unserem Gesandten selbst eröffnet und damit schon als gesellschaftliches Ereignis gestempelt wurde. Wichtiger noch aber ist der Umstand, dass die bis jetzt vorliegenden englischen Pressestimmen (die uns selbst vorgelegen haben) sich über das künstlerische Schaffen Hodels durchgehends in sehr anerkennender Weise äussern.

Hier nun eine eigentliche Kunstkritik zu geben, würde zu viel Raum beanspruchen, weshalb wir uns darauf beschränken, zu bemerken, dass es vor allem die markante Gestaltungskraft Hodels ist, die, verbunden mit Naturtreue und gleichwohl moderner Farbengebung, das Entzücken der Engländer hervorgerufen hat. Denn hier sehen sie nicht ein paar verzerrte, oberflächlich hinweggeworfene Modeprimitivitäten, sondern unsere Berge, wie sie wahrhaft sind in all der Pracht, die vom Morgen zum Abend die Natur in verschwenderischer Mannigfaltigkeit über sie ausgießt! Und nur das erhabene Schauspiel einer begnadeten Schöpfung will ja der Reisende bei uns geniessen, nicht etwa die „Attraktionen“ unserer „Grossstädte“ oder Theater etc. Wird ihm nun die hehre Gotteswelt unserer Alpen so gezeigt, wie sie ist (wozu es allerdings grosser, auf echter Tradition beruhender Kunst bedarf, die sich nur in einem gediegenen Können offenbart) und nicht, wie einige Kunstmödegerüste darzustellen belieben, — dann, erst dann wird im Bewohner ferner Länder jenes grosse Sehnen wach, das durch sich selbst viel eher den Weg zu uns findet, als wenn es durch noch so viel Geschäftsreklame bearbeitet worden wäre. Man sollte nur die Probe machen können und einmal unsere Berge,

Wälder und Seen wegnehmen und an ihre Stelle jene Formen setzen, die wir in gewissen heutigen, sogenannt „vereinfachten“ Bildern „geniessen“ dürfen und dann sehen, welche Massenflucht unserer so sehr begehrten Fremden einsetzen würde! Erst dann würden wir gewahr, welchen Geniestreich wir uns mit solcher „Sachlichkeit“ geleistet hätten! Darum die Wahrheit vor allem. Interessante Experimente gehören in ein anderes Gebiet. Und wie gerade die „Advertising Clubs“ die „Wahrheit in der Reklame“ wünschen, so einigen sich ihre Erkenntnisse mit den unserigen, die die „Wahrheit in der Kunst“ fordern. Und da diese auch als Reklame wirkt, wie wir sahen, so decken sich beide Bestrebungen.

Wahrheit und Wärme, wirklich und symbolisch, in Kunst und Natur, im Beleben der Leute wie in der Einrichtung der Wohnungen — das ist es, was auch unsere fremden Besucher wollen, das ist es, was ihnen unser Land so heimelig macht, dass sie gerne länger bleiben. Und das ist doch der Zweck aller unserer Reklamebestrebungen.

Aus allen diesen Gründen glauben wir, sagen zu dürfen, dass die Hodel-Ausstellung in London auch im Sinne eines Reklame-Wertfaktors Bahn gebrochen hat, so dass wir sie dazu nur beglückwünschen müssen, anderseits aber auch nicht vergessen dürfen, die Konsequenzen daraus zu ziehen!

### „Auslandsreisen“

(Korr.)

(Fortsetzung und Schluss)

Der moderne Hotelbesitzer muss, ganz gleich, ob es ihm sympathisch ist oder nicht, sich an die Tatsache gewöhnen und mit ihr abzufinden suchen, dass der gesamte Fremdenverkehr von Jahr zu Jahr auf einer immer stärkeren internationalen Basis ruhen wird. An dieser nahen Zukunftsentwicklung kann die nationale Einstellung der Hotelierverbände einzelner Länder, kann auch eine noch so grosszügig aufgezogene und kostspielige Propaganda gegen die Auslandsreisen der eigenen Landsleute nichts ändern. Bestrebungen dieser Art erinnern lebhaft an den seinerzeitigen Kampf der Posthalter und Fuhrwerksbesitzer gegen die Eisenbahn. Man wird sich entsinnen, dass bei diesem Kampf sogar die Ärzte zu Hilfe gerufen wurden. Wissenschaftliche Gutachten bekannter Autoritäten prophezeiten der Menschheit damals eine völlige Zerrüttung der Nerven, weil niemand auf die Dauer die „wahnsinige Schnelligkeit“ der Eisenbahn — zuerst 25 bis 30 Kilometer in der Stunde — ohne dauernden Schaden für die Gesundheit

Ein alter Frachtdampfer trug uns für den Preis von Frs. 12,50 in zweieinhalb Tagen vierter Klasse nach Algier hinüber. Vierteklasspassagiere schlafen auf dem Verdeck. Mein Monteuranzug wurde zum Pijama. Das in eine Zeitung eingewickelte Nachthemd war das Kopfkissen. Decke war die milde Juliluft. Zwei Araber führten uns in's Hotel Charles Quint. Es ist längst eingegangen. Es befand sich in einer Seitenstrasse der Rue Bab-el-Oued, wo Morgenland und Abendland sich innig berühren. Der intimste Sitz war eine knapp 15 cm hohe Backsteinkonstruktion. Das Haus war gar nicht so übel. Pensionspreis Frs. 5.— einschliesslich Wein à discréto. Nachts aber erwachte ich und empfand an den Händen und am Hals ein kolossales Beissen. Woher das kommen mochte? Ich erinnerte mich, von Moskitos und Moskitostichen irgendwo gelesen zu haben. Ich sah das offene Fenster falsch. Denn bei geschlossenem Fenster war das Elend genau so gross. „Das sind Wanzen, Wanzen!“ meinte mein Freund am folgenden Morgen. Ich wusste genau so viel, wie vorher. Denn einer Wanze war ich bisher weder im Bilde noch in Wirklichkeit begegnet und es sollte noch Wochen dauern, bis sich mir das erste derartige Tierchen unmittelbar vor seiner Hinrichtung unfreiwillig



### FEUILLETON

### Hotels für fahrende Gesellen

Wandererinnerungen von Ingenieur E. Büttiker

Wer frisch vom Technikum kommt und nach Afrika auf das Pflaster will, muss sich im Hinblick auf die ungewisse Zukunft und unabdingig vom Inhalt des Geldbeutels mit einer grossen Dosis Anspruchslösigkeit versorgen. Luxuszugfahrten ist keine Kunst. Das Logieren in einem Ritz- oder Palace-Hotel erfordert keine Tugenden, nur Geld. Unser ersten Nachtquartier in Lyon aber stellte sofort grosse Ansprüche an unsere Bescheidenheit. Es war eine mindre Spelunke mit der stolzen Inschrift „Hotel“. Nur dieses Wort und die Ahnung billiger Unterkunft bewog uns, vorzusprechen. Das Zimmer war wirklich mehr

als einfach. Im Nachttischchen ein ungeleertes Töpfchen und ein zusammengerolltes Corset. Aber die Sache war billig: Frs. 1,25 pro Person. Das ist wenig, auch mit dem Massstab des Jahres 1903 gemessen. Billigkeit aber rangierte bei uns an erster Stelle. Im grossen französischen Doppelbett hatten mein Freund und ich reichlich Platz und schliefen gar nicht so schlecht.

In Marseille waren wir sofort sehr begehrte Objekte. Wohl ein halbes Dutzend kaum der Schule entlassener Bengel und etliche junge Greise stürzten sich auf uns los, wollten uns sogar das Gepäck aus der Hand reissen und priesten in allen Tönen „les belles chambres“ und „les prix très modérés“ ihrer Hotels. Wir ließen sie schwatzen. Worauf die ganze Bande eine gute Weile hinter uns her lief. Feine und feinste Witterung des Newbildes! Plötzlich trat ein besser gekleideter Dreissiger auf uns zu, zog höflich den Hut und überreichte eine Karte: „Hotel Suisse“. Das war Lösung der Unterkunftsfrage. Das war der Schicksal gesandte Mann, die Unerfahrenen in den Grossstadt vor Ausbeutung zu bewahren! Es sollte ganz anders kommen! Vorsichtshalber fragt ich nach dem Preis des Zimmers. Ich erhielt die Antwort: „Oh, on s'arrangera après. Monsieur ne payera pas cher.“ Der Leser merkt etwas und lächelt. Ich aber merkte damals gar nichts und

fand solche Worte charmant. Ich pries innerlich die Liebenswürdigkeit des Hoteliers, als er am späten Abend den „gentil compatriot“ zu einem Gläschen Cognac einlud. Ohne zu ahnen... Die Augen gingen uns dann am folgenden Mittag zusammen mit der Geldbörse auf. Die Rechnung war um mindestens hundert Prozent überersetzt! Das Lehrgehd war allerdings nicht umsonst bezahlt, denn fortan verpflichtete ich mich nirgends, weder in Italien, noch in Algerien, Spanien oder Mitteleuropa, ohne vorher den genauen Preis zu kennen. „Bei diesem Hotelier ist schon mancher Schweizer hineingefallen“, meinte einige Wochen später in Algier Herr Allenbach zu mir. Herr Allenbach war damals Besitzer oder Pächter des Hotels „Oriental“ in Mustapha und hatte vorher die Bar im Hotel „Victoria“ in Interlaken betrieben. Er starb wenige Jahre später als nicht einmal Fünfundvierzigjähriger.

In Marseille lief uns noch der Hotelkellner nach, um den Weg nach dem Hafen zu zeigen. Wir aber hatten die Gewissheit, welche Liebenswürdigkeit unverschämt bezahlen zu müssen. Wir beschleunigten das Tempo und fertigten den Main weniger freundlich ab. Er mag sich über schweizerische Manieren seine eigenen Gedanken gemacht haben, wie wir über Piratentum im Frack.