

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 39 (1930)
Heft: 19

Rubrik: Feuilleton

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: Jähr. Fr. 12.—, halbj. Fr. 7.—, vierjährlich 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: halbj. 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

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

N° 19

BALE, 8 mai 1930

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 perçue une taxe de 30 centimes.



Todes-Anzeige

Den verehrlichen Vereinsmitgliedern
machen wir hiermit die schmerzliche
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 Heimgegangen-
en ein ehrendes Andenken zu be-
wahren.

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

eine entsprechende Erklärung des S. H. V.
im Bundeshause 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 Hoff-
nung 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 demon-
strierte, 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 Uni-
kum, 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 gesellschaft-
liches 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
merken, 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 verzerzte, oberflächlich hin-
geworfene Modeprimitivitäten, sondern un-
sere Berge, wie sie wahrhaft sind in all
der Pracht, die vom Morgen zum
Abend die Natur in verschwenderi-
scher Mannigfaltigkeit über sie aus-
giest! Und nur das erhabene Schauspiel einer
begnadeten Schöpfung will ja der
Reisende bei uns geniessen, nicht etwa die
„Attraktionen“ unserer „Grosstädte“ oder
Theater etc. Wird ihm nun die hehre
Gotteshülle 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 Kunstdoegediger sie
darzustellen belieben, — dann, erst dann
wird im Bewohner ferner Länder jenes grosse
Sennen wach, das durch sich selbst viel
eher den Weg zu uns findet, als wenn es durch
noch so viel Geschäftsreklame bearbeitet
würde. 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 „vereinfach-
ten“ Bildern „geniessen“ dürfen und dann
sehen, welche Massenflucht unserer so sehr
begehrten Fremden einsetzen würde! Erst
dann würden wir gewahr, welchen Genie-
streich 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 „Wahr-
heit 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 Be-
nehmen 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 da
ist das doch der Zweck aller unserer Reklame-
bestrebungen.

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 Frem-
denverkehr von Jahr zu Jahr auf einer immer
stärkeren internationalen Basis ruhen wird.
An dieser nahen Zukunftsentwicklung kann
die nationale Einstellung der Hotelierver-
bände einzelner Länder, kann auch eine
noch so grosszügig aufgezogene und kost-
spielige Propaganda gegen die Auslands-
reisen 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 Mensch-
heit damals eine völlige Zerrüttung der
Nerven, weil niemand auf die Dauer die
„wahninige Schnelligkeit“ der Eisenbahn
— zuerst 25 bis 30 Kilometer in der Stunde —
ohne dauernden Schaden für die Gesundheit

Für das schweizer. Auskunftsgebäude ist
im zentralsten Teil der Ausstellung eine
Grundfläche von 67 m² vorgesehen. Es soll
den Besuchern nicht nur die Möglichkeit
bieten, sich über die Höhen- und Bade-
kurorte, die Lehranstalten und Transport-
anstalten unseres Landes zu orientieren,
sondern es sollen ihnen auch die landschaft-
lichen Schönheiten der Schweiz durch
Plakat, Photo und Lichtbild vor Augen
geföhrt werden.

Zwecks Deckung der Kosten appelliert
die Verkehrszentrale an die Mitwirkung und
Unterstützung der Reiseverkehrsvereine und
der Hotellerie, für deren Beteiligung Plakat-
wände, Schaufenster, Fensterbretter, automa-
tische Projektionsapparate für Plakate und
Lichtbilder zur Verfügung gestellt werden.
Die finanziellen Bedingungen für die Be-
teiligung sind den Verkehrs- und Kurver-
einen bereits mitgeteilt worden und liegen
dort zur Einsichtnahme auf. Nähre Details
sind ausserdem bei der Verkehrszentrale in
Zürich erhältlich.

Angesichts der Tragweite des Projektes und
seiner zweckmässigen Durchführung für
den gesamtschweizerischen Reiseverkehr darf
mit einer starken Beteiligung der inter-
essierten Kreise gerechnet werden. Wir empfehlen
die Sache daher der allseitigen Be-
achtung der Mitgliedschaft S. H. V. sowie
namentlich der regionalen und lokalen Ver-
kehrsvereine.

als einfach. Im Nachttischen 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 Doppel-
bett 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
Neuwildes! 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 der 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
Glässchen 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 übersetzt.
Das Lehrgebärd 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 be-
trieben. 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 Liebens-
würdigkeit unverschämt bezahlt zu müssen.
Wir beschleunigten das Tempo und fertigten den
Mann wenig freundlich ab. Er mag sich über
schweizerische Manieren seine eigenen Gedanken
gemacht haben, wie wir über Piratentum im
Frack.

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 einge-
wickelte Nachthemd war das Kopfkissen. Decke
war die milde Julluft. Zwei Araber führten uns
in's Hotel Charles Quint. Es ist längst eingegan-
gen. Es befand sich in einer Seitenstrasse
der Rue Bab-el-Oued, wo Morgenland und Abend-
land sich innig berührten. Der intimste Sitz war
eine knapp 15 cm hohe Backsteinkonstruktion.
Das Haus war gar nicht so übel. Pensionspreis
Frs. 5.— einschliesslich Wein à discréto. Nächte aber erwachte ich und empfand an den
Händen und am Hals ein kolossal Beissen. Woher
das kommen mochte? Ich erinnerte mich,
von Moskitos und Moskitostichen irgendwo ge-
lesen 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. Büttikofer

Wer frisch vom Technikum kommt und nach
Afrika auf das Pflaster will, muss sich im Hinblick
auf die ungewisse Zukunft und unabhängig vom
Inhalt des Geldbeutels mit einer grossen Dosis
Anspruchslosigkeit versorgen. Luxuszugfahren
ist keine Kunst. Das Logieren in einem Ritz-
oder Palace-Hotel erfordert keine Tugenden, nur
Geld. Unser ersten Nachttisch in Lyon aber
stellte sofort grosse Ansprüche an unsere
Bedecktheit. 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

ertragen könne. Heute, nach zwei Menschenaltern, lächeln wir über diese Sorgen unserer Vorfäder, wie unser Enkel wahrscheinlich über den Windmühlenkampf gegen die Auslandsreisen lächeln werden, wenn sie im Luftschiff der nahen Zukunft in wenigen Stunden von Neapel nach Moskau fahren können.

Naturnotwendige Entwicklungen lassen sich nicht aufhalten. Klüger ist es, sich rechtzeitig der natürlichen Entwicklung anzupassen. Diejenigen Länder Europas, die es nicht machen werden wie seinerzeit die Fuhrherren und Posthalter, werden von dem nicht aufzuhalrenden Ausbau des internationalen Fremdenverkehrs den größten Vorteil ziehen, denn sie gehen mit der natürlichen Entwicklung oder eilen ihr gar voraus.

Aus diesem Grunde ist die zweite von uns geschilderte Tagung von ganz besonderem Interesse. Sie ist es sowohl für Deutschland als auch für die Schweiz. Nicht, weil auch zwei schweizerische Städte beteiligt sind und weil die Schweiz als Endziel genannt wird. Nein, dieses egoistische Moment haben wir nicht im Auge. Vielmehr, weil diese Tagung ganz leise den Weg andeutet, der gegangen werden müsste, um den kommenden Fremdenverkehr so zu gestalten, dass alle international eingestellten Reiselanden daran beteiligt sein und ihre Vorteile daraus ziehen können. Folgendes scheint uns das Gebot der Stunde zu sein:

Ein internationale Übereinkommen

aller Hotels gleicher Kategorie, also gewissermaßen eine nicht an Landesgrenzen gebundene Arbeitsgemeinschaft aller mit internationaler Kundenschaft arbeitenden, nicht nur auf die eigenen Landsleute eingestellten Hotels. Dieses Gebot wird von der Tatsache diktiert, die keine nationale Agitation wegzuwischen oder aus der Welt zu schaffen vermag, dass der heutige Reisende sich nicht mehr auf einen Ort, auf ein bestimmtes Landschaftsgebiet und nicht auf ein einzelnes Land beschränkt oder beschränken lassen wird. Im Zeitalter der Luftschiffe, Flugzeuge, Auto-Triptyks, Luxus- und Expresszüge, der schnellen Riesendampfer, der sich beständig vermehrenden internationalen Reisebüros, sowie der an Zahl und Mitgliedern wachsenden Reisevereinigungen und Reiseparvereine wird und muss die Sitte sich immer stärker einbürgern, auch bei zeitlich beschränkten Reisen mehrere Länder zu besuchen.

Wir glauben, dass eine Propaganda ausichtslos ist, die es sich als Ziel setzt, gegen die hier geschilderte Entwicklung des Fremdenverkehrs anzukämpfen. Richtiger und ausichtsvoller dürfte es unseres Erachtens sein, die für einen Kampf gegen Auslandsreisen nötigen Mittel — sie müssten sehr bedeutend sein, da sie andernfalls wie ein Tropfen auf den heißen Stein wirken würden — auf die Schaffung einer Organisation des internationalen Gästetauschusses zu verwenden. Also im Grossen das, was uns der „Nord-Süd-Ausschuss“ in kleineren Rahmen vormacht. Die Form eines solchen Austausches bezw. der Organisation einer solchen internationalen Stelle mit nationalen Gruppen lässt sich im engen Rahmen dieses Artikels nicht einmal andeutungsweise behandeln. Die richtige Form wird leicht zu finden sein, sobald man sich erst einmal über

vorstellte. Wir blieben nur einen Tag im „Charles Quint“ und zogen nachher in's Hotel Bugeaud an der Rue d'Isly. Dieses Familienhotel besteht schon längst nicht mehr. Uns bot es die Annehmlichkeit der Unabhängigkeit von Zimmer und Kost. Gar oft bestand das Nachtessen aus einem halben Pfund „Petits beurre“ zum Preis von 40 Cts. Gar oft tat es zum Frühstück eine Tasse Kaffee und ein Brötchen. Kostenpunkt 20 Cts.

In erstklassige Hotels sollten wir doch noch hineingelangen. Freilich nur im Monteurkleid. Während Wochen arbeiteten wir im bekannten „Régence“, das damals just elektrifiziert wurde. Mancher Leitung habe ich dort den Weg dadurch gebahnt, dass ich mit Meissel und Hamner die oft metterdicken Mauern durchbohrte. Für das Hotelpersonal waren wir Monteur selbstverständlich. Luft. Für den Hotelbesitzer ebenfalls, obwohl er Landsmann war. Ich hatte es bald mit ihm gründlich verdorben. Denn mein Meissel traf einmal auf eine Gasleitung. Da Gasleitungen damals in Algerien aus Blei erstellt waren, gab es ein Löchlein. Und da dieses Rencontre ungefähr in der Mitte einer metterdicken Mauer erfolgte, wurde es von mir nicht bemerkt. Die Gasrechnung brachte dann die Sache an den Tag. Ein anderes Mal gab mir der Besitzer eine

den Grundgedanken einer solchen Organisation klar geworden sein wird.

Zum Schluss wollen wir noch ganz kurz bei der Kehrseite der Medaille verweilen. Es ist klar, dass eine grosszügige Propaganda gegen Auslandsreisen der eigenen Landsleute in den anderen Reiselanden Europas nicht unbemerkbar bleiben kann. Ebenso klar ist, dass man sie nicht mit Stillschweigen hinnehmen wird. — Wir glauben auch nicht, dass diese Kehrseite der Medaille den deutschen Hotelbesitzern so ganz gleichgültig sein und bleiben kann. Namentlich in jenen deutschen Fremdenplätzen und Hotels wird und muss man der geplanten grosszügigen Propaganda nachdenklich gegenüberstehen, wo man mit einem verhältnismässig starken Ausländerbesuch rechnen kann und wo man infolgedessen auch eine lebhafte Propaganda im Ausland entfalten.

Wir wollen nicht pro domo reden, glauben aber doch auf eine Tatsache hinweisen zu müssen. In Deutschland ist man vielfach der irigen Ansicht, dass der Reiseverkehr zwischen der Schweiz und Deutschland einseitig sei; dass dem Besuch der Deutschen in schweizerischen Fremdenstädten kein entsprechender Besuch von Schweizern in Deutschland gegenüberstehe. Es sei zunächst daran erinnert, dass die Schweiz im Vergleich zu dem grossen Deutschen Reich ein kleines Land ist. Sie hat nur ungefähr den fünftzehnten Teil der Bevölkerungsziffer von Deutschland, und es ist klar, dass die Schweiz nicht ebenso viele Besucher nach Deutschland schicken kann, wie von diesem Lande zu uns kommen. Tatsächlich gibt es aber in Deutschland eine ganze Anzahl Städte und Kurorte, die alljährlich von Schweizern besucht werden.

In der Liste der Städte, die wir als Mitglieder des „Nord-Süd-Ausschusses“ aufgezählt haben, stand in der alphabethisch aufgeführten Reihenfolge Baden-Baden an erster Stelle. Zufällig liegt uns von diesem deutschen Kurorte die Statistik über den Besuch im Jahre 1929 vor. Von insgesamt 95,664 Kurgästen waren nicht weniger als 24,169 aus Ausländern gekommen. Darunter befanden sich 2160 Schweizer. Eine gewiss stattliche Zahl! Auch in anderen deutschen Badeorten nehmen die Schweizer in der Statistik einen beachtenswerten Platz ein und darum könnte es die Schweizer Hoteliers nicht ganz gleichgültig lassen, wenn in Deutschland eine intensive Propaganda gegen Auslandsreisen betrieben wird, während dasselbe Land gleichzeitig eine sehr energische Auslandspropaganda entfaltet.

Wir empfehlen unsere Ausführungen über die Zukunftsentwicklung des Fremdenverkehrs der nachdenklichen Beachtung. Es dürfte, davon sind wir in aller Bescheidenheit überzeugt, ein guter Kern darin stecken. Die schweizerischen Hoteliers sind zur Mitarbeit für die Erreichung des angedeuteten Ziels jederzeit bereit, wie übrigens aus der Teilnahme zweier bedeutender schweizerischer Fremdenstädte am „Nord-Süd-Ausschuss“ klar und deutlich hervorgeht.

* * *

N.B. der Redaktion: Inzwischen hat die im vorstehenden Artikel besprochene Propaganda gegen die Auslandsreisen in Deutschland begonnen. Die Kampagne ergreift in der harmlosen und vorsichtigen Form eines Preisausschreibens unter dem

übrigens verdiente Lektion in Bezug auf das Tragen von Bockleitern: „So treift me e Leitere, mit em obere End vorah, nid mit em untere, wie e Chriesibueb!“

22 Jahre später — der „Chriesibueb“ war zwischenzeitlich Reklamechef einer Weltfirma — betrat ich wieder das „Régence“. Willkommen geheissen von etlichen Kellnern. Sah freundliches Lächeln, wo mir einst stolze abweisende Gesichter entgegengestarrten. Und freute mich kostlich. Monsieur le Chriesibueb ließ sich und seiner Gemahlin ein opulentes Weihnachtsdiner servieren. Er bestellte teuren Algierwein. Er strahlte vor Freude. Monsieur le Chriesibueb gab ein reichliches Trinkgeld. Für Bedienung und — besondere Freude!

Und im Erinnern wurde die Zeit gar schön, wo ich mit Meissel und Hamner im Régence hantierte und mich über die Mittagszeit in einem unmobilierten Zimmer auf dem Kachelplättchenboden zum Schlummern hinstrakte. Das Erinnern kennt ja Schlacken so selten, wie der Frühling Pelzmäntel. So erhalten auch die untersten Stufen nachträglich einen goldenen Schimmer, trotz primitiven Quartieren und Wanzenstichen.

Motto „Deutschland will entdeckt werden“, stellt also die Förderung des internen Reiseverkehrs voran, obschon eigentlich die Aktion den Auslandsreisen gilt. Wir messen der Sache vorderhand keine grosse Bedeutung zu, möchten aber den Veranstaltern der Aktion doch die Frage vorlegen, ob sie wirklich glauben, dem Wohle ihres Landes zu dienen oder ob sie über gewissen Sonderinteressen nicht doch die allgemeinen volkswirtschaftlichen Rücksichten zu sehr aus den Augen verlieren. Hiezu sei nur ein Punkt erwähnt: Die Schweiz bezog im Jahre 1928 von Deutschland Handelswaren im Betrage von 623 Millionen Franken, während ihre Ausfuhr nach Deutschland nur 387 Millionen betrug. Der Exportüberschuss Deutschlands belief sich demnach auf nahezu eine Viertel-Milliarden, ein hübscher Posten, der zweifellos in der Handelsbilanz unseres grossen Nachbarstaates keine nebenschäliche Rolle spielt. Auf alle Fälle ist die Schweiz in den gegenseitigen Handelsbeziehungen durchaus die gebende Partei. Nun ergibt aber eine einfache Überlegung, dass die Einfuhr der Schweiz naturgemäß in dem Umfang sich reduzieren muss, als ihr Fremdenverkehr zurückgeht, woraus erhellst, dass die Kampagne gegen die Auslandsreisen, volkswirtschaftlich gesprochen, Deutschland nicht die Vorteile eintragen dürfte, die man sich offenbar an gewisser Stelle davon verspricht.

„Unerträgliche Fleischpreise“

Von einem Vereinsmitglied in der Zentralschweiz wird uns geschrieben:

Wir können die Ausführungen (vide Nr. 17 „H.-R.“) über die enormen „die Existenz der Hotellerie in hohem Maße gefährdenden Fleischpreise“ nur voll und ganz unterstützen. Wir zahlen in der Zentralschweiz, sozusagen im Produktionslande des Fleisches, z.B. für Filet bis Fr. 8.— per kg. — Die Ursache dieser übersetzten Preise wird wohl in erster Linie in der fast hermetischen Einfuhrabsperzung zu suchen sein.

Während die Hotellerie aller umliegenden Staaten durch billigeren Lebensstandard, durch reduzierte Eisenbahntaxen die Unterstützung des Staates in weitestem Masse geniesst, wird die schweizerische Hotellerie durch Schliessung der Grenzen oder hohe Eingangszölle auf wichtigsten Lebensmitteln, durch hohe Eisenbahntaxen, Monopolgebühren und neulicher durch die Alkoholpreiserhöhung in ihrer Existenz auf's schwerste bedroht. Während andere Berufswege die weiteste Unterstützung von Seiten der Landesbehörden erhalten, scheint man die Hotellerie ganz stiefmütterlich zu behandeln und ihr das Leben noch saurer zu machen, was umso schwerer in die Wagschale fällt, als gerade jetzt die Aussichten für dieselbe, infolge der wirtschaftlichen Depression verschiedener Länder, nicht günstige sind. Hoffen wir, dass diese berechtigten Klagen zuständigenorts baldmögliche Beachtung finden.

Zum Hotelbaugesetz

(Korr.)

In ihrer letzten Nummer verurteilt die „Union Helvetia“ sehr scharf und ganz richtig die eigenartige Stellungnahme einiger Persönlichkeiten im Verband Schweizerischer Transportanstalten, die durch Vermittlung eines Zeitungskorrespondenten gegen die Verlängerung des Hotelbaugesetzes Stimmung machen möchten. Die Hotellerie bedauert das Vorgehen dieser Herren sehr. Dem Vernehmen nach betrifft es einige leitende Personen bei der Lütschbergbahn und bei der Furka- und Zermattbahn, Leute, die unseres Erachtens allen Grund hätten, mit der Hotellerie zusammenzuarbeiten. Die Herren vertreten den einseitigen Standpunkt, je mehr Hotels gebaut würden, desto mehr würde dadurch auf die Hotelpreise gedrückt und also von Seiten der Reisenden mehr Geld für die Bahnen ausgegeben. Ob die Hotellerie durch eine solche Wirtschaft, ähnlich wie vor dem Kriege, zu Grunde geht, scheint diesen Herren nebensächlich zu sein. Allerdings wird etwa noch ausgespielt, es komme vor,

dass grössere Plätze wie beispielsweise Zermatt usw. nicht alle Reisenden aufnehmen können. Ganz richtig. Danken wir Gott, dass es so ist und dass diese Plätze wenigstens ein paar Tage im Jahr angefüllt sind. Dafür sind sie wiederum während ungefähr 300 Tagen des Jahres fast vollständig leer und ohne Verdienst. Die paar Tage Stossverkehr rechtfertigen also in keiner Weise Bauten, die heute sofort in die Milliarden gehen.

Die Transportherren, die in dieser Weise ihre Bahninteressen oben- und die Hotellerie hinteranstellen, vergessen natürlich auch, gleichzeitig ihre eigene Tarifpolitik zu erwähnen. Die Hotellerie musste ihre Preise während des Krieges stark gedrückt halten und hat sich nachher noch zu einer wesentlichen Preisermässigung verstehen müssen. Die Bahnen aber, wir meinen hier speziell eine Anzahl Sekundärbahnen, haben im Gegensatz dazu ihre Preise während des Krieges der Teuerung reichlich angepasst, und sie sind auch seither noch bei der Kriegsteuerung geblieben. Wenn also die Herren, die wir hier im Auge haben, ihre liebenswürdige Beschießungstaktik aus gedeckter Stellung gegenüber der Hotellerie fortsetzen, werden sie es dem Hotellerie sicher nicht übelnehmen, wenn er seinerseits dann ein bisschen Bahntarif-Politik treibt. D.

Vom neuen Zolltarif

Letzte Woche besammelte sich die nationalrätliche Zollkommission zur zweiten Lesung des Entwurfes für den neuen Zolltarif, nachdem die Kommissionsbeschlüsse erster Lesung dem Bundesrat zur Gesamtprüfung überwiesen worden waren. In der zweiten Lesung gelangten vorläufig die Abschaffung Brennstoffe, Getränke, und tierische Nahrungsmittel auf die artikelseitige Behandlung, wobei die neuen Anträge des Bundesrates fast ausnahmslos angenommen wurden. So u. a. der Zollsatz von Fr. 40 für Schweinschmalz entgegen dem Vorschlag eines Vertreters der Landwirtschaft, der wesentlich höher gehen wollte. In bezug auf den Butterzoll schlugen die Vertreter der Landwirtschaft vor, diesen auf 120 Fr. (per 100 kg) statt 80 Fr. wie der Bundesrat vorschlägt, festzusetzen. Auf Antrag von Bundesrat Schulthess wurde dieser Vorschlag als Volkswirtschaftsdepartement zum Studium zurückgewiesen. Ferner wies die Kommission einen bürgerlichen Antrag, der den Bundesrat ermauert, den Milchzoll von 50 Cts. auf 5 Fr. zu erhöhen, wobei allerdings diese Erhöhung die normale Versorgung der Grenzbezirke nicht treffen soll, an das Departement zurück.

Fr. 120.— Butterzoll! Die Hotellerie wird aufhorchen, wenn sie von diesem Verlangen der Bauernschaft hört. Immerhin darf angenommen werden, der Bundesrat werde dieser Forderung ein kräftiges Nein entgegensezten.

Hotellerie und Fremdenverkehr

(O. T.) Die französischen Blätter publizierten letzthin einen Appell an die Hotellerie von Gaston Gerard, Hochkommissar des Tourismus. Wir entnehmen demselben die folgenden Stellen, welche ebensogut unsere schweizerischen Hotellerie als ihre Kollegen jenseits des Jura interessieren könnten. Man braucht nur das Wort Frankreich durch das Wort Schweiz zu ersetzen:

„Schlage Deine Preise an; Du wirst dadurch Beanstandungen vermeiden.“

„Der Reisende soll im bescheidensten Hause ein Zimmer, ein Appartement vorfinden, ausgestattet nach seinem Geschmack.“

„Erkläre dem Lärm den Krieg: Das Hotel, in dem man schlecht schläft, verleiht seine Gäste. Ermahn in aller Höflichkeit die Lärmenden zur Ordnung und zur Rücksichtnahme auf die Ruhe anderer. Sei verträglich, aber positiv. Es ist besser, einen Klienten zu verlieren, als hunderte zu belästigen.“

„Kontrolliere sorgfältig das Verhalten Deines Personals: Saubere Hände, blanke Tischtücher, reines Bettzeug, Kleidungen ohne Flecken.“

„Verwende alle Sorgfalt auf die Speisen: Die gute Mahlzeit erzeugt den guten Humor.“

„Mache Dir eine Ehre daraus, Deine Landesprodukte zu servieren.“

„Mit Deiner Prosperität ist eng verbunden diejenige des Handels, der Industrie, des Lebens von ganz Frankreich. Indem Du Deine Klienten so gut als möglich bedienst, leitest Du Wohlthaten einen guten Franzosen und wirst Du gute Geschäftes machen.“

„Bereise die Länder der Fremden, die zu Dir kommen. Indem Du Dich der Annahmehitigkeit ihres Wohnmörtels erinnerst, werden sie ihre Gedanken nach uns richten und ihre Erkenntlichkeit wird ihnen Angehörigen, ihren Freunden, ihren Nachbarn das Losungswort erteilen: „Reiset nach Frankreich!““

Vorteile der Korinthe gegenüber den übrigen Südfüchten: eine zarte Überhaut, ist frei von chemischer Behandlung, ist aromatisch und erfrischend.
GRIECHISCHES KORINTHEN-SYNDIKAT IN GENF