

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

Artikel: Hotellerie und Fremdenverkehr
Autor: O.T.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-540984>

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: 12.03.2026

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

ertragen könne. Heute, nach zwei Menschenaltern, lächeln wir über diese Sorgen unserer Vorfahren, wie unsere Enkel wahrscheinlich über den Windmühlkampf 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 aufzuhaltenden 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 Reiseländer 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 Kundschaft arbeitenden, nicht nur auf die eigenen Landsleute eingestellten Hotels. Dieses Gebot wird von der Tatsache diktiert, die keine nationale Agitation wegzumachen 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 Mitglieder wachsenden Reisevereinigungen und Reisesparvereine 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 Reiseverkehrs 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 Gästetauschs zu verwenden. Also im Grossen das, was uns der „Nord-Süd-Ausschuss“ im kleineren Rahmen vormacht. Die Form eines solchen Austausches bzw. 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

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 Reiseländern Europas nicht unbemerkt 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 lebhaft Propaganda im Ausland entfaltet.

Wir wollen nicht pro domo reden, glauben aber doch auf eine Tatsache hinweisen zu müssen. In Deutschland ist man vielfach der irrigen 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 fünfzehnten 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 alphabetisch 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 vom Auslande 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 Zieles 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 ergeht in der harmlosen und vorsichtigen Form eines Preisausschreibens unter dem

übrigens verdiente Lektion in Bezug auf das Tragen von Boockleten: „So treit 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 geworden — betrat ich wieder das „Régence“. Willkommen geheissen von etlichen Kellnern. Sah freundliches Lächeln, wo mir einst stolze abweisende Gesichter entgegenstarrten. Und freute mich köstlich. Monsieur le Chriesibueb liess sich und seiner Gemahlin ein opulentes Weihnachtsdinner 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 Hammer im Régence hantierte und mich über die Mittagszeit in einem unüblichen Zimmer auf dem Kachelplättchenboden zum Schlummern hinstreckte. 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 Wanzenzischen.

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 Veranstalter 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. Hierzu 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-Milliarde, ein hübscher Posten, der zweifellos in der Handelsbilanz unseres grossen Nachbarstaates keine nebensächliche 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 Umfange sich reduzieren muss, als ihr Fremdenverkehr zurückgeht, woraus erhellt, 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 überhöhten 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, Monopolgebühen und neuerlich durch die Alkoholpreiserhöhung in ihrer Existenz auf's schwerste bedroht. Während andere Berufszweige die weiteste Unterstützung von Seiten der Landesbehörden erhalten, scheint man die Hotellerie ganz steifmütterlich 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 Lötschbergbahn 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 Millionen gehen.

Die Transportherren, die in dieser Weise ihre Bahninteressen oben- und die Hotellerie hintenanstellen, vergessen natürlich auch, gleichzeitig ihre eigene Tarifpolitik zu erwähen. Die Hotellerie musste ihre Preise während des Krieges stark gedrückt halten und hat sich nachher noch zu einer wesentlichen Preiserhöhung 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 lebenswürdige Beschliessungstaktik aus gedeckter Stellung gegenüber der Hotellerie fortsetzen, werden sie es dem Hotelier sicher nicht übelnehmen, wenn er seinerseits dann ein bisschen Bahntarif-Politik treibt. D.

Vom neuen Zolltarif

Letzte Woche besammelte sich die nationale Zolkommission 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 Abschnitte Brennstoffe, Getränke, und tierische Nahrungsmittel zur artikelweisen Behandlung, wobei die neuen Anträge des Bundesrates fast ausnahmslos angenommen wurden. So u. a. der Zollsatz von Fr. 40 für Schweinefleisch, schmalz entgegen dem Vorschlage 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 aus Volkswirtschaftsdepartement zum Studium zurückgewiesen. Ferner wies die Kommission einen bäuerlichen Antrag, der den Bundesrat ermächtigt, den Milchzoll von 50 Cts. auf 5 Fr. zu erhöhen, wobei allerdings diese Erhöhung die normale Versorgung der Grenzgebiete nicht treffen soll, an das Departement zurück.

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

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 ebensowohl unsere schweizerischen Hoteliers 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 Beantstandungen 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, verliert seine Gäste. Ermahne 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, leistest Du Wohlthaten eines guten Franzosen und wirst Du gute Geschäfte machen.“

„Bereite die Länder der Fremden, die zu Dir kommen. Indem Du Dir der Annehmlichkeit ihres Wohnortes erinnerst, werden sie ihre Gedanken nach uns richten und ihre Erkenntlichkeit wird ihren Angehörigen, ihren Freunden, ihren Nachbarn das Lösungswort erteilen: „Reiset nach Frankreich!“

Vorteile der Korinthe gegenüber den übrigen Südfrüchten: Eine zarte Oberhaut, ist frei von chemischer Behandlung, ist aromatisch und erfrischend.
GRIECHISCHES KORINTHEN-SYNDIKAT IN „GENE“