

Werbedienst in Hotelbetrieben

Autor(en): **M.B.**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Technische Mitteilungen / Schweizerische Telegraphen- und Telephonverwaltung = Bulletin technique / Administration des télégraphes et des téléphones suisses = Bollettino tecnico / Amministrazione dei telegrafi e dei telefoni svizzeri**

Band (Jahr): **9 (1931)**

Heft 1

PDF erstellt am: **24.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-873630>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Werbedienst in Hotelbetrieben.

Um einen Hotelier zu bewegen, sämtliche Zimmer seines Hauses mit Telephon auszurüsten, war der Werbebeamte bis jetzt auf seine Ueberredungskunst angewiesen. Der Hotelier nimmt derartige Offerten entgegen wie diejenigen der Geschäftsreisenden, d. h. nach Abschreibung eines gewissen Prozentsatzes der angekündigten Vorteile. Zeigt er sich geneigt, in weitere Verhandlungen einzutreten, so ist es nicht ausschliesslich, weil er hören muss: „Sie schreiben sich Luxushotel oder Hotel I. Ranges, Ihre Prospekte sprechen von „Tout le confort moderne“, aber Ihr Haus besitzt keine moderne Telephonanlage“ usw., sondern weil er selbst reist und sieht, was anderswo geschieht, weil er genau beobachtet, was seine Kollegen machen, weil er einigemal von Gästen sagen hörte: „Warum kein Telephon in meinem Zimmer?“

Deshalb können die Werbebeamten mit grossem Vertrauen bei jedem vernünftigen Fachmann vorsprechen. Er hat Interesse für die Sache, er ist gespannt auf jede Verbesserung, er überlegt: „Wenn ich mich entschliesse, so habe ich das Neueste!“ — Aber all das ist für ihn nicht ausschlaggebend. Ueberzeugend wirkt auf ihn einzig das *Rechnungsergebnis*.

Mehr als irgendwo wird in der Hotelindustrie gerechnet; deshalb müssen wir mit Zahlen aufrücken. Obwohl der Hotelier nicht versucht, mit dem Telephon ein Geschäft zu machen — was grundsätzlich falsch wäre — besinnt er sich zweimal vor der Bestellung einer vollständigen Anlage. Die grossen Zahlen halten ihn zurück. Er weiss aber ebensogut wie wir, dass für ihn, wie für uns, mehr Gespräche mehr Verdienst bedeuten. Die folgenden Zahlen sollen ihm beweisen, in welchem Masse sein Verkehr zunimmt, sobald er eine nach unserer Auffassung zweckmässige Anlage besitzt.

<i>Hotel A</i>		<i>Vor Einrichtung von Zimmeranschlüssen</i>	
August	1928	1415.30	Fr. Gespräche
<i>Hotel B</i>		<i>Nach Einrichtung von Zimmeranschlüssen</i>	
Januar	1928	3923.—	Fr. Gespräche
Februar	1928 (Olymp.)	4425.40	„ „
	Zusammen	8348.—	Fr. Gespräche
<i>Hotel A</i>		<i>Nach Einrichtung von Zimmeranschlüssen</i>	
August	1929	3502.05	Fr. Gespräche
August	1930	4811.65	„ „
		<i>also 3½ mal mehr.</i>	
<i>Hotel B</i>			
Januar	1930	7274.95	Fr. Gespräche
Februar	1930	5774.50	„ „
	Zusammen	13,049.45	Fr. = +56%.

Glauben Sie ja nicht, die Saison sei im Jahr 1930 günstiger gewesen als im Jahr 1928, im Gegenteil. Die moderne Telephonausrüstung hat dieser Verkehrsvermehrung gerufen, was auch durch den nachstehenden Vergleich trefflich nachgewiesen wird.

Hotel C und D besitzen immer noch die frühern ungenügenden Telephoneinrichtungen, während die

Hotels E und F Zimmeranschlüsse eingerichtet haben. Das Ergebnis der drei besten Monate des Jahres für diese 4 Hotels mittlerer Klasse ist folgendes:

<i>Hotel C</i>			
Ohne Zimmeranschl.	1929=	1347.05	Fr. Gespräche
„	„	1930=	1099.10 „
			Rückgang 18% „

<i>Hotel D</i>			
Ohne Zimmeranschl.	1929=	355.25	Fr. Gespräche
„	„	1930=	201.60 „
			Rückgang 43% „

<i>Hotel E</i>			
Alte Einrichtung:	1929=	1607.50	Fr. Gespräche
Neue Einrichtung:	1930=	1657.45	„ „
			Vermehrung 3% „

<i>Hotel F</i>			
Alte Einrichtung:	1929=	264.90	Fr. Gespräche
Neue Einrichtung:	1930=	527.80	„ „
			Vermehrung 100% „

Also, trotz *schlechter Saison*, nicht Rückgang für E und F wie für C und D, sondern *Zunahme!*

Durch seinen Beruf weiss der Hotelier am besten, dass die Menschen, und ganz besonders auch seine Kunden, stark zur Bequemlichkeit neigen. Warum diese Bequemlichkeit nicht ausnützen, da es doch dem Gast sehr angenehm und für den Hotelier von Vorteil ist? Von dieser Erwägung ausgehend, lässt sich beweisen, dass die Steckdosen für den Hotelier unzuweckmässig sind, weil:

1. die Einrichtungskosten dieselben sind, ob Steckdosen oder Stationen am Ende der Drähte abgeschlossen werden;
2. die Kapazität der Zentrale für jeden Posten ausgerechnet und taxiert werden muss, ob er besetzt sei oder nicht.

Weshalb also Apparate in einem Schrank anhäufen, wo sie hoffnungslos totes Kapital darstellen, statt sie an ihrem einzig richtigen Platz auf dem Nachttisch aufzustellen, wo sie ganz bestimmt verwendet würden?

Ein weiterer Fall: Der Gast schaut sich das Zimmer an, fragt nach dem Preis, findet es etwas teuer, nimmt es aber doch. Darauf kommt noch die Frage: „Wünscht der Herr ein Zimmertelephon?“ Ist ihm der Apparat nicht unbedingt notwendig, so denkt er: „Ein Telephon, um den Zimmerpreis um 1 Fr. erhöhen zu können?“ — „Danke, ich brauche kein Telephon!“

Darum weg mit den Steckdosen; sie leisten dem Hotelier schlechte Dienste. Es gibt nur eines: Für jedes Zimmer eine feste Station, und zwar *vom Bett aus greifbar*. Dies ist besonders wichtig, wie folgendes Beispiel zeigt:

Das Wetter ist ungünstig, der projektierte Ausflug kann nicht stattfinden. Der Gast muss erstens seine Ausflugsfreunde telephonisch verständigen und zweitens die Stunden der Untätigkeit mit irgend etwas ausfüllen. Allerlei Gedanken schwirren ihm durch den Kopf. Er denkt an das Geschäft. Wie steht es dort? Er streckt die Hand und bestellt die Verbindung, welche seine Sorgen beseitigen wird.

Der Gast hätte sich niemals angekleidet, um von der Hotelkabine aus zu telephonieren! So kommt der Hotelier zur Deckung der Kosten, die Kundschaft ist hoch befriedigt, und unsere Rendite wird durch den grösseren Verkehr verbessert.

Braucht der Gast, der eine einwandfreie Telephonanlage zur Verfügung hat, eine weitere Einrichtung, um sich bedienen zu lassen? Nein! Gäste und Hoteliers können sich nichts Besseres wünschen als das Telephon.

Nehmen wir an, die Dame im Zimmer Nr. Y habe eine Lichtsignalanlage zur Verfügung. Sie wünscht ihre Frühmahlzeit und drückt die grüne Taste. Der Etagekellner ist sehr beschäftigt, es verfliessen mehrere Minuten bis er hinläuft. Die Bestellung wird notiert, der Diener läuft *ans Telephon*, wo er sie weiterleitet. Das Frühstück wird mit dem Warenaufzug befördert. Der Diener, der inzwischen anderswo gerufen wurde, nimmt es endlich in Empfang und legt den Weg zum Zimmer Y nochmals zurück. Wie einfach ist es dagegen, wenn die Dame *telephonisch* bestellt! Die Telephonistin nimmt den Auftrag entgegen und befördert ihn weiter. Der Diener nimmt am Aufzug das mit der Zimmernummer versehene Frühstück in Empfang und das Gewünschte ist mit einem einzigen Gang zur Stelle. Der Gast wartet nicht (die Telephonistin gibt sofort Antwort), die Bedienung ist rascher, das Hin- und Herlaufen beseitigt. Und doch... werden Signalanlagen eingerichtet! Woher kommt das?

1. Die Herren Hoteliers sind ungenügend aufgeklärt.
2. Sie haben mehr Vertrauen zu ihrem Installateur als zum Telephonamt!
3. Der Akquisiteur einer Privatfirma ist uns mit Erfolg zuvorgekommen, obschon wir in den abgelegten Ecken Vertreter haben — Post- und

Telephonbureauinhaber —, die uns rechtzeitig von Hotelumbauten usw. unterrichten sollten.

Können wir hier Abhilfe schaffen?

Die Lösung ist nicht leicht! Im Gegensatz zu den Werbebeamten der Telephonverwaltung, welche *mit voller Ueberzeugung* für das Beste und Vorteilhafteste eintreten, wehrt sich der private Vertreter in erster Linie für sein Geschäft. Beherrscht er die Sache, hat er sie gründlich geprüft, so weiss er ebensogut wie wir, was zu empfehlen wäre. Er offeriert aber allgemein — es gibt auch lobenswerte Ausnahmen — die Anlage, welche ihm den grössten Verdienst sichert. Das ist nun nicht die einzig zweckmässige „Telephonanlage der Verwaltung“, weil der Installateur bei dieser auf den für ihn interessanten Teil verzichten muss: *Die Lieferung der Apparate!*

Durch aufklärende Referate mit Verwendung der vorhandenen Filme und Diapositive (einschl. *Schemata der Hotelanlagen*), durch ausführliche, gut geschriebene Artikel in Fachzeitungen und durch Bekanntgabe der Erfolge und Erfahrungen in Werbebriefen sollte der noch zögernde Hotelier erfahren, dass wir nicht für unsere Tasche, sondern für die Allgemeinheit — infolgedessen auch für ihn — arbeiten. Er soll wissen, dass er mit vollem Vertrauen für jede Schwachstromanlage seines Hauses bei uns unentgeltlich Rat holen kann. Er muss zum voraus überzeugt sein, dass wir unsere Anlagen nur da vorschlagen, wo sie hingehören. Niemals versuchen wir Telephone zu erstellen, wo eine einfache Glocke genügt! Es bestehen aber noch recht viele unzureichende Anlagen an Orten, wo einzig der staatliche Telephon-Zweiganschluss nützlich gewesen wäre!

Um das Propagandaprogramm erfolgreich durchzuführen, müssen wir jede Gelegenheit ergreifen, uns unserer Kundschaft zu nähern; wir müssen ihr Interesse erwecken, sie zur Aussprache bewegen und den festen Eindruck hinterlassen, dass wir *für sie gerne da sind*.

M. B.

Verschiedenes — Divers.

Vergrosserung des Verwaltungsgebäudes der Obertelegraphendirektion.

In seiner Botschaft vom 12. Dezember 1930 begründet der Bundesrat den Ankauf des Naturhistorischen Museums in Bern zur Vergrosserung des Verwaltungsgebäudes der Obertelegraphendirektion.

Das heutige Verwaltungsgebäude an der Speichergasse wurde in den Jahren 1890—1893 errichtet. Es waren darin anfänglich untergebracht: die Telegraphendirektion mit ihren Bureaux, Magazine und Werkstätten, das eidgenössische Amt für geistiges Eigentum, das eidgenössische Versicherungsamt und ein Teil der administrativen Abteilung des eidgenössischen Eisenbahndepartementes. Mit dem Aufschwung des Telephonwesens wuchs auch das Raumbedürfnis der leitenden Organe der Telegraphen- und Telephonverwaltung. Die Mitbewohner mussten einer nach dem andern weichen, und seit 1915 dient das Gebäude ausschliesslich seinem eigentlichen Zwecke. Irgendwelche Ausdehnungsmöglichkeiten sind darin nicht mehr vorhanden. Es ist heute ausgeschlossen, in diesem Gebäude weiteres Personal und neue, durch die Entwicklung nötig gewordene Einrichtungen unterzubringen.

Andererseits sind auch die Magazinverhältnisse unbefriedigend. Die Magazine an der Speichergasse genügen nicht einmal mehr für die Lagerung sämtlicher Apparate, obschon die Bestände möglichst niedrig gehalten werden.

Für die Motorfahrzeuge ist keine Garage vorhanden, und auch die Reparaturwerkstätte leidet an Raumknappheit.

Unter diesen Umständen war es für die Obertelegraphendirektion ausserordentlich wertvoll zu erfahren, dass es möglich sei, das neben ihrem Verwaltungsgebäude gelegene *Naturhistorische Museum* käuflich zu erwerben.

Das Museumsgebäude genügt zur Unterbringung der Sammlungen heute nicht mehr, weshalb dessen Eigentümerin, die Burgergemeinde Bern, zu dem Entschlusse gelangt ist, es zu veräussern und dafür anderswo einen zweckentsprechenden Neubau aufzuführen.

Die Erwerbung des Museumsgebäudes bietet der Telegraphenverwaltung wesentliche Vorteile. Einmal lässt sich das Gebäude den Bedürfnissen der Verwaltung gut anpassen, wenn auch die Räume reichlich hoch sind. Sodann kann das Verwaltungsgebäude der Obertelegraphendirektion auf der Seite der Speichergasse durch einen Zwischenbau mit dem Museumsgebäude verbunden werden. Es wird auch möglich sein, die Verhältnisse in der Reparaturwerkstätte zu verbessern und im Hofe der Museumsliegenschaft eine Garage zu erstellen. Endlich lässt sich eine Ausfahrt nach der Waisenhausstrasse gewinnen, wodurch ein günstiger Zugang zur Lorrainebrücke geschaffen wird.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass nach Zusammenlegung der beiden Liegenschaften eine viel bessere Ausnützung der vorhandenen Bodenfläche möglich sein wird als bis anhin.