

Les coupons d'hôtel italiens en Suisse : communiqué

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels**

Band (Jahr): **9 (1900)**

Heft 27

PDF erstellt am: **03.05.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-522610>

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.

Erscheint
• • • SamstagsParaissant
• • • le Samedi

Abonnement:

Für die Schweiz

3 Monate Fr. 2.—
6 Monate „ 3.—
12 Monate „ 5.—

Für das Ausland:

3 Monate Fr. 3.—
6 Monate „ 4.50
12 Monate „ 7.50Verlags-Mitglieder
erhalten das Blatt
gratis.

Inserate:

7 Cts. per 1 spaltige
Millimeterzeile oder
deren Raum. — Bei
Wiederholungen
entsprechend Rabatt.
Verlags-Mitglieder
bezahlen 3 1/2 Cts.
netto per Milli-
meterzeile
oder deren
Raum.

Organ und Eigentum des

Schweizer Hotelier-Vereins

9. Jahrgang | 9^{me} Année

Organe et Propriété de la

Société Suisse des Hoteliers

Abonnements:

Pour la Suisse:

3 mois Fr. 2.—
6 mois „ 3.—
12 mois „ 5.—

Pour l'Etranger:

3 mois Fr. 3.—
6 mois „ 4.50
12 mois „ 7.50Les Sociétaires
reçoivent l'organe
gratuitement.

Annonces:

7 Cts. par millimètre-
ligne ou son espace.
Rabais en cas de ré-
pétition de la même
annonce.
Les Sociétaires
payent 3 1/2 Cts.
net par milli-
mètre-ligne
ou son
espace.

Redaktion und Expedition: Sternengasse No. 21, Basel * TÉLÉPHONE 2406 * Rédaction et Administration: Sternengasse No. 21, Bâle.

Mitglieder-Aufnahmen.

Admissions.

Tit. Aktiengesellschaft Hotel Schweizerhof, St. Moritz Dorf	95
Herr Ad. Angst, Direktor, Hotel Schweizerhof, St. Moritz Dorf (persönliches Mitglied)	
„ J. Schmid-Seiler, Direktor, Kurhaus Weissbad (Appenzell)	140
„ S. Hauni, Hotel Engel, Baden	30
„ J. Heuer, Hotel Bahnhof & Dep. Chalet Berna, Baden	20
„ Jos. Schönebeck, Hotel Schönebeck, Konstanz	60
„ Alb. Witta, Bahnhofrestaurant, Rorschach	

Oeffentliche Bitte!

Die Unterzeichneten appellieren hienmit an den Wohlthätigkeitssinn der Vereinsmitglieder zu Gunsten eines betagten kranken Kollegen, der mit seiner Familie durch vielerlei Missgeschick in grosse Bedrängnis geraten und erbetenen Hilfe nicht nur sehr bedürftig, sondern derselben auch würdig ist. Gaben zu diesem Zwecke wolle man an die Redaktion dieses Blattes senden, welche dafür öffentlich quittieren wird.

J. Matti, Hotel des Alpes, Interlaken.
F. Stork, Hotel Bellevue, Interlaken.
F. A. Pohl, Hotel Bellevue, Zürich.
H. Galden, Hotel Schwert, Zürich.
F. Weber, Hotel de la Paix, Genf.

Bis 7. ds. eingegangen: Von J. W. in J. Fr. 25, C. F. in Br. 20.

Weitere Beiträge werden dankbar entgegen-
genommen.

Zur gefl. Notiz.

Mit Ende Juni war der Termin für die Rücksendung der ausgefüllten Fragebogen betr. die Statistik über den Fremdenverkehr vom Jahre 1899 abgelaufen; leider sind uns bis dato nur etwa ein Viertel der Fragebogen zugegangen und ersuchen wir daher alle Diejenigen, welche dieselben noch nicht eingegangen, dringend, dies noch thun zu wollen, ehe und bevor die Saison sie gänzlich daran hindert.

Das Centralbureau.

LES COUPONS D'HOTEL ITALIENS
EN SUISSE.

(Communiqué).

Monsieur le rédacteur.

Veuillez m'accorder une petite place dans vos colonnes pour entretenir vos lecteurs d'un inconvénient qui, s'il ne frappe pas directement la majorité des membres de la Société suisse des hôteliers, n'en est que plus sensible à nos collègues de la section de la Suisse italienne.

Sans vouloir injurier en quoi que ce soit les mérites incontestables que l'agence de voyages Th. Cook & Sons s'est acquis par l'impulsion qu'elle a su imprimer au tourisme, je désirerais attirer son attention sur un abus qui s'est glissé dans ses relations avec les hôteliers tessinois et auquel elle devrait remédier, pour mettre fin à des plaintes et à des réclamations incessantes.

On sait que la maison Th. Cook & Sons met en vente pour les voyages en Italie des coupons d'hôtel absolument semblables à ceux

qui ont cours dans tous les hôtels de la Suisse, mais qui portent en outre la remarque: „only for use in Italy“.

Jusqu'ici nous n'aurions pas lieu de nous plaindre, et c'est l'affaire des collègues italiens de s'entendre avec la maison en question au sujet de la correction de cette addition sur des coupons d'hôtel *internationaux* (qui ne portent aucune indication de valeur, mais représentent uniquement des bons pour dîner, souper, logement, etc.).

Mais ce que je me permettrai de qualifier d'abus entraînant un préjudice direct à nos intérêts, c'est l'habitude qu'ont MM. les agents Cook, en délivrant ces coupons italiens dans les centres où ils sont en vente, insinuer aux acheteurs qu'ils doivent être acceptés comme *valides* dans la région tout entière des 3 lacs italiens, alors qu'ils devraient savoir que les caissiers de MM. Th. Cook & Sons ont pour instruction de refuser les coupons présentés à l'encaissement comme provenant de la Suisse italienne, ou tout au moins de ne les accepter que sous déduction de 10% du prix conventionnel.

De plus, l'observation *only for use in Italy* est imprimée sur tous ces coupons italiens au moyen d'un mauvais timbre à main et d'encre violette pâle encore plus mauvaise sur un fond de couleur, de sorte qu'elle n'est visible, tant au touriste qu'à l'hôtelier, qu'à condition d'y regarder de très près! Cette manipulation pour le moins *singulière* entraîne à sa suite, comme nous l'avons dit, des réclamations et des ennuis sans fin, et le voyageur agacé ne se gêne pas pour parler de *humbug* et d'*escroquerie*. Cette mesure de prudence pouvait avoir sa raison d'être à l'époque où la différence de cours entre la Suisse et l'Italie était très considérable et atteignait jusqu'à 15 et 20%, mais aujourd'hui que la perte sur le papier italien est au maximum de 4—6%, la grande agence devrait savoir se contenter du bénéfice qu'elle réalise en tous cas sur ses opérations de change avec nos collègues italiens, auxquels elle rembourse les coupons, après déduction de la commission usuelle, en monnaie italienne, alors qu'elle a reçu du public touriste, dans la majorité des cas, de bonnes pièces d'or anglaises ou françaises.

Jusqu'à présent, les réclamations adressées à qui de droit sont restées sans réponse; puissent ces lignes contribuer à en hâter la solution.

Il était à prévoir

que le fameux *Guide pour étrangers*, publié par une certaine maison Segessmann & Cie. à Berne continuerait à spéculer sur la bonhomie — pour éviter un terme plus significatif — des hôteliers. Le „Guide“ a paru, c'est le moment d'encaisser la monnaie. Si l'on pouvait déjà qualifier de concurrence peu loyale la manière dont on a tenté de compléter ce guide, il est à plus forte raison déloyal de réclamer le paiement d'annonces qui n'ont pas été commandées. Mais ce n'est pas pour gêner la maison en question; elle envoie simplement à ses clients forcés une missive de la teneur suivante:

„Nous avons l'honneur de vous adresser ci-joint, pour examen, un exemplaire du *Guide des étrangers*. Afin de rendre cette œuvre aussi complète que possible, nous avons pris la liberté d'y reproduire une annonce de votre honorable établissement, et nous estimons, ce faisant, avoir agi dans l'intérêt de votre maison.

Le coût de votre annonce se monte à fr. 17, et son paiement donne droit à l'insertion pendant une année, soit jusque et y compris le printemps de 1901.“

Nous avons soumis ce soi-disant „Guide“ à un examen duquel résulte pour nous la conviction que la majorité des annonces y a été insérée à l'insu et contre la volonté des intéressés, dont bon nombre, l'insertion eût-elle même été

gratuite, n'ont guère lieu d'être reconnaissants de ce procédé. Ainsi, par exemple, le Kurhaus Weissenstein, dont il est dit que son prix de pension est de fr. 4 au minimum et fr. 5 au maximum. Il y aurait lieu d'examiner si on n'est pas en droit de porter plainte pour cause de préjudice professionnel. Quand on voit les 8 hôtels de Louèche les Bains, qui appartiennent à une société par actions, chacun porté comme propriété particulière, les hôtels du Mont Blanc et Clerc à Martigny représentés comme ne faisant qu'un, l'Hôtel du Besso transporté de Zinal à Zermatt et le Kurhaus Grimmelalp relégué à une localité Grimmelwald qui n'existe pas, etc., etc., ces erreurs n'ont rien d'étonnant, étant donnée la nature de ce guide; mais elles prouvent d'autant mieux que les hôtels en question n'ont pas donné d'ordre d'insertion et qu'à l'officine Segessmann on ne s'inquiète pas de ces détails en présence du but sublime qu'on a constamment en vue: l'encaissement de la monnaie. Nos sociétaires figurant en assez grand nombre dans cette „œuvre“ et ayant été sans aucun doute sollicités sans exception de verser leur obole, nous les prions de bien vouloir envoyer à notre bureau toutes les lettres de ces qu'on mandeurs, nous aurons l'occasion d'en faire usage dans leur intérêt. Il est presque superflu d'ajouter ici qu'il n'existe aucune obligation de répondre à ces demandes de paiement, et qu'au contraire, plus d'un hôtelier paierait volontiers pour éviter de voir sa maison figurer sur cette liste.

Zur Geschichte des Bergsteigens.

Ein Herr J. B. schreibt im „Bund“: „Die Fremdensaison wirft wieder ihre Wellen. Wollemaden kaden meinte einst in einer sonst durchaus wohlwollenden Schilderung von Tells Heimat, der Rigi sei heute eine Zeche, in welcher vornehm Hoteliers die reine Bergluft zu fünf Frankenstücken und den Reiz der Landschaft in Napoleons ausmünzen. So arg ist's nun gerade nicht. Gewiss bleiben alle Jahre schöne Summen in unserm Lande zurück, für die Mühe und den Aufwand, welche Bedienung und Beköstigung der Fremden fordern. Die statistischen Erhebungen beweisen jedoch, dass der reine Unternehmergewinn für das am Fremdenverkehr beteiligte Kapital ganz mässig ist. Und doch freuen wir uns dieser Einnahmequelle redlich und herzlich. Gewaltig ist der Menschenstrom angeschwollen, welcher alljährlich sich Genuss und Erholung sucht an unsern Gesundbrunnen, an unsern Alpeen, auf unsern Bergessenen oder in romantischen und bizarren Felsabyrthen, an krystallinen Gletschern, bei stäubenden Wassern und düstern Arven. Der Sinn für die Zauberei unseres Alpenlandes ist allgemein, in das Merkmal der Bildung geworden in allen Weltteilen.

Dem war nicht immer so! Erst vor etwas mehr wie hundert Jahren wurde die Schweiz nach dieser Richtung hin eigentlich „entdeckt“. Goethe, Saussure, Ebel und Schiller machten die Welt zuerst mit den Wundern unseres Landes bekannt. Noch im Jahre 1815 wurde auf dem Rigi erst eine Hütte gebaut, 1816 dort ein kleines Bergwirthshaus errichtet mit einem ganzen Dutzend Betten. Und jetzt? Unser Land ist zur Sehensucht geworden für eine Unzahl „zahmer“ und „wilder“ Touristen, zum Magneten für die reisende Welt.

Im Altertum kannte man das gar nicht, was wir jetzt unter Naturgefühl, unter landschaftlicher Schönheit und unter Sinn für die Natur verstehen. Die Alten hatten kein Verständnis für den Zauber der Bergwelt. Hannibal und Cäsar wurden auf ihren Alpenwanderungen von den Reizen und Wundern der Hochgebirgsnatur nicht gefesselt. Sie erzählten der Mit- und Nachwelt nur von den unsäglich Beschwerden und

Gefahren der Berge. Um die Langeweile auf dem Zuge über die Alpen zu besiegen, machte Cäsar auf der Reise — Grammatikstudien. Das ist wohl der Gipfel von Gleichgültigkeit für die Umgebung! An Stelle dieser absoluten Interesselosigkeit des Altertums trat im Mittelalter noch etwas Schlimmeres, nämlich die Angst und das Grauen vor dem Geheimnisvollen der Alpenwelt. Die Phantasie unserer Ahnen machte die Felschluchten, die Seebecken und den Wald zu Herbergen der bösen Geister. Die Nachklänge dieser gespensterschaffenden Zeiten zittern ja fort bis in unsere Tage hinein. Noch der aufgeklärte Vadian, St. Gallens gelehrter und weitgeister Bürgermeister, glaubte an den Pilatusspuk. Man mied die Berge aus Teilnahmslosigkeit oder aus Furcht. Eine kurze Anwendung, mit dieser Weltanschauung zu brechen, überließ im 14. Jahrhundert den italienischen Musensohn Petrarca. Er unternahm kühn die unerhörte That, den Mont Ventoux, jene freistehende, weit in die Landle auslugende Pyramide der französischen Seelpe zu erklettern. Es belebte ihn, den eifrigen Forscher, der Gedanke, dass sich ihm auf jener Spitze weitere Horizonte eröffnen müssten. Petrarca, ein Wunderkind seiner Zeit, schätzte, versteht und würdigt als Erster und Einziger die Schönheiten einer Landschaft. So tritt er uns als erster modern fühlender Mensch entgegen. Der Bergtrieb ist in ihm erwacht und er macht mit seinem Bruder am 26. April 1336 die Reise auf den 1912 Meter hohen Ventoux-Gipfel. Das Wagnis nimmt aber für den kecken Mann einen tragischen Abschluss. In einem berühmten Briefe an seinen „väterlichen Freund“, den Kardinal Johann Colonna, schildert er diese Bergfahrt. In erster Linie bringt er eine Reihe von Entschuldigungen an, dass er eine so unerhörte That gewagt. Bei der Neuheit des Unternehmens und der Ungewohntheit des Kletterns war die Fahrt immerhin eine schwierige. Müdigkeit stellte sich früh ein. Ein Ritt wartet eindringlich vor dem Höhersteigen. „Aber, wir haben vor uns einen langen Tag. Die Luft ist strahlend; es mangelt uns nicht ein fester Wille und körperliche Gewandtheit. Das Ziel winkt immer näher, und endlich ist die oberste Spitze erreicht, Petrarca ist ganz überwältigt, einem Verdrückten ähnlich. Er sieht mehr mit der Seele als mit den Augen und wird immer erregter. Unter dem gewaltigen Eindruck des Augenblicks werden seine Gedanken philosophische Betrachtungen. Fast vergisst der sinnende Mann, wo er weilt. Schon drängt die Zeit zur Rückkehr. Da erwacht er wie aus einem Traume. Nochmals hält er Umschau und lässt das gewaltige Bild vor sich auf seine Seele wirken. Plötzlich fällt ihm das Büchlein auf, das er immer mit sich führt, das Büchlein „von grosser Süßigkeit“, die Confessiones des h. Augustin. Er wundert sich, auf welche Stelle desselben der Zufall sein Auge lenkte und was dessen grosser Verfasser ihm in diesem feierlichen Momente, an dieser Stätte zu sagen habe. „Gott ist mein Zeuge“, schreibt er, „an der Stelle, auf welche ich mein Auge richtete, im zehnten Buche stand geschrieben: „Da gehen die Menschen hin und bewundern die Bergeshöhen und die gewaltigen Fluten des Ozeans und die breiten Stromläufe und den Meeresgürtel und die Bahnen der Gestirne und — verlassen sich selbst.“

Der kecke Bergbezwinger gerät in Bestürzung.

Also das, was er so heiss ersucht, so kühn errungen, war eine Verirrung, eine Sünde! Da steht es! Ein Zweifel ist ausgeschlossen. Stumm schliesst er das Büchlein. Sein Bruder sieht ihn erstarrt und besorgt an. „Belastige nicht!“ Ein Meer von Gedanken stellt sich ein. Ein wilder Kampf zwischen Mittelalter und Neuzeit durchbraust den Kopf des Sinnenden. Lange, düstere Betrachtungen folgen. Der Sturm tobt hin und her. Zuletzt siegt jedoch noch einmal das Mittelalter. Immer klarer wird es dem hochveranlagten Manne, dass die Welt voller