

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 1 (1892)
Heft: 7

Titelseiten

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 01.02.2025

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

Erscheint Samstags.

1. Jahrgang.
1^{re} ANNÉE.

Paraissant le Samedi.

HOTEL-REVUE

Organ und Eigenthum
des

Schweizer Hotelier-Vereins.

Abonnement:

5 Fr. per Jahr, 3 Fr. per Halbjahr. Fürs Ausland mit Portozuschlag.
Vereinsmitglieder erhalten das Blatt gratis.

Inserate:

25 Cts. per einspaltige Petitzeile oder deren Raum. Bei Wiederholungen Rabatt.
Vereinsmitglieder bezahlen die Hälfte.

Korrespondenzen, Vereinsberichte und Inserate sind an die Redaktion in Basel zu adressiren und müssen selbige je bis Mittwoch Abends eingeschickt werden.

Organe et Propriété

de la

Société Suisse des Hôteliers.

Abonnements:

5 Frs. par an, 3 Frs. pour 6 mois. Pour l'étranger le port en sus.
Les sociétaires reçoivent l'organe gratuitement.

Annonces:

25 Cts. pour la petite ligne ou son espace. — Rabais en cas de répétition de la même annonce. — Les sociétaires payent moitié prix.

Les correspondances, rapports et annonces doivent être adressés à la rédaction à Bâle jusqu'à Mercredi soir de chaque semaine.

Redaktion & Expedition: St. Albananlage Nr. 7, Basel.
Telegramm-Adresse: „Hotelrevue, Basel.“

Téléphone No. 1370.

Rédaction & Expedition: Avenue St. Alban No. 7, Bâle.
Adresse télégraphique: „Hôtelrevue Bâle“.Offizielle Nachrichten.
NOUVELLES OFFICIELLES.

Avis an die Herren Hoteliers!

Mit der nächsten Monat stattfindenden Erneuerungswahl des Verwaltungsrathes unseres Vereins beginnt eine neue dreijährige Geschäftsperiode im Verein. Wir benutzen diesen Anlass, **diesen Kollegen, welche sich unserem Verein anzuschliessen gedenken**, hierauf aufmerksam zu machen und dieselben einzuladen, ihre Anmeldungen schon jetzt, vor dieser Wahl, an uns gelangen zu lassen.

Luzern, den 18. April 1892

Schweizer Hotelier-Verein
Der Vice-Präsident:
J. Döpfner.

Avis à Messieurs les Hôteliers.

L'élection du Conseil d'administration de notre Société, qui doit avoir lieu le mois prochain, inaugurerà pour celle-ci une nouvelle période d'activité de trois années. Nous saisissons cette occasion pour rappeler ce fait **à ceux de nos collègues qui désireraient entrer dans notre Société** et les prions de bien vouloir nous faire parvenir leurs demandes d'admission avant la dite élection.

Lucerne, le 18 Avril 1892.

Société suisse des Hôteliers.
Le Vice-président:
J. Döpfner.

Mitglieder-Aufnahmen. — Admissions.

Hr. Louis Baldenweck, vom Hotel Bellevue, Freiburg.
Hr. Wilhelm Scholl, vom Hotel Scholl, Ragaz.
Hr. J. Borsinger, vom Hotel Verena Hof, Baden.

Avis an die Mitglieder
sowie an die schweiz. Hoteliers.

In der Zeit vom Juni bis Oktober dieses Jahres findet in Scheveningen eine unter dem Patronat der Königin-Regentin von Holland stehende, von einer anonymen Gesellschaft veranlasste Sportausstellung statt.

Von dem Chevalier Hrn. R. van Brengel-Douglas, Hotel Alteburg, Gevers Deijnootweg 98, Scheveningen, Mitglied der Spezialkommission für die Gruppe XIII „Alpinisme“, sind wir um die Vermittlung zur Beschaffung von Gebirgsreliefs für diese Ausstellung angegangen worden.

Indem wir diejenigen Herren Kollegen, welche im Falle sind und die Absicht haben, dem an uns gestellten Ansinnen entgegenzukommen, einladen, sich direkt an die genannte Adresse zu wenden, fügen wir bei, dass bezüglich Tragung der Kosten, welche

aus einem event. Entgegenkommen entstehen, Nachfrage gehalten worden ist. Wir werden nicht verfehlen, nach erhaltener Antwort über diesen Punkt weitere Mittheilungen zu machen.

Luzern, den 19. April 1892.

Der Vice-Präsident:
J. Döpfner.Avis à nos Sociétaires
ainsi qu'aux Hôteliers suisses.

Une Société anonyme organise à Scheveningen pour les mois de juin à octobre de cette année et sous le patronat de S. M. la Reine-régente de Hollande, une exposition des divers genres de sport.

Mr. le Chevalier R. van Brengel-Douglas, à Scheveningen, Gevers Deijnootweg 93, Hotel Alteburg, Membre de la Commission du Groupe XIII «Alpinisme», a sollicité notre intervention, afin de lui procurer des reliefs de montagnes destinés à figurer dans cette exposition.

Nous prions donc ceux de nos collègues qui seront disposés à acquiescer à la demande qui nous a été faite, de bien vouloir se mettre en relation directe avec l'adresse ci-dessus; nous ajoutons que des explications ont été demandées sur la question des frais résultant de l'envoi et de l'exposition de reliefs à Scheveningen; aussitôt que la réponse nous sera parvenue, nous nous empresserons de vous transmettre des communications ultérieures.

Lucerne, le 19 Avril 1892.

Le Vice-président:
J. Döpfner.

Reklame.

II.

Anschliessend an unsere Ausführungen in letzter Nummer über die Nothwendigkeit der Reklame wollen wir heute das Repertoir der Reklamemittel aufschlagen und nachsehen in welcher mannigfaltiger Weise und unter welcher verschiedenartiger Form sich dem Hotelier Gelegenheit bietet sein «Glück» zu erjagen, wodurch dann auch gleichzeitig dargethan wird, wie viele Derer sind, die durch Gründung von Reklameunternehmen — selbstverständlich nur im Interesse der Hotelindustrie — auf Kosten dieses «Glücks» ihr angenehmes Dasein fristen und dabei ohne es zu wollen, zum «gemachten Manne» werden, an Stelle Desjenigen, dem sie zum «Glück» verhelfen wollten.

Wir haben bei dieser Blumenlese nur diejenigen Unternehmen im Auge, mit deren Produkten die Schweizer Hoteliers während den letzten Jahren «beehrt» wurden und von diesen Produkten nur diejenigen, die in diesem oder jenem Sinne der Beachtung «würdig» sind. Sollte das eine oder andere Unternehmen vergessen werden, so mögen uns die betreffenden Unternehmer entschuldigen oder aber im Stillen Dank wissen.

Dreissig gänzlich von einander verschiedene *Reisehandbücher* haben die Aufgabe übernommen, sich für die Interessen der Hotelindustrie zu «opfern». Fünfzehn *Kursbücher* mit Inseratenanhang sorgen dafür,

dass die Fremden auch ausser der Fahrt ihren Kurs nicht verlieren. Vierzehn verschiedene Bücher enthalten «sämtliche» Hoteladressen, nennen sich in Folge dessen *Adressbücher*, obwohl gewöhnlich nur die Hälfte Hotels darin verzeichnet sind, wahrscheinlich weil ein Theil der Hoteliers nicht italienisch versteht und nicht weiss was «bagare» bedeuten soll. Acht «Führer», «Wegweiser» oder «Rathgeber» führen die Fremden direkt ins «Vestibul», um die Bage-telle von einigen Hundert Fränklein. Fünf- und zwanzig politische Zeitungen, namentlich ausländische, führen eine *Hoteltafel* von nur «empfehlenswerthen» Hotels, vorausgesetzt, dass dieselben durch einige Napoleonöchen empfehlenswerth «geworden». Wenn dann im Texte der nämlichen Blätter über angebliche ausgebrochene Epidemien, politische Zwistigkeiten oder sonstige An- gelegenheiten losgedonnert wird, um womöglich den Fremdenstrom auf andere Bahnen zu lenken, dann ist die «Empfehlung» komplet. Fünfzehn *Fachzeitungen der Hotelindustrie und Organe zur Hebung des Fremdenverkehrs* fühlen sich be- rufen, an dem Aufbau dieser soit-disant lukrativen Industrie mitzuwirken. Dreissig *Jahrbücher und Fachzeitungen* anderer *Gewerbe*, von denen die Grosszahl gewöhnlich im «Fach» liegen bleibt, wollen auch nicht zurückstehen und sind gerne bereit, sich eben- falls an dem silbernen Quell zu laben. *Familien- und Modejournale* sind es deren circa zehn und auch diese finden es «mo- dern» den Hoteliers ihre Aufwartung zu machen. *Bücher über Heilquellen und Kur- orte* kennen wir vorderhand nur fünf, welche aber ihre «Heilkraft» auch auf die gesunden Hoteliers übertragen sich befeissen. *Sai- son- und Eisenbahnzeitungen* kennen wir zwanzig, jedoch sind vielleicht, während wir diesen Artikel schreiben, noch ein Dutzend im Entstehen begriffen, um näch- sten Sommer miteinzugreifen in die Spei- chen, in der Hoffnung, es bleibe «etwas» an den Fingern hängen. Weiter existirt noch eine Partie *Hotelführer*, die von grossen Aktienhotel- Gesellschaften heraus- gegeben werden und pipfelt in diesen Unter- nehmen die «Gemeinnützigkeit» und «Kolle- gialität», denn dass diese, allerdings gegen «rollende» Entschädigung, sich herbeilassen für die Andern «thätig» zu sein, ist doch gewiss «nobel». Niemand versäume die «Gelegenheit».

Braucht man einen fachlichen *Notiz- kalender*, so bekommt man deren mit Leich- tigkeit und über ein Dutzend verschiedener Sorten fast umsonst, was aber nicht um- sonst ist, das sind die darin enthaltenen Annoncen bei denen wiederum die Hotels den «Vorzug» haben. Ist man in Verlegen- heit um ein *Bleistift*, so ärgere man sich nicht, es werden zu Tausenden «verschenkt», wie so? Sehr einfach! Jeder «im Interesse