

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Band: 1 (1892)
Heft: 8

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: 21.11.2024

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

Gratis.

BASEL, den 30. April 1892.

No. 8.

BALE, le 30 Avril 1892.

Erscheint Samstags.

1. Jahrgang.
1^{re} ANNÉE.

Paraissant le Samedi.

HOTEL - REVUE

Organ und Eigenthum
des**Schweizer Hotelier-Vereins.**Organe et Propriété
de la**Société Suisse des Hôteliars.****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.

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 im Monat Mai stattfindenden Erneuerungswahl des Verwaltungsrathes unseres Vereins beginnt eine neue dreijährige Geschäftsperiode im Verein. Wir benutzen diesen Anlass, **diejenigen 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 Vize-Präsident:
J. Döpfner.**Avis à Messieurs les Hôteliars.**

L'élection du Conseil d'administration de notre Société, qui doit avoir lieu au mois de Mai, 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 Hôteliars,
Le Vice-président:
J. Döpfner.**Im Gasthause.**

Unter diesem Titel veröffentlicht ein Herr E. v. Kade, im «Tourist», dem Organ des Verbandes deutscher Touristen mit circa 40,000 Mitgliedern einen Artikel über das Leben in Hotels. Am Schlusse desselben drückt der Verfasser den Wunsch aus, seine Erörterungen möchten auch in andern Blättern veröffentlicht werden. Da wir nun vermuthen, dass dies geschehen wird, so wollen auch wir die Hauptmomente aus dem Artikel herausgreifen, einestheils, um dafür Propaganda zu machen, hauptsächlich aber um die darin enthaltenen übertriebenen Anforderungen zu widerlegen, in der Hoffnung, dass der «Tourist», der mit dem Artikel des Herrn E. v. Kade selbst nicht ganz einverstanden zu sein erklärt, unsere Wiederlegungen ebenfalls wiedergebe. Herr E. v. Kade schreibt:

„Fülle Deinen Beutel mit Gold!“ Das beachte Jeder, der mit Genuss reisen und unterwegs von

seinen Gewohnheiten nichts angeben will, beschränke lieber Deine Ziele. Thut man dies, so wird man auch in das wirklich schon langweilig werdende Klageged über die „theuren“ Hotels etc. nicht einstimmen. Hand auf's Herz: neun Zehntel von uns isst in modernen Gasthäusern doch ungleich besser, als daheim; die Bedienung, die wir im Hotel haben, ist meist eine viel aufmerksamere als die seitens der jetzt ewig wechselnden Dienstmädchen der Privathäuser; die Wohnung ist — man kann sich ja aber auch mehrere Zimmer nehmen — weniger geräumig, aber reichlich ebenso kostbar eingerichtet, wie zu Hause, kurz, man solle doch nicht so viel klagen.

Die nachstehenden Zeilen sollen deshalb auch keine Klagen, sondern nur Wünsche für das Wohl der Reisenden enthalten. Sie stammen aus der Feder eines Erfahrenen, der seit Jahren wegen seiner Gesundheit, in Geschäften und aus Reiselust viel auf der Landstrasse liegt.

Heutzutage im Zeitalter der Postkarte und des Telephons ist es zur Vermeidung von zeitraubenden Unbequemlichkeiten Jedem zu rathen, seine Ankunft am Reiseziel anzumelden. Es müsste hierfür gedruckte Formulare geben, die meiner Ansicht nach etwa folgendermassen lauten sollten:

„....., den ... ten ... mittags ... Uhr von ... eintreffend, bitte ... Zimmer ... Betten in Preislage von ... bis ... Mark pro Tag einschliesslich Licht und Bedienung.“

Bemerkungen:
? Etage ... } bevorzugt.
Süd-, Nord-, Strassen-, Hofseite }
Heizung.
Wärmflasche, Federbett, Kopfkissen.
Wagen am Bahnhof.
Wenn Vorstehendes nicht erhältlich, bitte Karte, Telegramm nach ... oder mündliche Mittheilung am Bahnhof.

(Nichtzutreffendes zu durchstreichen!)
Alle Zeitungshändler auf den Bahnhofen müssten solche Karten zum Verkauf stellen, sie würden glänzende Geschäfte machen, und die Wirthe würden ebenso wie die Reisenden Zeit und Aerger sparen.

Wie die Redaktion des «Tourist» selbst so können auch wir solchen «Bestellungen» sowohl im Interesse des Reisenden wie auch des Hoteliers nicht bestimmen.

Die «Bestellkarte», wie sie sich der Verfasser vorstellt, setzt eine absolute Kenntniss des zu besuchenden Hotels voraus, zumal es Hotels gibt, die gar keine bestimmte Himmelsgegend haben und überdies würde diese allzudetaillirte «Bestellung» zu peinlichen Verwicklungen und meistens zu gar keinem Ziele führen.

Der Verfasser fährt dann weiter:
„Warum die Portiers die Namen ihrer Häuser auf den Bahnhofen immer so laut ausrufen, ist mir unverständlich, da fast alle ankommenden Reisenden wohl erstlich wissen, wo sie absteigen, zweitens lesen können, drittens durch solch unmelodisches Geheul wenig erfreut werden. Wichtiger wäre es, wenn der Name des Hauses recht gross auf dem Mützenrand oder noch besser auf der Brust des Portiers zu lesen stände: also statt Grand hôtel de l'Angleterre einfach Angleterre, Rom etc. Ich wenigstens habe immer das Unglück, auf der Seite des Portiers anzukommen, wo „Grand hôtel de“ steht und muss immer um denselben herumlaufen.“

Bezüglich des Ausrufens der Hotelnamen pflichten wir dem Verfasser bei und

solte dieses lästige Rufen überall von Polizeiwegen abgeschafft werden, was zwar schon vielerorts der Fall ist.

Weiter heisst es in dem Artikel:
„Es ist eine höchst eigenthümliche Erscheinung, dass bei dem doch so einfachen Verhältniss des Gebens und Nehmens im Hotel nicht dieselbe Offenheit wie in jedem Laden herrscht. Wäre es nicht jedem Reisenden angenehm, wenn er vom Wirth (bezw. meist leider vom Oberkellner) mit der Frage bezw. der Offerte empfangen würde: ich kann Ihnen anbieten ... Zimmer im ... ten Stock vorn heraus à ... Mark oder das und das einfache und höhere oder das und das, immer Licht und Bedienung inbegriffen.“

Dieses entspricht auch dem Verlangen aus Hotelierkreisen, welche wünschen, gesetzlich dem Kaufmannstande zugezählt zu werden. Wie aber, wenn einem Gäste diese Details mitgetheilt werden, und der Wirth die schroffe Antwort erhält: ich habe sie nicht nach dem Preise gefragt.“

Weiters führt der Verfasser aus:
Die fixe Preisberechnung allgemein einzuführen, erscheint mir wirklich eine grosse Nothwendigkeit, denn es muss sich doch nicht nur Jedermann erleuchten, sondern er will auch seine Stiefel geputzt, seine Stube ausgefegt bekommen etc., und meiner Ansicht nach ist's kein würdiges Geschäftsgebahren, durch Reklame wie etwa: „Zimmer von 2 Mark an“ Gäste zu locken und ihnen dann obige Busse für Sachen aufzuerlegen, gegen die er sich nicht wehren kann, wenn er auch etwa sich beim hereinsehenden Gaslicht entkleidet, nicht putzbare Lackschuhe trägt und zu wecken vergessen wird.

Es sind leider nur wenige Wirthe, die es als eine ihrer wichtigsten Pflichten ansehen, ihre Gäste in die Zimmer zu geleiten, nach deren Wünschen zu fragen. Sie würden dergestalt besser über ihre Zimmer Bescheid wissen, so z. B. über das Hereinsehen der den Schlaf störenden Frühsonne, des Mondes oder Gaslicht.“

Diese letztere Zumuthung ist denn doch zu übertrieben und rechtfertigt sich in keiner Beziehung. Das Verlangen hätte den Verhältnissen des vorigen Jahrhunderts leicht angepasst werden können, wo die Hotels in der Regel über nicht mehr wie 15—20 Zimmer verfügten. Zur jetzigen Zeit aber, da eine grosse Zahl Hotels sich bis über 100 Zimmer ausgedehnt haben, ist es zur reinen Unmöglichkeit geworden, dem obigen Verlangen zu entsprechen, ja sogar wäre es nicht einmal möglich jedem ankommenden Gäste einen Angestellten als Begleiter auf sein Zimmer mitzugeben, da die Zahl derselben nicht hinreichen würde. Die Zahl der ankommenden Gäste, welche alle in Zeit einer Viertelstunde auf ihre respektiven Zimmer plazirt sein müssen, erreicht oft die Höhe von 50 bis 100 und noch mehr Personen; diesem Umstande ist dann gezwungener Maassen auch das Hilfsmittel entstanden, jedem Gäste bei der Ankunft eine Karte mit seiner Zimmernummer versehen zu verabfolgen mit der höflichen Weisung, sich an die Angestellten der betreffenden Etage zu adressiren.

(Schluss folgt in nächster Nummer.)