

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 2 (1893)
Heft: 50

Rubrik: Reklame

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: 17.05.2025

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

Basel, den 9. Dezember 1893.

Bâle, le 9 Décembre 1893.

Erscheint Samstags.

N^o 50.

Paraissant le Samedi.

Abonnement:

Schweiz:
Fr. 5.— jährlich.
Fr. 2.— halbjährlich.
Ausland:
Unter Kreuzband
Fr. 7.50 (6 Mark) jährlich.
Deutschland,
Österreich und Italien:
Bei der Post abonnirt:
Fr. 6.— (5 Mk. 4.—) jährlich.
Vereinsmitglieder
erhalten das Blatt gratis.

Inserate:

20 Cts per 10paltige Petit-
zeile oder deren Raum.
Bei Wiederholungen
entsprechenden Rabatt.
Vereinsmitglieder
bezahlen die Hälfte.

Abonnements:

Pour la Suisse:
Fr. 5.— par an.
Fr. 2.— pour 6 mois.
Pour l'étranger:
Envol sous bande:
Fr. 7.50 par an.
Pour l'Allemagne,
l'Autriche et l'Italie.
Abonnement postal:
Fr. 6.— par an.
Les sociétaires reçoivent
l'organe gratuitement.

Annances:

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

Hôtel-Revue

2. Jahrgang

2^{me} ANNEE

Organ und Eigentum

des

Organe et Propriété

de la

Schweizer Hotelier-Vereins.

Société Suisse des Hôteliars.

Redaktion und Expedition: Sternengasse No. 23, Basel.
Telegramm-Adresse: „Hôtelrevue Basel.“

TÉLÉPHONE No. 1873.

Rédaction et Expédition: Rue des Etoiles No. 23, Bâle.
Adresse télégraphique: „Hôtelrevue Bâle.“

Offizielle
Nachrichten.

Nouvelles
officielles.

An die Vereinsmitglieder!

Denjenigen Herren Kollegen — Inhaber von Saison-
geschäften — welchen unser Cirkular vom 26. Sep-
tember betreffend statistische Angaben zugegangen
ist, teilen wir mit, dass von den versandten 230 Fra-
gebogen bis heute nur 48 beantwortet zurückgelangt.
Wir wiederholen deshalb die dringende Bitte, uns
die fehlenden Antworten baldmöglichst zukommen
zu lassen, damit wir nicht in den unangenehmen
Fall kommen, aus dem vorhandenen unvollständigen
Material einen Bericht zusammenzustellen, der auf
Genauigkeit keinen besonderen Anspruch machen
könnte.

Luzern, den 30. November 1893.

Schweizer Hotelier-Verein:

Der Präsident:
J. Döpfner.

A nos Sociétaires.

Nous prévenons nos honorables Collègues, pro-
priétaires ou gérants d'établissements ouverts pendant
la saison, auxquels est parvenue notre circulaire du
26 septembre relative aux renseignements statistiques,
que des 230 questionnaires expédiés, 48 seulement
nous sont revenus jusqu'ici avec les réponses.

Dans ces conjonctures, nous réitérons l'invitation
pressante de nous envoyer ces réponses dans le plus
bref délai possible, autrement nous nous trouverions
dans la fâcheuse situation de ne disposer que de ma-
tériaux fort insuffisants pour l'élaboration de notre
rapport qui, dans ces conditions, ne saurait prétendre
à l'exactitude.

Lucerne, le 30 novembre 1893.

Société Suisse des Hôteliars:

Le Président:
J. Döpfner.

Reklame.

Selten vergeht eine Woche, dass uns nicht seitens
unserer Leser mehrere Prospekte von fragwürdigen
Reklame-Unternehmen oder von sonstigen, das „In-
teresse der Hoteliers während“ Instituten, zugehen.
Einesteils liegt hierin ein Beweis der Aufmerksam-
keit, welche unserer Sache entgegengebracht wird,
andernteils müssen wir darin eine indirekte Auf-
forderung erblicken, mit der Reklame-Campagne in
dem angefangenen Tempo weiter zu fahren, was
hiemit geschieht.

Internationales Hotel-Adressbuch. „Seit
Jahren von der Notwendigkeit und Nützlichkeit eines
internationalen Hotel-Adressbuches überzeugt, habe es
unternommen, ein solches zu sammeln und heraus-
zugeben und bitte Sie um Ausfüllung mitfolgenden
Fragebogens etc. etc.“

So lautet in schlichten kurzen Worten der Pro-
spekt eines Herrn F. Mayer, Portier im Hotel Frank-
furterhof in Frankfurt a. M.

Herr Mayer (mit a geschrieben) fügt in der ihm
scheinbar angeborenen Bescheidenheit dem Prospekt
noch bei, dass die Aufnahme in das Hotel-Adressbuch
selbstverständlich kostenlos sei; er bittet nur um fran-
kierte Rücksendung des Fragebogens. (Ob nicht
später ein Annoncen-Bettelzirkular nachfolgt?) Es
ist wirklich zu bedauern, dass Herr Mayer, nachdem
er doch schon seit Jahren von der Notwendigkeit und
Nützlichkeit eines solchen Buches überzeugt ist,
erst jetzt diese Lücke auszufüllen im Begriffe steht.

Auch wir haben eine Ueberzeugung, nämlich die,
dass es mit der Bescheidenheit des Herrn Mayer

nicht so weit her ist, als es den Anschein hat. Der
auszufüllende Fragebogen hat nämlich als Anhängsel
einen Bestellzettel, worauf man sich *unstandshalber*
zur Abnahme wenigstens eines Exemplars des Mayer-
schen Adressbuches verpflichtet. Wie viel jedoch
Herr Mayer für ein solches Buch verlangt, das er-
fährt man dann später, wenn die Nachnahme vorge-
wiesen wird, und da heisst es dann nur: *faire hon-
neur à sa signature*, weiter gar nichts.

Wenn Herr Portier Mayer in einem Extra-Zirku-
lare dann noch einzelne Hoteliers um *frankierte* An-
gaben der in ihrem Umkreise befindlichen Hotels
oder Badeetablissemments ersucht, so finden wir das
begreiflich, denn irgendwo muss er doch die Adressen
her bekommen; dass er aber befähigt, man möge die
Hotels dem *Range nach* und nur diejenigen I. und
II. Ranges aufführen, will uns schon weniger einleuch-
ten, da er unterlässt Aufklärung darüber zu geben,
wo ein Hotel aufhört II. Ranges zu sein und an-
fängt I. Ranges zu werden. Es dürfte sich daher
empfehlen, das zweite Zirkular des Herrn Mayer un-
beantwortet zu lassen; einziges Mittel eventuellen
Unannehmlichkeiten vorzubeugen.

Zweien Herren zu dienen, das glaubt Herr Mayer
fertig zu bringen, nämlich den Frankfurterhof als
Portier und dem Adressbuch als Verleger; eines wird
aber doch darunter leiden müssen, ergo, würden wir
an Stelle des Prinzipals ungefähr wie folgt sprechen:
„Mein lieber Herr Mayer, wenn Sie unter die Ver-
leger gehen wollen, gut, ich habe nichts dagegen,
dann aber „verlegen“ Sie sich gefälligst ganz darauf.“
Und die Moral von der Geschicht: „Schuster bleib
bei deinem Leist.“

**Internationales Bäder-Auskunfts-Bureau
zu Berlin.** Der gedruckte Eigenbericht über die
Thätigkeit dieses Bureaus während der Saison 1893
lautet selbstverständlich sehr günstig und darf ohne
Uebertreibung der grösste Teil des Erfolges der dies-
jährigen Saison, wenn überhaupt von einem Erfolge
die Rede sein kann, diesem Bureau zugeschrieben
werden, nur verlange man keine Beweise für diese
Behauptung, denn die könnten weder wir, noch das
betr. Bureau liefern, aber der Jahresbericht drückt
sich annähernd so aus.

In diesem Auskunftsbureau werden nämlich —
immer laut Jahresbericht — die *Auskünfte im In-
teresse der Bäder gratis verteilt*, dagegen muss für das
„Aufbewahren“ von Prospekten, Photographien etc.
der betr. Bade-Etablissement bezahlt werden: früher
40 Mark, jetzt nur noch 25 Mark per Saison; über-
dies erwirbt man mit dieser Summe das Recht für
ein dreizeiliges Inserat in der Beilage der Karl Riesel-
schen Verkehrs- und Reise-Zeitung; allein schon den
oben genannten Betrag wert. Auch werden selbstver-
fasste Lobhudeleien über musterhafte Führung des
Hotels Soundso im Texte des benannten Blattes
gratis aufgenommen. Der Jahresbericht drückt sich
zwar nicht genau so aus, aber zwischen den Zeilen
steht so. Und das alles für nur 25 Mark, d. h. um-
sonst. Wer wollte da nicht mitmachen?

Und nun zum Bescheidenen der Bescheidenen:

Guide Alberty, 12, Avenue Kléber, Paris.

„Alberty Guide ist der einzige in seiner Art
(hoffentlich! Red.), und einzig anerkannt von den
internationalen Bahn- und Dampfschiff-Kompagnien.
Alberty Guide ist das Mundstück aller derjenigen,
die mit der reisenden Welt in Verbindung treten
wollen. Alberty Guide ist der einzige schon 5 Jahre
existierende Reisebegleiter. Alberty Guide wird in
die ganze Welt verschickt — gegen Einsendung
von Fr. 2.50. Alberty Guide ist das einzige speziell
von der London-Chatam und Dover-Bahn-Kompagnie
ratrionierte Reisebuch. Alberty Guide enthält ein-
zig richtige Angaben über die Chicagoer Weltaus-
stellung. Alberty Guide sollte einzig in keinen first
class Hotel in Europa fehlen. Alberty Guide ist
einzig in den Restaurants des Eiffelthums zu finden.“

Alberty Guide ist das einzig praktische Reisebuch
enthaltend richtige Angaben über Fremdenstationen,
Bergtouren, Bäder, Hotels etc. etc. Alberty Guide
ist der einzige, der in Bezug auf Annoncen eine
immerwährende Dauer derselben garantieren kann,
infolge seiner Ausstattung und seines Inhalts.“

So, nun wissen wir, was „Alberty Guide“ ist,
wir wissen aber auch, aus dem Inhalte des Pro-
spektes, den wir soeben in kurzen Zügen herunter-
geleiert haben, dass Alberty Guide zu denjenigen
gehört, die glauben, ein Bischen Sand in die Augen
und das Werk ist vollbracht. Interessant und cha-
rakterisierend ist ein Schreiben, welches der Verleger
des Guide Alberty gleichzeitig mit der Einsendung
des Prospektes einem Hotel ersten Ranges der
deutschen Schweiz zugehen lässt. Es heisst darin u. A.:

„Wir offerieren Ihnen 2 Seiten in unserem Guide
Alberty zu folgenden drei Bedingungen, unter welchen
wir Ihnen die Wahl lassen:

1. 500 Fr. baar.
2. 1000 Fr. baar und 500 Exemplare des Guide,
enthaltend Ihre Annonce.
3. Achtägigen Aufenthalt für drei Personen in
Ihrem Hotel, während den Monaten Mai, Juni
oder Juli 1894. Zwei Frontzimmer mit Salon,
Essen, Wein, Kaffee, Beleuchtung, Bedienung,
überhaupt alles inbegriffen.“ (Und nichts mit
auf den Weg? Red.)

„Bedaure sehr von Ihrer *gütigen* Offerte nicht
profitieren zu können,“ so soll die Antwort des betr.
Hoteliers an den bescheidenen Verleger gelautet
haben.

Ihr „Führer“ hat Sie diesmal irregeführt, Herr
Alberty oder wie Sie heissen mögen.

An die HH. Vereinsmitglieder.

Behufs Anlegung einer für die Zöglinge der fach-
lichen Fortbildungsschule in Ouchy, deren Eröffnung
bekanntlich am 16. ds. Mts. stattgefunden hat, be-
stimmten Fachbibliothek, veranstalten wir hiermit eine
öffentliche Sammlung und stellen daher an alle Vereins-
mitglieder, welche über fachwissenschaftliche Werke
verfügen, sei es, dass sie dieselben in mehreren
Exemplaren besitzen, oder sie sonst leicht entbehren
können, das höfliche Gesuch um gütige Ueberlassung
derselben als Schenkung zu Gunsten der Fachschule.

Wohl ein Jeder ist im Falle, sich an diesem Un-
terstützungswerke beteiligen zu können, denn wer hätte
nicht von früheren Jahren her noch Erzeugnisse der
so zahlreichen Fachliteratur irgendwo in einer ver-
borgenen Truhe aufbewahrt, oder wer hat sich nicht
in diesem aufklärenden Zeitalter jeweiligen bei Er-
scheinen eines in das Fach einschlagenden Werkes
belehrenden Inhalts in den Besitz desselben gesetzt?
Ein Werk, das er, gelesen oder ungelesen, nach-
träglich der Vergessenheit überliefert hat?

Man scheue daher die Mühe nicht, in der eigenen
Bibliothek eine kleine Musterung vorzunehmen und,
einem guten Gedanken folgend, passende Bücher dem
Bildungs-Institute in Ouchy zu opfern. Ja, man
schrecke selbst vor einem Besuche der sogenannten
Rumpelkammer oder — vor demjenigen einer modernen
Buchhandlung nicht zurück, denn noch manches lesens-
werte Produkt lehrreicher Fachliteratur, vielleicht
auch Gebirgs- und Eisenbahnkarten etc. werden dabei
entdeckt werden und in der Fachschule ihre dank-
baren Leser und Betrachter finden.

Wir bitten allfällige diesbezügliche Schenkungen
an die **Redaktion der „Hotel-Revue“** gelangen
zu lassen, welche die Vermittlung besorgen und je-
weilen im Blatt den Empfang mit Nennung des
Spenders bestätigen wird.

Hochachtend

Die Redaktion.