

**Zeitschrift:** Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels  
**Herausgeber:** Schweizer Hotelier-Verein  
**Band:** 2 (1893)  
**Heft:** 7

**Rubrik:** Rundschau

### **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:** 06.02.2025

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

das Geschäftsprinzip des Verlegers noch nicht in seinem ganzen Umfange, denn, dass er die Konditionen stellt, wie es ihm beliebt, ist schliesslich seine Sache und jedem Hotelier steht es ja frei, zuzusagen oder nicht, dass er aber zu seiner Bauernfängerei sich des plumpesten Köders bedient, wie nachstehender Brief beweist, darin richtet sich die Geschäftsmaxime und überhaupt das ganze Unternehmen von selbst. Der Brief lautet:

„Bei meiner letzten Reise nach dem Osten stieg ich mit mehreren meiner Freunde in Ihrem Hotel ab und werden wir Ihnen stets dankbar sein, für die freundliche Aufnahme, der wir in Ihrem Hause teilhaftig geworden. Auch werde ich mir ein besonderes Vergnügen daraus machen, die Aufmerksamkeit der Reisenden auf den Komfort und die ausgezeichnete Führung Ihres Hotels zu lenken und dasselbe den Touristen bestens empfehlen.“ Bum!

Dieses Schreiben ist nicht etwa an ein Hotel jeder Stadt gerichtet, worin der Verleger möglicherweise einmal logiert haben kann, sondern alle Hotels, welche mit dem Prospekt beehrt wurden, erhielten dieses Schreiben; drei dieser Briefe an Basler Hotels und drei an Hotels in Luzern liegen in unserer Mappe. Es erhellt aus dieser Tatsache zur Genüge, dass das Vorgehen des betr. Verlegers nicht nur ans Unreelle grenzt, sondern sich dem Gipfel schwindelhafter Machinationen nähert. Schade wäre es deshalb für jeden Heller, den der Verleger aus der Schweiz einsacken würde und wären die „Darlingtons Handbooks“ auch noch so empfehlenswert. *A bon entendeur, salut!*

## La réclame.

### „Serviettes“ automatiques.

Il s'est constitué à Paris, sur un grand pied, cela va sans dire, une Société automatique de publicité, pardon, une Société de publicité automatique, dont le système consiste à placer des appareils dits „Indispensables automatiques“ dans tous les „W. C.“ (n° 100 en français) de l'„Hôtel Continental“ et du „Grand Hôtel“ à Paris, ainsi que des paquebots de la Compagnie générale transatlantique et des voitures de la Compagnie internationale des Wagons-Lits. La circulaire porte ce qui suit:

„La capacité des Indispensables automatiques est de 400 serviettes ou feuilles; nous composons donc des paquets de 320 serviettes et de 80 prospectus répartis de telle façon que toutes les fois que l'appareil a distribué 4 serviettes, il présente un prospectus qu'on est obligé de tirer à soi pour pouvoir saisir la cinquième serviette et ainsi de suite.“ (On ne dit pas si les prospectus peuvent être utilisés comme „serviettes“; dans tous les cas, une interdiction à ce sujet serait difficile à faire respecter. *La Réd.*) Toujours d'après la circulaire, le nombre des prospectus intercalés dans les „Indispensables“ du „Grand Hôtel“ à Paris comporterait annuellement 800,000, la consommation de „serviettes“ devrait donc être quadruple, soit de 3,200,000. En admettant pour le „Grand Hôtel“ 150,000 nuitées, on obtient par personne et par jour 21 „serviettes“ et même 28 en comptant les prospectus. L'„Hôtel Continental“ est évalué au même taux, bien qu'il contienne environ 200 lits de moins. A en croire la circulaire, la consommation de serviettes sur les paquebots transatlantiques atteindrait le chiffre de 4,000,000 par an, auxquels il faut encore ajouter 1 million de prospectus, et les voyageurs des Wagons-Lits occuperaient leurs loisirs à tirer 1,850,000 de ces réclames forcées imprimées, en sus naturellement des 7,400,000 „serviettes“ antiseptiques. Tout compte fait, les appareils „Indispensables“ distribuent annuellement 5,450,000 prospectus-réclame et 21,800,000 „serviettes“. Quant aux moyens de contrôler ces chiffres fabuleux, il n'en est soufflé mot. Il sera certainement peu aisé de garantir l'emploi convenable des prospectus, car de deux choses l'une: ou bien le papier sur lequel les annonces sont imprimées, est de bonne qualité, et alors ceux qui ont payé ces insertions sont dupés, parce que le prospectus sera vraisemblablement utilisé comme „serviette“; ou bien le papier est mauvais, et dans ce cas le prospectus aura le même sort, mais les 5,450,000 personnes qui en auront fait usage seront assurément peu édifiées et les intéressés n'en retireront pas plus de profits que dans la première alternative. La plaisanterie ne coûte par an aux industriels et commerçants se servant de ce moyen de réclame, que fr. 3000 pour une page entière (18 cm. de hauteur et 12 de largeur), fr. 1750 la demi-page, fr. 1250 le quart et fr. 750 le huitième; détail à retenir, c'est que ces prix ne s'entendent que pour un tirage de 200,000 exemplaires, de sorte que l'annonce figurerait seulement dans 500 paquets de „serviettes“.

Si un de nos lecteurs éprouvait l'envie de se payer ce genre de publicité, nous lui conseillerions de se décider pour une insertion occupant les deux faces du prospectus et valable pour le tirage total. Il aurait à déboursier de ce chef la modique somme de fr. 142,000, mais, en revanche, ses collègues auraient toutes raisons de le proclamer „Roi de la réclame.“

## Zur „Warnung“ in No. 42.

In No. 42 vorigen Jahres brachten wir, gestützt auf erhaltene Belege, eine Warnung gegen Herrn Josef Platz in Rottweil am Neckar, indem wir konstatierten, dass verschiedene Hoteliers von ihm zur Zahlung aufgefordert worden seien, für Zahnstochersendungen, die sie nie erhalten haben.

Wir wurden hierauf um Angabe des Einsenders angegangen unter Androhung eines Prozesses wegen Kreditschädigung, wir erklärten jedoch, grundsätzlich nicht gewillt zu sein, diesem Verlangen zu entsprechen, dass wir dagegen vor höherer Instanz mit Beweisen aufzuwarten bereit seien. Ein genauer Untersuch der Angelegenheit von Seite des Herrn Platz hat nun ergeben, dass die in der „Revue“ veröffentlichten Beschwerden begründet waren. Einer seiner früheren Angestellten hat vor Gericht das Bekenntnis abgelegt, Postsendungen unter Zurückbehaltung des Frankaturbetrages unterschlagen zu haben, woraus dann die unberechtigten Zahlungsforderungen entstanden sind. Das gerichtlich beglaubigte Bekenntnis des Angestellten liegt in unsern Händen. Herr Platz ersucht diejenigen Hoteliers, welche unabsichtlich in ungerechter Weise um Zahlung angegangen und solche allfällig geleistet haben, sich behufs Restituirung des Betrages an ihn zu wenden. Damit wäre die persönliche Anschuldigung gegen Herrn Platz widerlegt, was wir hiemit gerne zur Kenntnis bringen.

Dagegen möchten wir Herrn Platz den Rat erteilen, sein System der „Mustersendungen mit begelegter Rechnung“ (wenn dieses System, von welchem uns indirekterweise schon zu Ohren gekommen, wirklich angewendet wird) dahin zu modifizieren, dass er die Quantität derselben auf ein Minimum reduziert und als Reklamemuster gratis versendet, denn es ist für den Empfänger doch immer mit Mühe verbunden, wenn er eine ihm nicht konvenierende Sendung wieder verpacken und spedieren, oder dann wider Willen bezahlen muss.

## Rundschau.

**Basel.** (Mitgeteilt vom Oeffentlichen Verkehrsbureau.) Laut den Zusammenstellungen des Polizeidepartements haben während des verflorbenen Monats Januar in den Gasthöfen Basels 5908 Fremde logiert (1892: 5744).

**Luzern.** Die durch die Gesellschaft für Handel und Industrie in Luzern angestrebte Telefonverbindung Luzern-Vitznau-Rigi ist nun als vollständig gesichert zu betrachten und es sollen die Ausführungsarbeiten, laut Zusage der schweiz. Telephondirektion, möglichst befördert werden. Gegenwärtig sind Anstrengungen im Gange für eine direkte Telefonverbindung Luzern-Aarau, welche hoffentlich zu gutem Ende geführt werden. Es ist dies um so mehr zu wünschen, als Luzern damit eine dritte Leitung nach Basel erhalten würde, nämlich eine über Bern, die andere über Zürich, welche beiden Plätze bereits direkt mit Basel verbunden sind, und die dritte via Aarau.

**Vitznau-Rigibahn.** Bei der Vitznau-Rigibahn, einer Perle unter der alzu grossen und gar zu rasch entstandenen Zahl unserer Bergbahnen, soll die übliche Dividende von 8% zur Ausrichtung kommen.

**Einsiedeln.** Die berühmte Wallfahrts- und Klosterkirche von Einsiedeln, allen Schweizer-Reisenden wohl bekannt, wird jetzt mit elektrischem Lichte beleuchtet. Die Glühlampen sind an dem prächtigen Lustre angebracht, der im Jahre 1865 von Napoleon III. der Kirche geschenkt wurde.

**Davos.** Die Maschinenfabrik Örlikon erhielt die Konzession, in Davos elektrische Beleuchtungsanlagen zu errichten.

**Waadt.** Der „Gazette de Montreux“ zufolge scheint die neue Direktion der Dampfschiffahrts-Gesellschaft für den Genfersee sowohl dem Unterhalt der Schiffe als der oft vernachlässigten Ausstattung des Personals grosse Aufmerksamkeit schenken zu wollen. So sollen Kapitäne und Steuerleute eine neue Uniform nach Muster der französischen Marine erhalten. Ferner soll die Besoldung des ganzen Personals erhöht werden. Was die Schiffsflotte betrifft, so werden nächsten Frühling sämtliche Schiffe im Stande sein, unter den Bedingungen der grössten Sicherheit fahren zu können. Hoffentlich!

**Lauterbrunnen-Mürren-Bahn.** Die Aktionäre dieser Bahn erhalten für das verflorrene Jahr eine Dividende von 6%.

**Gurnigelbad.** Die Frequenz des Etablissements war in diesem Jahre eine bedeutende, im August sogar eine aussergewöhnliche. Das grösste Kontingent der Gäste, welche den Gurnigel zu Heilzwecken aufsuchen, liefert die Schweiz, während die Ausländer in verhältnissmässig geringer Zahl die Schwefelkur gebrauchen.

Die verflorrene Saison ist laut Bericht des Verwaltungsrates eine der besten seit langen Jahren, dagegen steigern sich die Anforderungen mit der Zahl der Besucher stetig, so dass an die Verwaltung höhere Ansprüche gestellt werden, wodurch ver-

schiedene Ausgaben für zeitgemässe, für den Komfort der Gäste notwendige Verbesserungen und Installationen, wie z. B. eine rationelle Wasserversorgung, Erstellung eines Lifts etc., in nächster Zukunft nötig sein werden. Mit Rücksicht hierauf beschloss die Aktionärversammlung die Bildung eines Spezialreservofonds, in welchen schon für 1892 aus dem Reingewinn ein Betrag von Fr. 11,000 eingelegt wird.

**Toskanische Weine.** Der Bundesrat soll geneigt sein, einem Gesuche, toskanische Weine, welche in Flaschen eingeführt werden, mit dem gleichen Zoll wie Wein in Fässern zu belegen, zu entsprechen.

**Wien.** In dem letzten Semester haben in Ottakring 18 Gastwirte, welche ihr Gewerbe nicht veräussern konnten, freiwillig gesperrt, 51 haben die Geschäfte verkauft und 50 stehen in Verkaufsverhandlungen. Eine Geschäftskrise wie im letzten Jahre hat Wien seit Menschengedenken nicht erlebt (trotz aller Schönfärberei ist eine rationelle Besserung in nächster Zeit nicht zu gewärtigen).

Der Zonentarif feiert in Ungarn wahre Triumphe. Die Zahl der beförderten Reisenden ist von 7 Millionen seit 1888 gestiegen auf 16 Millionen im ersten Zonentarifjahr, 19 Millionen im zweiten und 28 Millionen im dritten Zonentarifjahr. Die Einnahme, die im letzten Jahr vor dem Zonentarif nur 9,705,000 Gulden betrug, hat im dritten Zonentarifjahr betragen: 18,310,000 Gulden, also eine Steigerung von fast 100 Prozent!

**Monaco.** Im Monat December 1892 waren hier 57,279 Fremde; gegen denselben Monat im Jahre 1891 bedeutet dies ein Mehr von 14,703 Personen. Im ganzen Jahre 1892 kamen 531,858 Personen an. — Giers weit noch immer hier.

In Biarritz hielt sich dieser Tage Stanley mit seiner Gemahlin auf.

**Monte Carlo.** Der Herzog und die Herzogin von Devonshire begeben sich nach Monte Carlo, wo sie bis Ostern bleiben werden.

## Vermischtes.

**Neue Garnitur.** Eine neue Garnitur für Salat hat man in Paris in dem Chrysanthemum (Goldwucherblume) gefunden. Das Chrysanthemum wird roh und gekocht serviert. Auf japanische Art wird es mit einer Gewürz-Nelke gekocht und kalt mit Trüffel und anderen Beilagen angerichtet. Diese Blume soll aber auch einen „delikat“ Geschmack haben, wenn heiss genossen.

**Einfache Weinprüfung.** (Einfaches und leicht ausführbares Verfahren, künstlich gefärbte Rotweine von ächten Rotweinen zu unterscheiden.) Man taucht in den zu prüfenden Rotwein ein Stückchen Brodkrume oder auch einen vorher ausgewaschenen Schwamm und lässt dieselben völlig mit dem Wein sich durch Ansaugen anfüllen; ist dieses geschehen, so legt man dieses mit dem Rotwein vollgesogene Stück Brodkrume oder Schwamm in Wasser, womit man einen Porzellanteller gefüllt hat; ist der Rotwein mit künstlichen Farbstoffen gefärbt gewesen, so färbt sich das Wasser sofort röthlichviolett, ist der Rotwein nicht künstlich gefärbt gewesen, sondern ist seine Färbung eine natürliche, so tritt erst nach  $\frac{1}{4}$  oder  $\frac{1}{2}$  Stunde eine Färbung des Wassers ein, wobei zuerst ein Opalisieren des Wassers wahrnehmbar ist. Das Resultat dieses einfachen Versuchs ist so sicher, dass man diese Probe stets mit Erfolg anwenden kann, indem dieselbe weit zuverlässigere Resultate liefert, als die bekannten farbigen Niederschläge mit Bleizucker und so weiter in solchen auf ihre Ächtheit zu prüfenden Rotweinen.

**Als eine neue Reklame** werden schwedische Zündhölzer mit beliebiger aufgedruckter Firma in den Handel gebracht. Diese werden von den Vereinigten Zündwaren-Fabriken in Hannover fabriziert. Bis jetzt sind sie erst im Ausland eingeführt worden; woselbst sie, wie es scheint, grossen Anklang gefunden haben. Ein Gross Schachtel dieser Zündhölzer (Schachtel à 60 Stück) kostet 3 Franken.

**Häuser aus Aluminium.** Eine Merkwürdigkeit mehr steht den Besuchern der Kolumbus-Ausstellung in Chicago bevor, und zwar ein Haus aus Aluminium von 16 Etagen an der State Madisonsstrassen-Ecke. Die Architekten haben bei dem Bau dieses Hauses die Ziegelstein-Fassaden durch Aluminiumplatten von  $\frac{1}{2}$  Centimeter Stärke ersetzt. Eisenblei bis zum Gipfel reichende Säulen, die reichhaltig geschmückt, mit künstlerisch geformten Aluminiumverkleidungen versehen sind, bilden das Gerippe für dieses Bauwerk. Sicher findet das Aluminium bald weitere Verwendung als Ersatz für Stein und Eisen.

**Das Bekannteste.** *Gast in einem ländlichen Restaurant:* „Was ist das pikanteste, was Sie zu essen haben?“ *Restaurateur:* Das Bekannteste sind geschwiltz Herdöpfel.“

**Notwendige Voraussetzung.** „... In dem Eisschrank, den Sie mir empfehlen, hält sich also wirklich alles?“ — „Unbedingt, gnädige Frau!“ — „Also auch die Bratenreste?“ — „Wenn die Köchin keinen Schatz hat — auch diese!“