

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 4 (1895)
Heft: 13

Vereinsnachrichten: Offizielle Nachrichten = Nouvelles officielles

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: 18.05.2025

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

Basel, den 30. März 1895.

Bâle, le 30 Mars 1895.

Erscheint Samstags.

N° 13.

Paraissant le Samedi.

Abonnement:
Schweiz:
Fr. 5.— jährlich.
Fr. 3.— halbjährlich.
Ausland:
Unter Kreuzband
Fr. 7.50 (6 Mark) jährlich.
Deutschland,
Oesterreich und Italien:
Bei der Post abnommt:
Fr. 5.— (Mk. 4.—) jährlich.
Verlagsmitglieder
erhalten das Blatt gratis

Inserate:
20 Cts per 1spaltige Petit-
zeile oder deren Raum
Bei Wiederholungen
entsprechenden Rabatt
Verlagsmitglieder
bezahlen die Hälfte.

Abonnements:
Pour la Suisse:
Fr. 5.— par an.
Fr. 3.— pour 6 mois.
Pour l'Etranger:
Envoi sous bande:
Fr. 7.50 par an.
Pour l'Allemagne,
l'Autriche et l'Italie.
Abonnement postal:
Fr. 5.— par an.
Les sociétaires reçoivent
l'organe gratuitement.

Annonces:
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

4. Jahrgang 4^{me} ANNÉE

Organ und Eigentum
des

Organe et Propriété
de la

Schweizer Hotelier-Vereins.

Société Suisse des Hoteliers.

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

TÉLÉPHONE No. 1578.

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

Offizielle
Nachrichten.

Nouvelles
officielles.

Mitteilungen aus den Verhandlungen des Vorstandes vom 3. Februar 1895.

Den Austritt aus dem Verein haben erklärt:

1. Wittve Denoth vom Hotel Post in Martinsbruck wegen Tod ihres Mannes.
2. Herr Merian vom Hotel Schweizerhof in Basel ohne Angabe eines Grundes.

Aenderungen zeigten an:

1. Herr Lützelshwab, Direktor vom Hotel Steinbock in Chur, wird vom 1. Mai ab seiner Gesundheit wegen von seiner Stelle zurücktreten und bleibt Mitglied ohne Hotel.
2. Herr O. Duvoisin, früher ohne Hotel in Vevey hat Hotel und Pension Richelieu in Territet (ehemalige Pension Boand) übernommen.

In den Verein wurden aufgenommen:

1. Herr Adolf Haubensack vom Hotel Hirschen in Zug mit 38 Fremdenbetten.
2. Herr Fr. Dolder, Direktor vom Schimbergbad mit 100 Fremdenbetten.

Die Herren Carl und Theodor Hauser in Bern und Giessbach verdanken die Kondolenzbezeugung des Vereins anlässlich des Hinschiedes ihres Vaters des Herrn Carl Hauser vom Hotel Giessbach.

Auf eine Einladung des Vorortes des Schweiz. Handels- und Industrie-Vereins an seine Vereinsorgane zur Aeusserung: 1. über ein Postulat der gesetzgebenden Räte an den Bundesrat bezüglich öffentlichen Arbeitsnachweis und Schutz gegen die Folgen unverschuldeter Arbeitslosigkeit; 2. über eine Eingabe der Union Helvetia bezüglich Erlass einer Verordnung über staatliche Beaufsichtigung und Regulierung der Placierungsbüreaux wurde beschlossen zu erwiedern, das man glaube sich über die Frage des Schutzes gegen die Folgen der Arbeitslosigkeit diesseits nicht aussprechen zu sollen, da diese die Hotellerie weniger als andere Industrien berühre; dagegen halte man die Begehren der Union Helvetia für gerechtfertigt und unterstütze dieselben aufs beste.

Es wird Kenntnis genommen von einem Berichte des Präsidenten der Aufsichtskommission der Fachschule (Herrn Tschumi) über die sehr günstigen Resultate des im April zu Ende gehenden zweiten Schuljahres. Ein ausführlicher Bericht hierüber wird den Mitgliedern s. Z. zugestellt werden. — Dieses 2. Schuljahr wird mit einer kleinen Schulfest seinen Abschluss finden; auf Abhaltung einer öffentlichen Prüfung wurde verzichtet.

Herr Professor Maillard in Lausanne verdankt die Sympathie, welche dem Projekte seiner Kochschule bezeugt worden sind.

Extrait des délibérations du Comité.

(Séance du 23 Mars 1895.)

Démissions:

1. Mad. Veuve Denoth, Hôtel de la Poste, à Martinsbruck, par suite du décès de son mari.
2. M. Merian, Hôtel Schweizerhof à Bâle (n'a pas indiqué ses motifs).

Mutations:

1. M. Lützelshwab, Directeur de l'Hôtel Steinbock à Coire résignera ses fonctions le 1^{er} mai pour raison de santé, et reste sociétaire sans hôtel.
2. M. O. Duvoisin, jusqu'ici sans hôtel, à Vevey, a repris l'Hôtel-Pension Richelieu à Territet (ancienne Pension Boand).

Admissions:

1. M. Adolph Haubensack, Hôtel du Cerf, à Zoug, 38 lits de maîtres.
2. M. Fr. Dolder, Directeur des Bains de Schimberg, 100 lits de maîtres.

MM. Charles et Théodore Hauser (à Berne et au Giessbach) remercient la Société de ses marques de sympathie à l'occasion du décès de leur père, M. Charles Hauser, Hôtel du Giessbach.

Le Vorort² de l'Union suisse du commerce et de l'industrie a invité les sections à se prononcer 1^o sur le postulat des Corps législatifs au Conseil fédéral relatif au travail (bureaux publics de placement) ainsi qu'à la protection des ouvriers contre les conséquences du chômage involontaire; 2^o sur une pétition de l'Union Helvetia tendant à la promulgation d'une ordonnance concernant la surveillance et la régularisation par l'Etat des bureaux de placement. Le Comité décide qu'il n'y a pas lieu pour la Société de se prononcer sur la question de la protection des ouvriers contre les conséquences du chômage involontaire, attendu que cette question regarde moins l'industrie hôtelière que les autres; il estime par contre que la pétition de l'Union Helvetia est justifiée et mérite à tous égards d'être chaudement appuyée.

Il est pris connaissance d'un rapport du Président du Conseil de surveillance de l'Ecole professionnelle (M. Tschumi) constatant les résultats très favorables de la deuxième année scolaire qui se terminera en avril prochain. Un compte-rendu détaillé sera envoyé ultérieurement à tous les sociétaires. Cette deuxième année scolaire sera clôturée par une petite solennité; il a été décidé qu'il n'y aurait pas d'examens publics.

M. le Professeur Maillard à Lausanne remercie de l'accueil sympathique qu'a reçu son projet d'Ecole de cuisiniers.

Publicité-réclame.

Voici tantôt trois ans que nous avons mis notre plume au service de la croisade organisée contre la réclame de mauvais aloi et il devait fatalement arriver que parmi ceux qui s'intéressent à notre campagne, il s'en trouverait quelques-uns pour poser cette question: Si les agences de publicité louches et véreuses se comptent par centaines, comme c'est en réalité le cas et puisque l'organe social nous a régulièrement indiqué d'une manière non équivoque les entreprises dont nous devons ignorer l'existence si nous voulons éviter tout dommage, *quelles sont d'autre part les agences ou entreprises auxquelles il est possible de se fier sans réserve et dont on peut attendre directement ou indirectement le respectif du sacrifice pécuniaire qu'on s'est imposé?*

Jusqu'à ce jour, nous avons prudemment éludé ces questions, tout au moins n'y avons-nous répondu que par lettres privées adressées aux sociétaires; par principe toutefois, nous ne nous sommes jamais prononcé publiquement. De récentes sollicitations nous engageant cependant à déroger exceptionnellement à ce principe et à fournir quelques indices sur certaines entreprises de publicité qui, entre toutes celles existantes, offrent sans contredit le plus de garantie en fait de loyauté et de moralité et qui ne visent pas uniquement à s'enrichir aux dépens des personnes qui annoncent.

Nous nous bornerons ici à signaler deux catégories bien distinctes de moyens de publicité: en premier lieu la réclame organisée *administrativement* par les grandes compagnies de chemins de fer sur le réseau desquelles s'écoule le grand courant des voyageurs en provenance et à destination de l'Etranger; en seconde ligne celle qui résulte de la vivace activité des différents bureaux officiels d'étrangers, de renseignements, etc.

La Compagnie du Gothard tout comme celle du Jura-Simplon accomplissent en matière de publicité rationnelle, de vrais tours de force et depuis la création à Londres d'un bureau de renseignements destiné à favoriser spécialement les intérêts de son réseau, la seconde fait dans ce but des efforts gigantesques. Dans son numéro du 1^{er} novembre 1894, un journal londonien, le "Financial Times", consacre à ce bureau et à son activité un long article qui dit entre autres:

„La lecture des prospectus, tarifs, etc. répandus par la Compagnie du Jura-Simplon est de nature à modifier qu'on tout l'idée qu'on était jusqu'alors quasi forcé de se faire du coût des voyages en Suisse; ces frais sont bien loin d'atteindre le taux qu'indique de temps à autre certaine presse, au contraire les prix en Suisse sont tels que chacun peut aisément y voyager sans dépasser les moyens dont il dispose et ce pays est si beau qu'il vaut vraiment la peine d'échanger une fois *Margate* contre Saint-Maurice ou *Brighton* contre l'Oberland bernois.“

En ce qui concerne la réclame du chemin Saint-Gothard, nous allons reproduire ce que dit le commissaire spécial suisse à l'Exposition universelle de Chicago dans son rapport officiel au Département des affaires étrangères, au sujet de la participation de la dite Compagnie à cette Exposition:

„La Compagnie du Saint-Gothard a exposé les plans et aquarelles de sa ligne dans l'édifice des moyens de transport, où elle disposait de toute la paroi est du bâtiment principal. Cette exhibition, parfaitement installée et très admirée des visiteurs, a eu plein succès; elle constituait une réclame bien entendue et tout à fait réussie tant pour le mouvement des étrangers que pour l'industrie des hôtels; elle mérite d'être citée comme une entreprise ayant un cachet d'utilité publique et comme une réclame générale pour notre pays, ce d'autant que la Compagnie du Saint-Gothard a supporté seule tous les frais de son exposition.“

Plus les deux Administrations du Jura-Simplon et du Gothard seront secondées par les cercles indirectement intéressés, plus elles pourront étendre et étendront leur propagande; ce que nous venons de dire vaut aussi pour les bureaux de renseignements. Bien que les Compagnies aient tout d'abord en vue leurs propres intérêts et que chacune vise à attirer en Suisse sur ses lignes la plus grande partie de la circulation des étrangers, c'est précisément cette lutte entre les deux réseaux principaux qui influe avantageusement sur le développement de cette circulation et il nous semble que les milieux les plus intéressés, les hôteliers de certains centres et de certaines contrées, ne devraient pas assister indifférents à cette lutte. Le courant des étrangers une fois arrivé, c'est alors aux intéressés collatéraux, dont les Compagnies ne se préoccupent et n'ont pas à se préoccuper, à guider les voyageurs et le meilleur moyen pour cela, ce sera de biffer du budget de la publicité les entreprises de l'efficacité desquelles on doute et d'augmenter ce budget dans le sens indiqué, ce qui se fera d'autant plus facilement que certains cercles d'hôteliers appliqueront davantage le système de la réclame collective.

Si la propagande des Compagnies de chemins de fer peut être qualifiée de réclame générale, nationale, pourrions-nous dire, qui embrasse des intérêts plus étendus que ceux des contrées et hôtels situés juste sur le parcours respectif, la propagande des bureaux de renseignements est plutôt locale, limitée à une seule ville ou à un certain rayon et les intérêts qu'elle doit favoriser sont presque exclusivement ceux des habitants de cette ville ou de ce rayon; il s'ensuit que ces bureaux cherchent rarement leurs ressources financières en dehors de leur sphère d'activité.

Afin de prévenir toute conclusion erronée, disons expressément que nous ne plaçons pas dans la ca-