

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 4 (1895)
Heft: 25

Artikel: Oesterreichische Konkurrenz
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-522399>

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 22. Juni 1895.

Erscheint Samstags.

N^o 25.

Bâle, le 22 Juin 1895.

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 abnommt:
Fr. 5.— (Mk. 4.—) jährlich.
Vereinsmitglieder
erhalten das Blatt gratis.

Inserate:

20 Cts per 10spaltige 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:
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

Schweizer Hotelier-Vereins.

Organe et Propriété

de la

Société Suisse des Hôteliars.

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

TÉLÉPHONE No. 1573.

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

Offizielle
Nachrichten.

Nouvelles
officielles.

Avis an die Mitglieder!

Im Laufe der nächsten Woche werden wir die Nachnahmekarten für den Jahresbeitrag pro 1894/95 der Post übergeben.

Indem wir bitten, dieselben prompt einzulösen, wird besonders darauf aufmerksam gemacht, dass die Beiträge zum erstenmal nach § 10 der neuen Statuten in Ansatz gebracht worden sind.

Luzern, den 20. Juni 1895.

Schweizer Hotelier-Verein
Der Kassier:
R. Häfeli.

Avis aux Sociétaires!

Dans le courant de la semaine prochaine nous encaisserons par mandat de poste les cotisations pour l'année 1894/95.

En vous priant de bien vouloir les acquitter aussi promptement que possible, nous attirons votre attention sur le fait que ces cotisations ont été calculées pour la première fois en conformité de l'art. 10 des nouveaux statuts.

Lucerne, le 20 Juin 1895.

Société Suisse des Hôteliars
Le caissier:
R. Häfeli.

Ein zeitgemässes Projekt,

von dem man sich, ohne zu übertreiben, viel versprechen darf, ist dasjenige, über welches vor einigen Tagen die Vereinsmitglieder und mit ihnen die übrigen Besitzer von Hotels, Pensionen und Kuranstalten der Schweiz, die mit dem Fremdenverkehr in Beziehung stehen, aufgeklärt worden sind. Wir meinen das vom Schweizer Hotelier-Verein projektierte Buch: „Die Hotels der Schweiz“, welches anlässlich der nächstjährigen Landesausstellung in Genf erstmals erscheinen soll. Dieses Projekt ist von langer Hand vorbereitet und von berufenen Männern der Hotel-Industrie gründlich geprüft worden und wird deshalb darauf Anspruch machen dürfen, unter den Hundert und aber Hundert von Büchern und Zeitschriften, die sich in den Dienst der Propaganda für den Fremdenverkehr und das Hotelwesen stellen, den ersten Rang einzunehmen. Freilich befindet sich die Idee noch in dem Stadium des Projektes, denn noch ist die Verwirklichung desselben nicht gesichert; es steht jedoch zu hoffen, dass bei den Interessenten genügendes Verständnis vorhanden sein wird, um für das Unternehmen die nötige Sympathie, resp. die zum Gelingen notwendige Teilnehmerzahl zu finden.

Schon der Umstand allein sollte jedem Interessenten genügen, dass es in absehbarer Zeit so wie so dazu kommen wird, dem Hauptprinzip, welches dem projektierten Buche zu Grunde liegt, nämlich die Bekanntgabe der Preise, nachleben zu müssen. Es wäre deshalb unklug, zuzuwarten, bis von anderer Seite oder von mehreren Seiten zugleich auf ein Ziel zugesteuert wird, welches zu erreichen

für uns viel einfacher, viel sicherer und für den Einzelnen mit viel weniger Unkosten verbunden sein wird, wenn die Hoteliers die Sache selbst an die Hand nehmen.

In Einzelheiten über den Inhalt des Buches wollen wir hier nicht näher eintreten, darüber giebt der Prospekt genügend Aufschluss, nur möchten wir die Empfänger desselben hiemit noch besonders einladen, dem Projekt die verdiente Beachtung zu schenken. Was dieses Buch dem Reisenden sein wird, das dürfte man bald genug erfahren; wird doch dessen Inhalt dazu angethan sein, im wahren Sinne des Wortes dem Fremden als „Führer“ in dem Labyrinth der Hotels zu dienen. Nichts wirkt beruhigender auf den Gast, als wenn er zum vornehmen weiss, mit welchen Ausgaben er für den alltäglichen Bedarf im Hotel zu rechnen hat, wenn er bei vorheriger Einsicht der Preise dieselben mit dem Inhalt seiner Börse in Einklang zu bringen vermag, die Wahl seines Absteigequartiers darnach trifft und sich auf diese Weise vor „Verirrungen“ schützt, wodurch dem Gast wie dem Gastgeber unliebsame Erörterungen erspart bleiben. Die Folge davon wird sein, dass dadurch auch mancher gehässige Zeitungsartikel ungeschrieben bleibt, dem als Motiv vermeintliche „Ueberforderung“ zu Grunde liegt, tatsächlich aber nichts anderes ist, als die Folge einer „Verirrung“ des Gastes.

Ferner wird der erste Teil des Buches so viel Interessantes und Wissenswertes über das Leben in den Schweizer Hotels, sowohl in Bezug auf die Pflichten, Rechte und Wünschbarkeiten des Gastes wie auch des Gastgebers enthalten, dass hiedurch wiederum zahllosen unliebsamen Auseinandersetzungen vorgebeugt sein wird.

Wir glauben annehmen zu dürfen, dass Keiner der zur Beteiligung an diesem Unternehmen eingeladenen die Tragweite des Gebotenen verkennen wird. Sollte für Manche ein Grund zur Zurückhaltung allenfalls die Höhe des geforderten Beitrages sein, welcher übrigens, wenn die Beteiligung über das angenommene Minimum hinausgeht, noch erhebliche Verminderung erfahren wird, dann möchten wir speziell hervorheben, dass dieser Beitrag als ein sehr geringer erscheint, wenn man die Höhe der Auflage (150,000 Expl. in drei Sprachen) in Betracht zieht. Bedenkt man ferner, dass die Grosszahl anderer Unternehmen, die mit ihren angeblichen Auflagen von 5—10,000 Exemplaren stets im Trüben fischen, und, von dem Wert oder Unwert des Verlagsobjektes ganz abgesehen, ihre Forderungen an die einzelnen Teilnehmer auf das doppelte und dreifache des von uns zur Verwirklichung obigen Projektes verlangten Beitrages stellen.

Es sind gewiss nicht wenige Hotels, die jährlich Süssmühen und Summen ganz unnütz für Reklame ausgeben und wenn es auch nur wäre, um einen jener „Zudringlichen“ los zu werden, die zur Thüre hinausgeschickt, zum Fenster wieder hereinkommen, oder sei es, dass man sich in guten Treuen überreden lässt, oder gerade zum „Almosengeben“ aufgeleitet ist; item, nichts wird leichter sein, als einmal versuchsweise einige dieser fragwürdigen Posten im Ausgabebudget zu streichen und damit das Gleichgewicht gegenüber dieser erneuten Ausgabe herzustellen.

Es darf auch der Grund von einer Beteiligung nicht abhalten, als sei dieses Unternehmen mehr für die grösseren Etablissements bestimmt. Im Gegenteil, das Bestreben geht dahin, in erster Linie den Titel des Buches: „Die Hotels der Schweiz“ zu rechtefertigen, d. h. alle Hotels, Pensionen und Kuranstalten zu vereinigen, die speziell dem Fremdenverkehr dienen, und eben aus diesem Grunde wird Keiner bevorzugt, und finden die beteiligten Etablissements in demselben eine systematische einheitliche Behandlung; denn nur so wird das Buch seinen Zweck

erreichen und eine wirksame Propaganda für die Schweizer Hotels bilden, die wir, angesichts der Anstrengungen der übrigen mit uns in Konkurrenz tretenden Länder, nicht nur nicht unterlassen dürfen, sondern die für uns im gegenwärtigen Moment zu einer gebieterischen Notwendigkeit wird.

Wir möchten also alle, die von dem Unternehmen auf dem Circularwege in Kenntnis gesetzt wurden, nochmals dringend einladen, dem Ansuchen durch Ausfüllen des Subskriptionsscheines Folge zu geben.

Anschliessend hieran möchten wir auch die Empfänger der vor einigen Tagen vom Vorstände des Schweizer Hoteliers-Vereins versandten Fragebogen behufs Aufstellung einer Statistik über das Hotelwesen und bestimmt für die nächsten Jahr in Genf stattfindende Landesausstellung, dringend anempfehlen, auch in dieser Beziehung nicht gleichgültig zu sein und recht zahlreich die gewünschten Antworten zu erteilen, damit die Schweizer Hotelindustrie an der Ausstellung denjenigen Rang einnimmt, der ihr zufolge ihrer hohen ökonomischen und volkswirtschaftlichen Bedeutung zukommt.

Oesterreichische Konkurrenz.

Der Handelsminister Wurmbrand, den es wurmt, dass Oesterreich bezüglich Fremdenverkehr hinter der Schweiz steht, sagte in einer Rede am letzten Kongress zur Hebung des Fremdenverkehrs in den österreichischen Alpenländern:

„In Europa stehen nur die Schweiz und die österreichischen Alpenländer als Gebirgsländer den Fremden zur Verfügung. Ich muss betonen, dass der Export des Geldes nach dem Auslande höchst unerwünscht ist und muss vielmehr wünschen, dass das Ausland sein Geld nach Oesterreich bringe, dass ein Import des Geldes stattfinde, ein Import, der so manches Alpenland zu einem reichen gemacht hat. Das ist in erster Linie in der Schweiz der Fall. Die Summe, die in dieser Weise nach der Schweiz importiert wird, soll über 12 Millionen Gulden betragen; einen Theil hiervon beanspruche ich für Oesterreich, und ich werde, soweit es in meinem Wirkungskreis steht, alle Bestrebungen unterstützen, welche den Fremdenverkehr fördern und steigern können.“

Es stände mit dem Fremdenverkehr der Schweiz und deren Hotels wirklich schlecht, wenn die vom Ausland importierte Summe blos 12 Millionen Gulden, oder ca. 25 Millionen Franken betrüge. Wie würde der österreichische Handelsminister aber erst geblendet sein, wenn er wüsste, dass die Gesamteinnahmen in den Hotels der Schweiz sich jährlich auf rund 100 Millionen Franken belaufen? Und welche Ernüchterung für ihn, wenn man ihm sagen würde, dass diesen 100 Millionen Einnahmen ein Kapitalwert an Immobilien und Mobilien von rund 500 Millionen Fr. gegenübersteht und dass nach Abzug aller Betriebsauslagen im Betrage von rund 66 Millionen Fr. ein Ueberschuss von 34 Millionen Fr. verbleibt, d. i. rund sieben Prozent des Anlage- und Betriebskapitals, aus welchem dann noch die Verzinsung des Kapitals, die Asssekuranzgebühren, der Unterhalt der Gebäude und Mobilien, sowie ihre Amortisation bestritten werden müssen, der Reingewinn aber auf ein bedenkliches Minimum zusammenschrumpft, an welchem nicht einmal jedes einzelne Etablissement partizipiert? Zu diesen enormen Kapitalanlagen gesellt sich noch, dass die Schweiz gegenüber den österreichischen Alpenländern in Bezug auf Verkehrseinrichtungen sehr weit voraus ist und dass überhaupt der schweizerische Volksschlag und das Land als solches nicht nachgeahmt werden können.