

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 5 (1896)
Heft: 2

Artikel: Alle Mittel sind gut
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-521568>

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 11. Januar 1896.

Bâle, le 11 Janvier 1896.

Erscheint Samstags.

N^o 2.

Paraissant le Samedi.

Abonnement:

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

Inserate:

20 Cts. per 1 spatiale Petit-
zeile oder deren Raum.
Bei Wiederholungen
entsprechenden Rabatt.
Vereinmitglieder
bezahlen die Hälfte.

Abonnements:

Pour la Suisse:
Fr. 6.— 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. 6.— 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

6. Jahrgang

5^{me} ANNÉE

Organ und Eigentum

des

Organe et Propriété

de la

Schweizer Hotelier-Vereins.

Société Suisse des Hôteliers.

Redaktion und Expedition: Sternengasse No. 21, Basel.
Telegramm-Adresse: „Hôtelrevue Basel.“

TÉLÉPHONE No. 1573.

Rédaction et Expédition: Rue des Etoiles No. 21, Bâle.
Adresse télégraphique: „Hôtelrevue Bâle.“

Offizielle
Nachrichten.

Nouvelles
officielles.

Neujahrsgratulationen.

Zu Gunsten der fachlichen Fortbildungsschule in Ouchy und zur Entbindung von der Versendung von Neujahrsgratulationen sind nachträglich noch eingegangen:
Uebertrag Fr. 1315
Herr Bassler F., Hotel Spiezerhof, Spiez. „ 10
„ Truttmann M., H. Sonnenberg, Seelisberg „ 10
Total Fr. 1335

Berichtigungen. In der Liste in voriger Nummer befindet sich ein Additionsfehler: die Totalsumme beläuft sich auf 1335 Fr. statt nur 1325. Ferner wurde der Beitrag von 20 Fr. des Herrn R. Liebler vom Kurhaus in St. Moritz irrtümlicherweise doppelt aufgeführt, so dass die Totalsumme der Beiträge bis zum 11. ds. sich auf 1335 Fr. beläuft.

Die Redaktion.

Alle Mittel sind gut,

wenn's nur Geld gibt. Einen originellen Weg zur Geldmacherei betritt ein Herr Millie in Nizza, Verleger von „La Plage Méditerranéenne“, illustrierte Wochenschrift. „Drei Fliegen in einem Schlag“, heisst bei ihm die Parole. Erstens bringt er in seiner Insertions-Einladung das Cliché samt Text eines Hotels an der Riviera und schreibt auf dem Circular an den betr. Hotelier, dass er 5000 solcher Einladungen von Stapel lasse und dass dies jedenfalls eine grosse Reklame für ihn bedeute, wofür er weiter nichts verlange, als in seinem Hotel zu wohnen, er und seine Tochter, mit der Bedingung, dass er nicht mehr zu bezahlen brauche als 200 Fr. per Monat für Logis und Unterhalt. (Erste Fliege.) Ferner, dass seine Tochter sich auf Verlangen Abends im Musiksaal vor den Gästen seines Hotels als Sängerin hören lasse und gleichzeitig denselben auch Sing-, Klavier- und italienische Sprachstunden erteile. Dass dies etwa aus Dankbarkeit für die billige Wohnung geschehe, davon ist nichts erwähnt. Wohl aber weist ein vor uns liegendes Konzertprogramm der Fräulein Millie im Hotel ... in Cannes die Preise einer grossstädtischen Oper auf, nämlich 20 Fr. für reservierte Plätze und 10 Fr. für 1. Platz. (Zweite Fliege.)

Die Insertions-Einladung, welche an 5000 Hotels verschickt werden soll und für deren Kosten der gast-, singer- und pianofreundliche Hotelier an der Riviera aufzukommen hätte, verspricht sämtlichen Inserenten die Gratisaufnahme eines 10 cm. langen und 6 cm. breiten Clichés in „La Plage Méditerranéenne“ gegen die Verpflichtung der Abnahme von 500 Exemplaren der betr. Nummer zu 25 Cts. per Expl., also die Bagatelle von 125 Fr. (Dritte Fliege.) Der Verleger kommt dabei dem Inserenten noch insofern entgegen, als er ihm freistellt, mit den 500 Expl. zu thun, was ihm beliebt. Wir glauben, dass auch in Nizza, so gut wie in der Schweiz, Makulatur billiger als zu diesem Preis zu haben sein wird.

Das beste Blatt für Hotel-Reklamen muss unbestritten die „Italian Lakes and Swiss Gazette“ in Como sein, denn der Verleger derselben gibt es Jedem in grossen Lettern schwarz auf weiss gedruckt, dass sein Blatt von 350,000 Lesern gelesen wird. Wir möchten ihm nicht wünschen, dass er Jedem, der's nicht glaubt, einen Batzen zahlen müsste.

Immerhin nimmt dieser Herr den Mund noch lange nicht so voll, wie die Direktion der „Internationalen Hotelkarte“ in Wien, dem Reklame-Nest

par excellence; dieselbe posant nämlich bei Empfehlung ihrer Hotel-Karte in die Welt hinaus, dass wenn 150 Reisende per Tag in jedem der 1000 Hotels, wo die Karte hängt, dieselbe betrachten, dass dann während 365 Tagen die Karte von mehr als 50,000,000 Reisenden konsultiert wird. Diese Rechnung ist so weit richtig; nach Sturms Rechnungsbuch wären es genau 54,750,000, wenn — ja wenn garantiert werden könnte, dass an der Zahl 150 nicht mindestens eine Null zu viel ist.

Die Direktion scheint der Geschichte selbst nicht recht zu trauen; sie hilft deshalb den Ungläubigen noch etwas nach, indem sie behauptet, dass Annoncen in Zeitungen, selbst den grössten und besten, lokalisiert bleiben und dass kein Blatt der Welt eine solche hohe Zahl von Lesern aufweise. — Das stimmt! Auf eine Leserszahl von solch „schwindelhafter“ Höhe hat es noch kein Blatt gebracht.

Englische Reise-Unternehmungen.

In der „Neuen Zürcher Zeitung“ vom 14. Sept. vorigen Jahres berichtet ein Korrespondent über „The Polytechnic Cooperative and Educational Holiday Tours“ in London, welche die frühere Pension Seeburg bei Luzern zu ihrem Sitz in der Schweiz auskoren. Der Korrespondent der „N. Z. Z.“, der gut informiert zu sein scheint, schreibt über diese Gesellschaft u. a. wie folgt:

„Warum gerade der Name „Polytechnic“ gewählt wurde, ist mir und anderen ein Rätsel; denn die Klientenschaft dieser Reiseunternehmung setzt sich vorzugsweise aus Geistlichen, Lehrern und Lehrerinnen, Handelsangestellten, Gouvernanten, Subalternbeamten, kleinen Rentnern und — wie mir ein seit vielen Jahren in England wohnender, in öffentlicher Stellung wirkender Schweizer, dem ich diese Mitteilungen verdanke, verraten hat — aus solchen etwa dem „Mittelalter“ sich nähernden Misses zusammen, welche eine Gemeinschaftsreise als letzten Versuch, unter die Haube zu kommen, unternehmen. Es scheint, dass man einfach einen hoch- und wohlklingenden Namen gewählt hat, um der Sache ein gewisses Relief zu geben, das sie übrigens nicht einmal nötig hat. „The Polytechnic“ wurde in London von gemeinnützigen Männern gegründet, welche von dem löblichen Bestreben beseelt waren, auch solchen Leuten eine Reise auf dem Festlande zu ermöglichen, welche nur über bescheidene Mittel verfügen. Ursprünglich handelte es sich also um einen rein humanen Zweck, an welchem sich auch verschleiene Lords etc. beteiligten. Heute soll die Humanität schon etwas in den Hintergrund getreten und die Unternehmung in das Fahrwasser einer geschäftlichen Spekulation geraten sein. Aber das hindert nicht, dass das Reisen mit einem Ticket des „Polytechnic“ sich recht billig gestaltet. So setzt die Touristenliste für 1895 folgende Preise fest: Acht Tage in Luzern 5 Guineen (eine Guinee = Fr. 25.25); fünfzehn Tage in Luzern 7 Guineen; Brünnig, Meiringen, Interlaken, Grindelwald, Bern (15 Tage), 8 1/2 Guineen; Grimsel, St. Gotthard, Andermatt, Rhonegletscher, Gemmi, Bern (15 Tage) 8 1/2 Guineen; Zermatt, Gotthard, Andermatt, Rhonegletscher, Gemmi, Bern (15 Tage) 10 Guineen; Genf, Martigny, Chillon, Zermatt, Gotthard, Rhonegletscher, Gemmi, Bern (22 Tage) 12 1/2 Guineen. In diesen Preisen ist der Transport auf Eisenbahnen und Dampfbooten (III. Klasse zwischen London und Dover, II. Klasse auf den festländischen Bahnen) sowie die Verpflegung inbegriffen. Jede Woche vom Mai bis September langt in Luzern eine Abteilung von etwa 150 Personen an, um in der nächsten Woche einer anderen Abteilung Platz zu machen.“

Zieht man die erwähnten Preise in Betracht, so sollte man meinen, dass eine gewisse Kategorie von Hotels und Pensionen, die mit diesen Gesellschaften „arbeiten“, einen kleinen Profit erzielen könnten, auch wenn die Transportspesen dabei in Abzug kommen. Das mag allerdings der Fall gewesen sein, so lange das Unternehmen einen humanen Zweck hatte, nun aber dasselbe zu einer Spekulation ausgeartet, wie der betr. Korrespondent berichtet und wie es eine Anzahl Hotels und Pensionen zu bestätigen im Falle sind, dürfte von einem Profit für die Hotels kaum mehr die Rede sein. Bei Niederdrückung der Preise mussten natürlich in erster Linie die

Hotels herhalten. Von verschiedenen Seiten ist uns berichtet worden, dass diese Gesellschaft nicht mehr wie Fr. 5.50 pro Tag und pro Kopf bezahlt für Zimmer und komplette Verköstigung, gleichviel ob der Aufenthalt von kürzerer oder längerer Dauer ist. Es ist kaum anzunehmen, dass bei diesen Preisen einer seine Rechnung findet, ausgenommen die Unternehmer. Ob es seine Richtigkeit hat, was man uns versicherte, nämlich, dass die Unternehmer ihren Gesellschaftsmitgliedern für Schillinge berechnen, was sie einen Franken kostet, das können wir allerdings nicht verbürgen.

Eine ähnliche, ebenfalls englische Unternehmung hielt unter grossem religiösem Pomp ihren Einzug in die Schweiz vor fünf Jahren. Es fiel keinem Menschen ein, hinter den Konferenzen etwas anderes zu suchen, als einen streng religiösen Zweck. Die Hotelpreise spielten dabei eine untergeordnete Rolle. Aber bald genug sollte sich das Blatt wenden und der eigentliche Zweck, das „Geschäft“, zum Vorschein kommen. Anfangs zahlte diese Gesellschaft annehmbare Preise, wenn auch unter der Bedingung, dass nur Zimmer in der ersten oder zweiten Etage acceptiert würden. In den letzten Jahren sind nun auch von ihr die Preise heruntergedrückt worden, so dass von einem Verdienst für die Hoteliers kaum mehr die Rede sein kann. Aus Gesagtem erhellt, dass das ganze Unternehmen nichts anderes als eine feine, unter dem Deckmantel der Religion angelegte Spekulation ist.

Aus der Praxis solcher Gesellschaften, denen das Prinzip der Reisefirmen Cooks und Gaze fremd ist, lässt sich die Lehre ziehen, dass wer mit denselben in Verkehr tritt und ihnen den kleinen Finger bietet, es mit in den Kauf nehmen muss, wenn ihnen nach und nach die ganze Hand genommen wird.

So ist vor kurzem wieder eine solche Gesellschaft in London entstanden unter der Firma Eff, Friend & Cie., die sich berufen fühlt, im Interesse des Fremdenverkehrs Reisetouren zu arrangieren, wobei die erste Frage an die Hoteliers die ist: „Wie viel Rabatt gewähren Sie uns für die Zuweisung von Gästen?“ Wer am meisten Rabatt gewährt, der hat sie, die Gäste, aber sonst nichts.

Zum Colis-Schwindel.

Wie der „Wochenschrift“ unterm 21. Dez. aus Toulouse mitgeteilt wird, ist der Spediteur Fernando Jasse in Toulouse, welcher einer Anzahl Hoteliers der Schweiz und Deutschlands Colis-Sendungen aus Amerika avisierte, unter Beilage einer Rechnung von 51 Fr., bereits arreliert und hinter Schloss und Riegel gebracht worden.

Rundschau.

Eine neue touristische Einrichtung in Deutschland soll die Aufstellung von Papierkörben an vielbesuchten Punkten werden, und zu den mannigfachen Sorgen, welche den Vereinen derzeit für Verschönerung, Zugänglichmachung und Unterkunft in ihren Gebieten obliegen, soll nun auch noch die Sorge für Papierkörbe kommen. Der Harzklub hat den Anfang gemacht; er beabsichtigt, um dem unschönen Umherliegen von Speiseresten, Flaschen, Einwickelpapieren, Düten etc. an beliebigen Aussichtspunkten ein Ende zu machen, daselbst einfache dauerhafte Papierkörbe anzubringen, und schreibt vorläufig einen Preis für eine Inschrift aus, welche auf den Zweck dieser Körbe in gereimten Verszeilen „möglichst hübsch, aber auch möglichst deutlich“ aufmerksam macht.