

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 6 (1897)
Heft: 37

Artikel: Fach-Ausstellung : Korrespondenz
Autor: A.R.A.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-522230>

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>

Erscheint
Samstags.

Abonnement:

Für die Schweiz:
Zwölf Monate . . Fr. 5.—
Sechs Monate . . Fr. 3.—
Drei Monate . . Fr. 2.—
Für das Ausland:
Zwölf Monate . . Fr. 7.50
Sechs Monate . . Fr. 4.50
Drei Monate . . Fr. 3.—
Vereins-Mitglieder erhalten das Blatt gratis.

Inserate:

20 Cts. per 1000. Petit-
feuille oder deren Raum.
Bei Wiederholungen
entsprechenden Rabatt.
Vereins-Mitglieder
bezahlen die Hälfte.

Paraissant
le Samedi.

Abonnements:

Pour la Suisse:
Douze mois . . Fr. 5.—
Six mois . . Fr. 3.—
Trois mois . . Fr. 2.—
Pour l'étranger:
Douze mois . . Fr. 7.50
Six mois . . Fr. 4.50
Trois mois . . Fr. 3.—
Aux Sociétaires
gratuitement.

Annonces:

20 Cts. pour la petite
ligne ou son espace.
Rabais pour répétition
de la même annonce.
Les Sociétaires
payent moitié prix.

Organ und Eigentum des
Schweizer Hotelier-Vereins.6. Jahrgang 6^{me} AnnéeOrgane et Propriété de la
Société Suisse des Hôteliars.

Redaktion und Expedition: Sternengasse No. 21, Basel * TÉLÉPHONE 2406 * Rédaction et Administration: Rue des Etoiles No. 21, Bâle.

Mitglieder-Aufnahmen.
Admissions.

- Herr Paul C. Arni, Hotel de la Poste, Bern 48
- Mr. W. Landsee, Hotel Terminus, Fribourg 50

Zur gest. Notiz.

Von verschiedenen Seiten sind wir angefragt worden, ob es noch Zeit habe, sich für das Reklamebuch „Die Hotels der Schweiz“ anzumelden, und müssen wir hieraus den Schluss ziehen, dass Mancher im Drange der Sommergeschäfte die erhaltene Einladung aus Mangel an Zeit unberücksichtigt gelassen oder verlegt und vergessen hat. Wir haben daher eine **letzte Anmeldefrist bis Ende dieses Monats** angesetzt.

Die nötigen Anmeldeformulare werden auf Wunsch sofort zugesandt.

Das offizielle Centralbureau.

AVIS IMPORTANT.

On nous a demandé de divers côtés s'il est encore temps de s'inscrire pour le livre-reclame: „**Les Hôtels de la Suisse**“. Nous devons en inférer que beaucoup d'hôteliers, pressés par les affaires de la saison d'été, n'ont pas eu le loisir de répondre à notre invitation ou l'ont mise de côté et oubliée.

Nous avons par conséquent fixé **à la fin du mois courant un dernier délai d'inscription**.

Les formulaires d'inscription sont envoyés immédiatement sur demande.

Le Bureau central officiel.

UNE INDÉLICATESSE SANS EXEMPLE.

Sous cette épigraphe: „Ce qui est bon fait seul son chemin“, un sieur C.-A. Friedrich, de Nuremberg, lance, en ces termes, des invitations à souscrire des annonces:

Le Bureau central des hôtels pour l'Allemagne, l'Autriche-Hongrie, le Tyrol, la Suisse, etc., à Nuremberg, est une institution qui compte de nombreux et fermes appuis dans toutes les parties de l'Autriche, de l'Allemagne, de la Suisse, etc. Il se propose maintenant de publier un **Ouvrage spécial intitulé: Hôtels, pensions et stations de bains de l'Allemagne, de l'Autriche-Hongrie, de la Suisse, etc.**, et comprenant un texte, des illustrations, avec l'indication des prix.

Cette entreprise, réclamée par le public des voyageurs eux-mêmes et soutenue par les propriétaires d'hôtels importants, par conséquent fort bien accueillie, offre à chaque hôtelier l'occasion de faire parmi ses clients une propagande de premier ordre. Elle repose essentiellement sur la reproduction des vues d'hôtels, accompagnées des détails et des prix concernant chacun d'eux, mais elle imposera au Bureau central des dépenses si considérables qu'il lui serait impossible d'en assumer la charge exclusive. C'est pourquoi nous prions très instamment les personnes qui nous accordent ou qui désirent nous accorder leur confiance, de contribuer à cette œuvre indispensable.

Le prix d'insertion d'un hôtel, y compris les frais d'exécution du cliché (vue de l'hôtel) s'élève à 10 marcs en chaque langue; aucun hôtelier ne saurait donc hésiter à prêter son appui le plus empressé à une entreprise de cette nature, qui doit combler une véritable lacune. La modicité de cette offre nous autorise à compter absolument sur la participation de tous les intéressés, auxquels il nous sera possible de livrer ainsi un ouvrage superbe, en trois langues, pour le prix réduit de 50 pfennigs à un marc l'exemplaire.

Nous ne pourrions cependant utiliser pour l'exécution des clichés (vues d'hôtels) que des épreuves

nettes, en une seule couleur, et préférentiellement des photographies d'un bon relief, conformes aux vues de nos spécimens.

Satisfaire aux réclamations tous les ans plus pressantes du monde des touristes désireux de connaître les prix; mettre un terme aux inconvénients toujours croissants de la réclame; faciliter aux voyageurs le choix de leurs pied-à-terre; prévenir les discussions fâcheuses entre les maîtres d'hôtels et leurs hôtes; fournir aux touristes avant leur départ les renseignements les plus exacts sur les prix et sur tous les détails qu'ils doivent connaître, tels sont les principaux motifs qui nous ont poussés à la publication de cet ouvrage.

Afin de le répandre, nous remettons la vente des exemplaires aux hôtels intéressés, ainsi qu'aux bibliothèques de chemins de fer et aux bureaux de renseignements. Le voyageur, le touriste aura donc assez d'occasions de se procurer à peu de frais un guide des hôtels qui sera d'une utilité générale.

Enfin, nous vous prions instamment de ne pas confondre notre Bureau avec des institutions similaires, et qui ne sont pas sérieuses. Nous offrons à nos clients la meilleure des garanties, car nous ne percevons le prix de l'annonce par mandat postal qu'après l'envoi gratuit d'un exemplaire complet. En principe, nous ne réclamerons pas de paiements anticipés.

Nous avons l'honneur de vous transmettre ci-joint, avec nos plus vifs remerciements pour la confiance que vous nous avez témoignée jusqu'à ce jour, une feuille-spécimen de notre publication, et nous aurons plaisir à recevoir prochainement l'envoi de vos ordres.

Le Bureau central des Hôtels
Nuremberg.

Le chef: C.-A. Friedrich.

„L'Ouvrage spécial“, que compte publier M. C.-A. Friedrich, n'est, comme le prouve la feuille-spécimen jointe à la circulaire, pas autre chose que la copie littérale du Livre-reclame édité par la Société suisse des Hôteliars. L'indélicatesse commise par M. Friedrich consiste d'abord à imiter tous les détails de l'arrangement intérieur de ce livre, sans égard au droit que notre Société s'est réservée sur la reproduction; de même, les motifs invoqués par M. Friedrich à l'appui de sa publication ne sont que la copie textuelle de la préface de notre livre.

L'éditeur cherche en outre à faire croire qu'il dirige un Bureau central officiel des hôteliers, analogue au nôtre, et que l'œuvre protégée par lui constitue une entreprise désintéressée, fondée par les maîtres d'hôtels eux-mêmes. La preuve qu'il n'en est rien, c'est qu'il n'existe dans toute l'Allemagne aucun Bureau permanent et officiel des hôteliers, en dehors du Bureau central de l'Association internationale des propriétaires d'hôtels. Toutes les allégations de M. Friedrich reposent donc sur une imposture.

Le prix qu'il demande pour l'annonce d'un hôtel, y compris le cliché (10 marcs en une langue et 30 marcs en trois langues), paraît à première vue extrêmement modeste. Mais lisez la circulaire avec un peu de réflexion, et vous ferez l'observation que, nulle part, M. Friedrich ne dit combien il y aura d'exemplaires au total et dans chaque langue. C'est là une porte de derrière que l'éditeur tient prudemment ouverte.

Nous ne croyons pas nous tromper en admettant, une fois de plus, qu'il s'agit ici d'une de ces entreprises dont la **probité rigoureuse consiste à remettre un exemplaire justificatif à chaque titulaire d'annonce et pour lesquelles le reste est . . . chose accessoire**.

Ensuite, M. Friedrich réclame son édition d'après le chiffre des annonces, non sans avoir mis d'abord en lieu sûr, à titre de „bénéfice net“, un taux pour cent déterminé.

Que si l'éditeur transmet aux hôtels intéressés la vente du livre par exemplaire, cela ne signifie rien quant au chiffre du tirage. En effet, supposons le cas où chaque hôtel lui prendrait 10 ou 20 volumes à 50 pfennigs ou 1 marc; M. Friedrich, en recevant ces demandes après coup, pourrait soutenir hardiment que l'édition est épuisée, et cela produira son effet, quand même elle serait seulement de 1000 exemplaires.

Personne ne sait mieux que nous ce que coûte la publication d'un livre de cette nature; aussi pouvons-nous affirmer que le prix de 10 marcs par langue est encore très élevé. S'il s'agit simplement d'avoir la preuve de l'insertion, c'est-à-dire si l'impression comporte le nombre de volumes strictement nécessaire aux justifications d'annonces.

Quant à une grande édition, dont l'exemple se vend à raison d'un marc, notre expérience nous permet d'affirmer que l'écoulement n'en va pas tout seul, au gré de certains désirs ou de certaines promesses; ce que nous savons bien, pour l'avoir éprouvé par notre livre, c'est que, chose essentielle en pareille affaire, le seul moyen *utile et rationnel* de le faire connaître est de le distribuer gratuitement.

M. Friedrich englobe la Suisse dans son livre d'hôtels. Cette circonstance nous engage à lui **intenter une action judiciaire**), car notre livre: *Les Hôtels de la Suisse*, est régulièrement inscrit depuis 1896 au Bureau fédéral de la propriété intellectuelle, ce qui garantit tous nos droits. Quant à la portée de ces droits en ce qui concerne l'étranger, elle dépend des traités internationaux conclus entre les divers Etats et nos démarches l'établiront clairement.

A la fin de sa circulaire, M. Friedrich prie de ne pas confondre son Bureau avec d'autres institutions similaires et qui ne sont pas sérieuses. Si le directeur du soi-disant Bureau central des hôtels, à Nuremberg, a cru devoir ajouter cette mention spéciale, nous jugeons nécessaire, en ce qui nous concerne, de mettre les membres de notre Société en garde contre son entreprise.

*) Nous prions tous les hôteliers de la Suisse qui ont reçu la circulaire de Nuremberg, de bien vouloir nous la faire parvenir, à titre de document.

Fach-Ausstellung.

(Korrespondenz.)

In der zweiten Hälfte des Monats August fand in der Gewerbehalle in Stuttgart die Hotel- und Wirtschafts-Ausstellung statt, verbunden mit einer Kochkunst-Ausstellung, die den Herren Kollegen von ganz Württemberg zur Ehre gereicht. Alle ausgestellten Artikel waren recht hübsch und zierlich hergerichtet, so dass es dem Auge wohl that, alle diese schönen Gegenstände betrachten zu können.

Die Palme aber gebührte unstreitig der Kochkunst Stuttgarts und Ludwigsburgs, welche vereinigt in einem grossen Glasschrank Gegenstände ausgestellt hatten, die einem das Wasser im Munde zusammenlaufen liessen. Manche Zuschauer hatten Mühe, die Augen von dem zu wenden, was sich am schönsten darbot und oft hörte ich in schwäbischem Dialekt sagen: „Oh, wenn ichs nu als versuche dürft!“

Welches Hotel sich am meisten bei dieser Ausstellung hervorgethan hat, will ich nicht ergründen, sondern als Kollege sage ich allen, dass sie Gutes geleistet und gezeigt haben, dass man auch in Stuttgart und Umgebung gut kochen kann. Was die übrige Ausstellung anbetrifft, so war ziemlich alles vertreten, was zum Hotel- und Wirtschaftsleben gehört, jedoch ganz Neues konnte ich nirgends sehen. Ausser den vielen Artikeln und Gegenständen bemerkte ich u. a. zwei Esszimmer, künstlerisch im Renaissance-Stil ausgeführt, worin etwa zwölf Couverts geschmackvoll hergerichtet waren. Als Zierde des Tisches spielen jetzt auch in Deutschland die Blumen eine vorwiegende Rolle, und mache ich den Herren Marquardt und Banzhaf meine besten Komplimente für diese gelungene Idee.

Die Herren Kollegen von Stuttgart hatten viele Mühe und Kosten bei diesem Unternehmen. Ich habe mich am Eröffnungstage (14. August) davon überzeugen können.

Da meine Zeit gemessen, so konnte ich dem offiziellen Diner, welches drei Tage später im Hotel Marquardt stattfand, leider nicht mehr beiwohnen, zweifle aber nicht, dass es noch zahlreicher besucht war und was Küche und Keller des Hotels anbelangt nur das Feinste geboten wurde.

Wie das Finanzielle bei diesem Unternehmen auch ausfallen mag, Stuttgart hat einmal gezeigt, dass es auf der Höhe des Hotel- und Wirtschaftslebens steht und sich neben andere Städte stellen darf. Zur Nachahmung empfohlen.
A. R. A.

Ein französischer Nationalökonom über den schweiz. Fremdenverkehr.

Yves Guyot, der bekannte Freihändler und frühere Bauteilminister, hat seine Mussezeit zu Reisen in der Schweiz, in England, Oesterreich-Ungarn und sogar in Frankreich selbst benutzt, und seine Beobachtungen in einem interessanten Buche: *Voyages et découvertes de M. Faubert*, niedergelegt, das uns einen französischen Durchschnittsbürger vorführt, der allmählich eine Ahnung von den sozialen Fragen bekommt, welche unsere Zeit bewegen. Guyot ist, wie gesagt, Freihändler und daher der Schweiz sympathisch; er ist nebenbei ein heftiger Gegner des Staatssozialismus. Wir gedenken uns nicht in Fragen politischer Natur einzulassen; wir wollen hier vielmehr das anerkennende Urteil resümieren, das der ehemalige französische Minister unserer Hotelindustrie zollt.

Die Schweizer, so beginnt er, sind die Gastwirte Europas. Wenn sie vom St. Gotthard aus drei grosse Flüsse, den Rhein, die Rhone und den Tessin, hinausenden, so führen ihnen die Eisenbahnen von allen Punkten der Welt-kugel Fremde zu. Sie haben wunderbare Gasthäuser eingerichtet, welche Paläste sind, und daneben bescheidene Pensionen, wo man für vier, fünf, sechs Franken täglich leben kann. Den Vertrag hüllen sie in familiäre Formen ein und nicht nur die Hoffnung auf Gewinn ist der Grund dieser Leutseligkeit, sie ist ihnen zur Natur geworden. Wenn man in einem alten, gut geführten Hause absteigt, wird man empfangen, wie wenn man zur Familie gehörte. Die Wirtin setzt sich einen Augenblick an unsern Tisch, und wenn sie uns noch eine besondere Ehre anthun will, schenkt sie uns selbst den Wein ein. Sie richtet einige Fragen an uns, redet von uns, redet dann ein Bischen von sich selbst, und im Augenblick, wo sie lästig zu fallen fürchtet, erhebt sie sich. Sie macht uns auf die Eigenschaften ihrer Weine aufmerksam. Diesen Wein holte ihr Gatte, als die Eisenbahnen noch nicht existierten, in seinem Wagen in den weinbaureichen Bezirken. Und immer noch kauft er ihn persönlich ein. Die Hausfrau legt ihren Stolz darin, uns Früchte, Fleisch, Butter, Käse in guter Qualität und zu bescheidenen Preisen zu servieren. Wenn man abreist, begleitet sie ihren Gast vor die Hausthüre, wünscht ihm eine glückliche Reise und sagt: Auf Wiedersehen!

Der Schweizer ist nicht bloss aus Interesse, sondern von Natur aus gastfreundlich. Und hier führt Guyot eine Reihe von Zahlen an, welche er dem Berichte der Gesellschaft schweizerischer Gastwirte entnommen hat. Aus diesen Zahlen zieht er folgenden Schluss: Die Hotelindustrie ist eine lohnende Industrie, aber sie wirft nicht die phantastischen Gewinne ab, welche der Reisende, der wenig überlegt, bei Bereinigung seiner Rechnung sich vorstellt. Die Reisenden lassen im Jahr 98 Millionen in den schweizerischen Hotels, die Trinkgelder nicht inbegriffen, mit welchen die Summe von 100 Millionen mindestens erreicht wird. Unter den Reisenden befinden sich 13% Schweizer, also bringen die Fremden 87 Millionen ins Land. Diese zahlen ausserdem für die Eisenbahnen, Wagen und Führer; man darf also ihren Umsatz auf 130 Millionen veranschlagen, wenn man berechnet, dass viele derselben in der Schweiz Gegenstände kaufen, die sie der Kontrolle der Zollbehörde entziehen.

Das schweizerische Hotel verankert seinen Ursprung dem vollständigen Zusammenarbeiten der Engländer und der Schweizer. Die Engländer verlangen Komfort und Reinlichkeit und die Schweizer verstanden es, diese beiden Bedingungen zu erfüllen. So ist für ganz Europa die Formel des grossen, modernen Hotels entstanden. Man findet Schweizer von einem Ende Europas bis zum andern. Sie bringen überall ihre Gewohnheiten und ihre Methoden. Sie kehren in ihr Land zurück, nachdem sie Erfahrungen gesammelt und die fremden Sprachen erlernt haben.

Und nun singt Guyot das Lob der schweizerischen Portiers. Fast überall ist der Portier