

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 7 (1898)
Heft: 48

Vereinsnachrichten: Souhaits de Nouvelle-Année = Neujahrsgratulationen

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>

Erscheint
Samstag

Abonnement:

Für die Schweiz:

12 Monate Fr. 5.—
6 Monate „ 3.—
3 Monate „ 2.—

Für das Ausland:

12 Monate Fr. 7.50
6 Monate „ 4.50
3 Monate „ 3.—Vereins-Mitglieder
erhalten das Blatt
gratis.

Inserate:

20 Cts. per 1 spalt-
ige Petitzeile oder
deren Raum. — Bei
Wiederholungen
entsprech. Rabatt.
Vereins-Mitglieder
bezahlen 10 Cts.
netto per Petitzeile
oder deren
Raum.Paraissant
le Samedi

Abonnements:

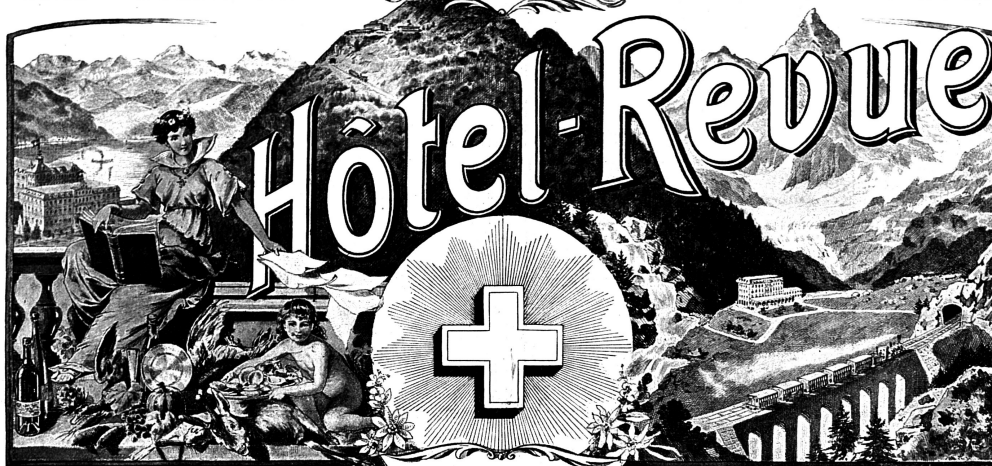
Pour la Suisse:

12 mois Fr. 5.—
6 mois „ 3.—
3 mois „ 2.—

Pour l'Etranger:

12 mois Fr. 7.50
6 mois „ 4.50
3 mois „ 3.—Les Sociétaires
reçoivent l'organe
gratuitement.

Annonces:

20 Cts. pour la pe-
tite - ligne ou son
espace. — Rabais en
cas de répétition de
la même annonce.
Les Sociétaires
payent 10 Cts. net
par petite-ligne ou
son espace.

Organ und Eigentum des

Schweizer Hotelier-Vereins

7. Jahrgang | 7^{me} Année

Organe et Propriété de la

Société suisse des Hoteliers

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

Souhaits de Nouvelle-Année.

Il y a quelques années un certain nombre de nos sociétaires s'étaient décidés à se libérer de l'usage cérémonieux des félicitations du Jour de l'An moyennant le versement volontaire d'un montant quelconque à l'Ecole professionnelle. Cette année également nous croyons devoir inviter nos chers Collègues à bien vouloir envoyer à la Rédaction de l'«Hôtel-Revue» toute somme qu'il leur plaira d'offrir en faveur de cette pratique institution qui a ouverte cet automne son sixième cours.

Les noms des donateurs seront publiés dans l'«Hôtel-Revue» et ces derniers peuvent, grâce à leur subsides, se regarder comme exonérés de l'échange de cartes de félicitations à l'occasion du renouvellement de l'année.

Ouchy, le 1 décembre 1898.

Société suisse des Hoteliers,

Le Président:

J. Tschumi.

Neujahrsgatulationen.

Vor einigen Jahren ist in unserem Mitgliederkreise ein Anfang gemacht worden, sich durch Leistung eines freiwilligen Beitrages an die fachliche Fortbildungsschule von den ceremoniellen Neujahrsgatulationen zu entbinden. Wir laden nun unsere Herren Kollegen auch dieses Jahr ein, zu gleichem Zwecke einen beliebigen grossen oder kleinen Beitrag zu Gunsten obgenannter Schule, welche diesen Herbst ihren sechsten Kurs begonnen hat, an die Redaktion der «Hôtel-Revue» in Basel einzusenden.

Die Spender werden in der «Hôtel-Revue» veröffentlicht und betrachten sich diese damit von der Versendung von Neujahrsgatulationskarten entbunden.

Ouchy, den 1. Dezember 1898.

Schweizer Hotelier-Verein,

Der Präsident:

J. Tschumi.

Die Redaktion glaubt im Sinne aller Mitglieder zu handeln, wenn sie in erster Linie diejenigen Herren, die mit so aufopfernder Hingabe als Lehrer ihre Zeit und Kenntnisse in den Dienst der Fachschule stellen, als von den Neujahrsgatulationen entbunden aufführt, auch wenn sie nicht noch ihr besonderes Schärfelein beisteuern. Ihnen verdankt ja die Schule ihr Zustandekommen und ihre gedeihliche Entwicklung, also mehr, als mit einigen Ziffern ausgedrückt werden könnte.

Es sind dies die Herren:

Tschumi J., Hotel Beau-Rivage, Ouchy.
Müller John, Hotel d'Angleterre, Ouchy.
Ranch A., Hotel du Faucon, Lausanne.
Schmitt J. A., Hotel Beau-Sûr, Lausanne.
Gehrig H., Hotel du Grand Pont, Lausanne.

Sommes versées jusqu'au 3 décembre:

Bis zum 3. ds. eingegangene Beiträge:

Herr Flück C., Hotel Drei Könige, Basel	Fr. 20
Müller G., Restaurant Bad. Bahnhof, Basel	„ 20
Otto P., Hotel Victoria, Basel	„ 20
Wehrle G., Hotel Central, Basel	„ 5
Weidmann J., Hotel National, Basel	„ 10
Summa	Fr. 60

LES AUTOMATES.

(Correspondance.)

La mode — disons la manie — toujours plus envahissante des cartes postales illustrées occasionne aux employés de bureau, portiers, sommeliers, etc. des hôtels et restaurants un notable surcroît de travail. Il ne faut donc pas s'étonner que dans de nombreux établissements on ait installé des automates qui, en l'absence des gens de service ou lorsque ceux-ci sont

occupés ailleurs, délivrent eux-mêmes une carte illustrée au voyageur ou touriste qui a introduit dans l'appareil une pièce de 10 ou de 20 centimes. Aux marchands de fleurs et de fruits qui stationnent aux abords des gares, embarcadères et hôtels, se joignent maintenant les vendeurs et vendeuses de cartes illustrées, et il arrive fréquemment que tout ce monde moleste les étrangers d'une façon fort désagréable.

Dans une station estivale du lac des Quatre-Cantons très fréquentée surtout par les passants, un hôtelier avait à souffrir de cet état de choses et souvent à écouter les doléances de ses hôtes sur les importunités de ces vendeurs qui même obstruaient les passages et pénétraient parfois jusqu'aux tables de la véranda et du jardin.

Désireux de remédier à ces inconvénients et, en cas de grande affluence d'étrangers, de permettre à ceux-ci de se procurer des cartes sans avoir recours à personne, ledit hôtelier fit placer sur sa propriété deux automates à cartes postales illustrées.

Mais halte-là! La présence des deux automates est immédiatement constatée par la police toujours à l'affût, par cette même police qui ferait les yeux sur les obsessions infligées aux étrangers et touristes, mais qui n'a jamais réussi à pincer un voleur, bien que l'hôtel en question ait été l'objet de plusieurs tentatives d'effraction. Alors, le haut gouvernement de ce canton très sagement régi d'ailleurs, mais, il va de soi, réfractaire en principe à toute innovation autre que celles qui rapportent quelques écus, ce gouvernement, disons-nous, décrète que «les automates rentrent dans la catégorie soumise à la loi sur le colportage et sont conséquemment passibles du droit de patente et ce droit est fixé pour chaque appareil à 15 francs; voilà donc notre hôtelier obligé de payer pour ses deux offensives machines 30 francs, pas un sous de moins; quant à savoir si, étant donnée la courte durée de la saison d'été, les pièces glissées dans les automates forment un total minimum de 30 francs, c'est ce dont la judicieuse et prévoyante autorité se soucie naturellement comme d'une guigne.

Jusqu'ici on admettait généralement que les patentes de colportage ne sont délivrées qu'à des personnes et bien que je ne connaisse pas la loi sur la matière en vigueur dans le canton susvisé, je suis sûr qu'elle ne présente, sur ce point, pas de divergences par rapport aux autres. Dans sa dissertation sur les automates, le jurisconsulte zuricois bien connu, Dr. Meili, dit entre autres: *L'automate n'est pas une personne, mais une machine inerte, et pourtant, voici qu'on s'avise que cette machine est passible de l'impôt!*

L'illégalité de l'imposition des automates d'hôtels découle encore d'une autre raison: Comme tous ses compagnons d'infortune, l'hôtelier dont il s'agit doit payer chaque année une taxe assez élevée, dite de patente d'auberge. En droit, cette imposition exceptionnelle des hôtels, inconnue à tous les autres métiers et professions, est impossible à justifier, mais on allègue en sa faveur qu'en acquittant la patente l'hôtelier acquiert le droit d'héberger des voyageurs et de leur vendre des aliments, boissons, etc. Mais alors cette patente autorise indubitablement l'hôtelier à vendre également à ses hôtes tous les autres articles dont ils ont besoin, ainsi donc aussi des cartes postales illustrées. Or, il est en réalité parfaitement indifférent que l'hôtelier exerce ce droit par l'intermédiaire d'un employé ou par le moyen d'un automate. Il s'ensuit donc que l'application aux automates de la patente de colportage constitue purement et simplement une nouvelle double imposition et la perception de la taxe une illégalité.

Nous n'avons pas à nous occuper ici du fait que les colporteurs vivants, les vendeurs de fleurs, de fruits et de cartes postales illustrées, ont continué comme avant à assiéger les voyageurs de l'hôtel en question, qu'ils ne possédaient

aucune patente de colportage et qu'ils n'ont été astreints à payer la taxe que sur la réclamation de l'hôtelier; ce fait, du reste, n'influe aucunement sur la question de droit, mais il caractérise l'action gouvernementale de certains Etats, de superficie plutôt modeste; il est aussi une nouvelle preuve des procédés qu'aujourd'hui encore, au mépris de tous les progrès, on ose employer vis-à-vis des hôteliers et autres représentants de la profession.

J'espère que ces quelques lignes engageront l'hôtelier en cause à ne pas donner suite à son projet de mettre au rancart ses coûteux automates pour lesquels il a déjà payé l'impôt de 1898, mais au contraire à sauvegarder ses droits par tous les moyens légaux.

???

Un certain nombre d'hôteliers de la Suisse, de la Riviera et, probablement aussi, d'autres contrées ont reçu dernièrement la circulaire ci-après du bureau de la Société des propriétaires d'hôtels de Hombourg:

Hombourg-les-Bains, le 15 Novembre 1898.

Monsieur et cher Collègue.

La Société des propriétaires d'hôtels de Hombourg prépare en ce moment un ouvrage sur les Bains de Hombourg; ce petit volume, élégamment relié et richement illustré, dont le tirage comportera au moins 5000 exemplaires, sera expédié aux hôtels et particuliers et le public pourra en outre le consulter dans les hôtels de Hombourg, dans les agences de voyages et bureaux de renseignements, sur les navires des lignes transatlantiques (Norddeutscher Lloyd, Navigation américo-hambourgeoise S. A., etc.), ainsi que dans les salons d'attente de nombreux médecins. — Ce livre contiendra une liste des hôtels réellement recommandables; celle-ci non seulement constituera un guide précieux pour le voyageur étranger, mais les hôteliers et leurs employés pourront y puiser une foule d'informations utiles à leurs hôtes. Nous nous empressons de vous rendre attentifs à cette excellente occasion de réclamer et vous prions de bien vouloir nous envoyer le texte de votre annonce par retour du courrier, le volume étant sous presse et l'expédition devant commencer aux premiers jours de l'année prochaine. Prix d'insertion: $\frac{1}{4}$ de page 25 Mk., $\frac{1}{2}$ page 50 Mk., la page entière 100 Mk.

On ne peut certes que féliciter les hôteliers de Hombourg-les-Bains d'adopter le système de la publicité collective; en plus, tous les collègues étrangers qui ont été sollicités de participer à l'entreprise doivent se sentir extraordinairement flattés, puisque cette simple invitation atteste non seulement que leurs établissements rentrent dans la catégorie des «réellement recommandables»; cela n'empêche néanmoins de trouver justifiée à tous égards la question que nous reproduisons ci-dessous et qui nous est adressée de divers côtés: «La Société des propriétaires d'hôtels de Hombourg a-t-elle l'intention bien arrêtée de créer un *guide d'hôtels* présentant toutes garanties non pas pour Hombourg exclusivement, ou bien ne voit-on dans la participation des hôteliers étrangers qu'un moyen commode de diminuer les prestations financières des premiers intéressés?»

Reisebureau Otto Erb in Zürich.

Wir lesen in der «Wochenschrift», dem Organ des Internationalen Vereins der Gasthofbesitzer:

«In den letzten Wochen ist uns haufenweise ein Gebot einer Zürcher Agentur zugegangen, das alles auf dem Gebiete der Hotelcoupons Dagewesene in den Schatten stellen dürfte.

Bisher hat diese Agentur, wie sie schreibt, mit ihrem «Hotelcouponsystem» nur in der Schweiz gearbeitet, sie gedenkt aber nun ihre Thätigkeit auf den ganzen Kontinent auszuweiten. Auf einer Liste führt sie etwa 160 schweizerische Hotels auf, mit denen sie angeblich in Verbindung steht.

In der «Uebnahme-Verpflichtung» der Agentur wird den Hotels folgendes angeschlossen: Verpflichtung für die Jahre 1898 bis einschließlich 1901 zur besten Aufnahme und Verpflegung unter folgenden Bedingungen:

Morgensessen, (ein neuerfundenes schönes Wort!) bestehend aus Kaffee, Milch, Zucker, Brod, Butter und eventl. Honig oder Confiture, (wer keinen Kaffee trinkt, kann Thee oder Chokolade erhalten) à Person 75 Pfg.

Mittagsessen, bestehend aus Suppe, zwei bis drei Fleisch, zwei bis drei Gemüsen, Dessert und $\frac{1}{2}$ Flasche Wein oder 1 Flasche Bier à Person 1 Mark 75 Pfg.

Nachessen, bestehend aus Suppe, zwei bis drei Fleisch, zwei bis drei Gemüsen, Dessert und $\frac{1}{2}$ Flasche Wein oder 1 Flasche Bier à Person 1 Mark 75 Pfg.

Logis, inklusive Licht und Bedienung (es dürfen für Einzelpersonen nur Zimmer mit einem Bett verwendet werden. Für Familien sind solche mit mehreren Betten zulässig) à Person 1 Mark 75 Pfg.

Tagespreis (Morgensessen, Mittagsessen, Nachessen, Logement nach obigen Vorschriften) à Person 6 Mark.

Dazu verlangt das Bureau noch, dass die Hotels, die in den Couponsdienst mit ihm treten, kein gleiches oder ähnliches Vertragsverhältnis mit andern Reisebureaus eingehen. Bureaus aber, mit denen schon Verträge bestanden, dürfen weiter bedient werden. Gehe das Hotel während der Vertragsjahre an einen anderen Besitzer über, so sei durch den bisherigen Inhaber dafür zu sorgen, dass auch der neue Wirt die «Uebnahme-Verpflichtung» einhalte.

Ist das nicht billig in jeder Beziehung? Mit diesem Schundgebote kommt die Agentur an alle ersten Hotels heran, wo sie jedoch, wie die zahlreichen Einsendungen an uns bezeugen, in den meisten Fällen wohl die ihr gebührende Beachtung findet; aber es ist keineswegs ausgeschlossen, dass hin und wieder der Ankündigungsversuch auch gelingt. Trotzdem dürfte es aller Wahrscheinlichkeit nach den Reisenden, die sich mit den Coupons der Agentur auf den Weg machen, an Überraschungen nicht gebrechen. Haben sie doch die Coupons unzufolge mit einem guten Aufschlag zu bezahlen, und rechnen auf noble Unterkunft und träumen wohl von Prachtbauten, herrlichen, mit grösstem Luxus ausgestatteten Zimmern, wundervollen Betten, splendor elektrischer Beleuchtung, die zu jeder Nachtzeit und bei heruntergelassenen Rollläden und Rollläden auch den ganzen Tag zur freien Verfügung steht, von Waschtischen mit kaltem und warmem Wasser, wie in einer behaglichen Badestube, und von noch sonstigen «Kleinigkeiten», die alle dazu beitragen, die Anlage- und Betriebskosten eines Hotels ins Ungeheuerliche zu steigern und den Gewinn auch ohne jedwede wohlwollende Hilfe der Reisegastgeber schon auf ein recht bescheidenes Mass heruntorzubringen.

Ganz entschieden ist gegen die Schablonsierung, gegen die absolute Gleichmachung der Preise Front zu machen, wie sie in den Bestrebungen der Zürcher Agentur liegt. Wer auf dem europäischen Kontinent mit bescheidenen Ansprüchen reist und demgemäss auch nur zahlen will, braucht keine Agentur zum Berater und zum Einsiecker von Beratungsgebühren, er findet, wenn er nicht gar zu schwerfällig und weltfremd ist, schon ohne solche Hilfe überall ein Unterkommen, das seinem Beute entspricht. Wer aber darauf ausgeht, bei grossen Ansprüchen die niedrigsten Preise zu zahlen, wer in einem I. Hause die Tarife von Häusern