

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 10 (1901)
Heft: 17

Vereinsnachrichten: An die tit. Mitglieder = MM. les sociétaires

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
• • • Samstag

Abonnement:

Für die Schweiz
3 Monate Fr. 2.—
6 Monate „ 3.—
12 Monate „ 5.—

Für das Ausland:

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

Inserate:

7 Cts. per 1 spaltige
Millimeterzeile oder
deren Raum. — Bei
Wiederholungen
entsprechend Rabatt.
Vereins-Mitglieder
bezahlen 3 1/2 Cts.
netto per Milli-
meterzeile
oder deren
Raum.

Organ und Eigentum des

Schweizer Hotelier-Vereins

10. Jahrgang | 10^{me} Année

Organe et Propriété de la

Société Suisse des Hôteliers

Paraissant
• • • le Samedi

Abonnements:

Pour la Suisse:
3 mois Fr. 2.—
6 mois „ 3.—
12 mois „ 5.—

Pour l'Etranger:

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

Annonces:

7 Cts. par milli-
mètre ligne ou son espace.
Rabais en cas de ré-
pétition de la même
annonce.Les Sociétaires
payent 3 1/2 Cts.
net par milli-
mètre-ligne
ou son
espace.

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



Todes-Anzeige.

Den verehrlichen Vereinsmitgliedern
machen wir hiemit die Trauer-Anzeige,
dass unser Mitglied

Herr Joh. Boller-Widmer

vom Hotel Viktoria in Zürich

nach längerer Krankheit, jedoch uner-
wartet rasch im Alter von 76 Jahren
verstorben ist.Mit Herrn Boller ist wieder einer
der Gründer des Vereins von uns ge-
schieden, der in früheren Jahren regen
Anteil an dessen Entwicklung genommen.Indem wir Ihnen hiervon Kenntnis
geben, bitten wir, dem Heimgegangenen
ein liebevolles Andenken zu bewahren.

Namens des Vorstandes:

Der Präsident:

J. Tschumi.

Mitglieder-Aufnahmen.

Admissions.

Herrn L. Franz, Pension Tiefenau, Zürich 45

Zur gefl. Notiz.

Wir werden nächstens die zweite
Hälfte des Beitrages für die in der
3. Ausgabe des Reiseführers „Die Hotels
der Schweiz“ erschienenen Annoncen
per Nachnahme erheben, mit Ausnahme der-
jenigen, für welche ein späterer Termin aus-
drücklich gewünscht worden ist.

Für das Centralbureau,

Der Chef:

Otto Amster.

AVIS.

Nous encaissons prochainement par
mandat de remboursement la seconde
moitié de la taxe des annonces parues
dans la 3^{me} édition du guide „Les Hôtels
de la Suisse“, à l'exception de celles
pour lesquelles un sursis a été demandé.
Pour le Bureau central,

Le chef:

Otto Amster.

An die Tit. Mitglieder,

welche jeweilen den Sommer über ihren Wohn-
ort wechseln, richten wir hiemit die höf. Bitte,
uns rechtzeitig zu benachrichtigen, damit der
regelmässige Erhalt des Vereinsorgans keinen
Unterbruch erleidet.

Das Centralbureau.

MM. les Sociétaires

qui, pendant l'été, changent leur domicile, sont
priés d'en aviser à temps notre bureau, afin
d'éviter des irrégularités dans l'expédition de
l'organe social.

Le bureau central.

Bericht

über das

Offizielle Auskunftsbureau der Schweiz im Schweizer-
dorf in Paris anlässlich der Weltausstellung 1900

erstattet vom

Vorort Zürich.

(Schluss.)

Das Broschürenmaterial war, nach Sprachen
geordnet, auf stufenartigen Regalen in 60 Fächern
aufgestellt.Mit Prospekten wurde mehr nur ein besseres
Publikum bedacht.Die beste Reklame war unstreitig der
Prospektus von Genf, aber auch die Plakats von
Glarus und Thun, sowie die Luzerner Hefchen,
fanden viel Anerkennung. Als sehr praktisch
erwiesen sich ferner die Hotelbroschüren, die
Publikation der „Internationalen Zugverbindungen
der Nordostbahn“, der Generalabonne-
mentstarif, und hauptsächlich auch die Veröffentli-
chung der Jura-Simplon-Bahn, bestehend aus
einer Karte mit Text. Letzterer zeichnete sich
speziell durch vorzügliche Beschreibungsart,
knappe und bündige Form aus, wobei doch das
Wesentliche eines jeden Ortes in richtiger Weise
beleuchtet wurde. Leider waren wir erhaltenen
Instruktionen zufolge genötigt, in der Abgabe
derselben etwas ökonomisch vorzugehen.Auch französische Hotelführer (Ausgabe 1900),
französische Ostschweiz-Engadin-Broschüren,
französische Berner Oberland-Broschüren und
Plakats von Glarus waren in nicht genügender
Anzahl erhältlich. Im allgemeinen machte sich
der Mangel an folgenden Prospekten fühlbar:1. Prospekt mit Aufzählung der verschiedenen
Reisekombinationen nach und in der Schweiz,
Fahrpläne, Personen- und Gepäcktaxen, Zol-
tarif (Cigarren und Tabak etc.).2. Buch mit Angabe der Hotels III. Ranges
und der Fremdenpensionen, der ungefähren Miet-
preise von Villen, Chalets etc.3. Beschreibung der ganzen Schweiz, nebst
Karte und Plan der Lage der Schweiz zum
übrigen Europa, nach dem Vorbild der Jura-
Simplon-Bahn.4. Liste aller Kurorte, mit Heilindikationen,
Aufzählung der Sanatorien, sowie Nennung der
bedeutendsten ausländischen Kurorte und deren
Äquivalente in der Schweiz.5. Broschüre über das schweizerische Unter-
richtswesen. Aufzählung der höheren Lehr-
anstalten, der Spezialschulen etc.6. Die Schweiz in kommerzieller und indus-
trieller Hinsicht. Angabe der Haupterwerbs-
zweige mit einigen Statistiken.Letzterer Prospekt, sowie alle vorerwähnten
Auskunfts- und Reklamemittel dürfen, in ge-
drängter Form abgefasst, gewiss gute Dienste
leisten.Über den Besuch und die gegebenen Aus-
künfte gibt Ihnen die am Schlusse beigefügte
Statistik Aufschluss. Hierbei ist noch zu bemerken,
dass in derselben nur diejenigen Auskünfte
enthalten sind, die von den Besuchern gleich
bei Betreten des Bureau gewünscht wurden.
Die auf die Initiative der Sekretäre zurückzu-
führenden, oder auch erst durch unsere Aus-
stellung veranlassten erklärenden Gespräche mit
den Besuchern, sind in derselben nicht inbe-
griffen, sonst würde die Zahl der Erkundigungen
wohl viel mal mehr betragen, d. h. anstatt nur
2364 Auskünfte rund 9500 ausmachen, wonach
durchschnittlich auf den Tag 45 Informationen
entfielen.Ein Teil der übrigen Besucher waren vielfach
Leute, die kein richtiges Verständnis für unsere
Ausstellung hatten. Diese eingerechnet, belief
sich die Frequenz des Bureau auf zirka 1700
Personen an guten Tagen, d. h. wenn das Dorf
selbst etwa 15,000 Eintritte zählte.Man setzte seiner Zeit voraus, dass die
Ausstellung durchschnittlich 300,000 Besucher
täglich aufweisen werde und davon 10% aufdas Schweizerdorf entfallen würden. Statt dessen
waren es durchschnittlich nur etwa 175,000
Besucher, wovon nur 5%, also 8750 ins Dorf
kamen, was nicht genügt, um bei uns einen
ständigen Verkehr von Publikum zu haben.Durch grosse Inschriften wurde im Dorfe
auf unser Bureau aufmerksam gemacht, und
letzteres blieb im Sommer regelmässig sogar
bis nachts 11 Uhr offen. Auch an den Sonntagen
war dasselbe immer geöffnet.Das im Bureau aufliegende Fremdenbuch
wurde, nachdem es am 2. September mit 9000
Unterschriften angefüllt war, nicht mehr weiter
geführt.Den für unsere Auskunftsstelle geltenden
Vorschriften ist stets genau nachgelebt worden.
Da die Frequenz zuweilen etwas zu wünschen
übrig liess, so haben sich die Sekretäre dafür
mit den Besuchern um so eingehender abgeben
können.Oft hatten diese denn auch die Genugthuung,
konstatieren zu können, dass Leute auf ihre
spezielle Veranlassung hin sofort eine Tour
nach der Schweiz ausführen, oder diese für
später in ihr Reiseprogramm aufnehmen.Was die Informationen anbelangt, so wurde
auffallend wenig Aufschluss über Logis in Paris,
Unterrichtswesen, Industrie und Handel in der
Schweiz verlangt, sondern es konzentrierten sich
fast alle Anfragen auf Reisen in der Schweiz.
In vielen Fällen konnte der Tourist nach Gut-
finden dirigiert werden, indem man ihm die
ganze Route, selbst mit den Fahrzeiten vorschrieb,
den Preis der kombinierbaren Kilometer-Rund-
reisebillen genau ausrechnete etc.Hiebei wurde mit möglichst Unparteilichkeit
verfahren und der Auskunftsbedürfnisse zuerst
nach seinen Plänen und Wünschen befragt,
bevor eine Tour bezeichnet wurde.Die Mehrzahl der Frager waren natürlich
Franzosen, aber auch Portugiesen sprachen
verhältnismässig viel vor. Letztere waren
nämlich an der Ausstellung recht zahlreich
vertreten, und es wurde in ihrer Pariserkolonie
bald bekannt, dass man im Schweizerdorf auf
gut portugiesisch Auskunft über Reisen in der
Schweiz erhalte. Die Engländer und Amerikaner
scheinen ihre Reisepläne mit Vorliebe bei der
weltbekannten Firma Cook vorgetragen zu haben,
deren Agentur auf der Place de l'Opéra in Paris
während der ganzen Ausstellung mit Reisenden
überfüllt war.Das gesamte Reklamematerial wurde sehr
gewissenhaft verteilt. Ein Teil desselben wurde
auch an die in Paris etablierten grossen Reise-
firmen, Dampfbootgesellschaften, sowie auch
Klubs abgegeben, wo dasselbe zweckentspre-
chende Verwendung fand. Gegen das Ende
der Ausstellung wurden bis zur gänzlichen
Liquidation beständige Broschüren an bessere
Adressen in Paris und Frankreich versandt.Wir möchten nicht unerwähnt lassen, dass
nach langen Unterhandlungen mit der Direktion
der französischen Ostbahn ein den Bemühungen
unserer Sekretäre gelungen ist, nach Schluss
der Ausstellung eine Serie von Tableaux der
Schweiz, welche im Auskunftsbureau und an
andern Orten der Ausstellung untergebracht
gewesen waren, an günstiger Stelle im Ost-
bahnhof zu plazieren und zu einer permanenten
Reklame-Ausstellung zu vereinigen.Im Uebrigen war unser Bureau während der
ganzen Dauer der Ausstellung bestrebt, der ihm
zugewiesenen, nicht leichten Aufgabe nach besten
Kräften gerecht zu werden.Die für unsere Unternehmung aufgebrauchten
Mittel sind nicht vollständig erschöpft worden
und es ist ein Aktivsaldo von Fr. 6005.45
übrig geblieben.Dieser Aktivsaldo findet seine Erklärung in
der erzielten Reduktion auf dem Mietpreis des
Chalets, in gemachten Ersparnissen auf den
Salären der Angestellten, sowie vor allem in
der nachträglich erlangten zollfreien Einfuhr
eines grossen Teils unseres Reklamematerials.Letztere erfolgte allerdings erst nach unermüd-
lichen und etwa 3 Monate dauernden Unter-
handlungen mit dem französischen Ministerium.
Da einzelne Broschüren vorher mit einem Ein-
fuhrzoll von Fr. 200.— pro 100 Kilos belastet
worden waren, so war diese Konzession der
französischen Regierung für uns von grosser
Tragweite.Wir benützen diesen Anlass, um unsern
Subventionen noch zur Kenntnis zu bringen,
dass wir so frei waren, den oben erwähnten
Aktivsaldo an die Erstellungskosten einer von
uns herausgegebenen, reich illustrierten Broschüre
zur Herausgabe zu verwenden, welche zur Ver-
breitung im Auslande, und ganz speziell in
Amerika, bestimmt ist. Da der Mangel eines
solchen Reklamemittels schon längst, und gerade
anlässlich der Ausstellung sehr empfunden
worden war, so nahmen wir an, dass auch Sie
mit dieser Verwendung, als im allgemeinen
Interesse der Schweiz liegend, ohne weiteres
einverstanden sein werden.Wir werden nicht ermangeln, Ihnen seiner
Zeit nach Erscheinen der Broschüre Belege
hievon zu übermitteln.Zum Schlusse unserer Berichterstattung
sprechen wir den schweizerischen Transport-
anstalten, sowie den verschiedenen Hotelunter-
nehmungen, welche durch ihre Beiträge das
Zustandekommen unserer gemeinnützigen Insti-
tution ermöglichten, noch unsern verbindlichsten
Dank aus.

Zürich, im Dezember 1900.

Verband Schweiz. Verkehrsvereine

für den Vorort Zürich,

Der Präsident: J. Spörri.

Der Sekretär: A. Stäubli.

Oeffentlicher Protest.

(Eingekandt.)

Wir haben schon in No. 11 dieses Blattes
auf die unbefugte Benutzung unseres Namens
seitens der Herausgeber des „Wegweiser für
Fremde“, Herren E. Segessenmann & Cie. in
Bern, aufmerksam gemacht.Das von dieser Firma lancierte Empfehlungs-
schreiben schweiz. Verkehrsvereine, auf welches
wir damals hinwiesen, zirkuliert nun in anderer
Form, d. h. es sind die Unterschriften auf die-
selben etwas umstellt worden. Unter letzteren
finden wir auch diejenige des Verkehrsvereins
in St. Gallen. Unsere Erkundigungen daselbst
haben ergeben, dass das offizielle Verkehrs-
bureau St. Gallen das betr. Empfehlungsschreiben
gar nicht unterschrieben hat.Auch das offizielle Verkehrs-bureau in Luzern
hat uns s. Z. mitgeteilt, dass obige Verlags-
anstalt sich schon seines Namens zu Annoncen-
zwecken bedient habe, ohne hiezu autorisiert
worden zu sein. Gestützt auf weitere Berichte,
die uns von anderer offizieller Seite über dieses
Unternehmen gingen, sowie auch aus Gründen,
die die Publikation „Wegweiser für Fremde“
direkt betrafen, haben wir uns veranlasst ge-
sehen, den Herren E. Segessenmann & Cie.
unterm 2. März a. c. unsere im vorflüssen
Jahre gegebene Empfehlung zu entziehen und
eine Weiterbenutzung derselben zu untersagen.Nichtsdestoweniger fährt die Firma Segessen-
mann & Cie. fort, einen Prospekt bezüglich
genannten „Wegweiser für Fremde“ nebst
einem Empfehlungsschreiben schweiz. Verkehrs-
vereine, auf welchem neben der Unterschrift
des Verkehrsvereins St. Gallen auch die unsrige
figuriert, in der Welt herum zu schicken. Wir
sehen uns daher genötigt, sowohl in unserem
als im Namen des Verkehrsvereins St. Gallen
gegen dieses Vorgehen nochmals öffentlich
Protest zu erheben.

Offizielles Verkehrs-bureau Zürich.

Der Vorsteher: A. Stäubli.