

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 16 (1907)
Heft: 34

Titelseiten

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: 16.05.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

N^o 34.

Abonnement

Für die Schweiz
1 Monat Fr. 1.25
2 Monate „ 2.50
3 Monate „ 3.50
6 Monate „ 6.—
12 Monate „ 10.—

Für das Ausland:
(inkl. Portoszuschlag)
1 Monat Fr. 1.60
2 Monate „ 3.20
3 Monate „ 4.50
6 Monate „ 8.50
12 Monate „ 15.—

Vereins-Mitglieder
erhalten das Blatt
gratis.

Inserate:

8 Cts. per 1spaltige
Millimeterzeile oder
deren Raum. — Bei
Wiederholungen ent-
sprechend Rabatt.
Vereins-Mitglieder
bezahlen 4 Cts.
netto per Millimeter-
zeile oder deren
Raum.



N^o 34.

Abonnements

Pour la Suisse:
1 mois . Fr. 1.25
2 mois . „ 2.50
3 mois . „ 3.50
6 mois . „ 6.—
12 mois . „ 10.—

Pour l'étranger:
(inclus frais de port)
1 mois . Fr. 1.60
2 mois . „ 3.20
3 mois . „ 4.50
6 mois . „ 8.50
12 mois . „ 15.—

Les Sociétaires
reçoivent l'organe
gratuitement.

Annonces:

8 Cts. par millimètre-
ligne ou son espace.
Rabais en cas de ré-
pétition de la même
annonce.
Les Sociétaires
payent 4 Cts. net
p. millimètre-ligne
ou son espace.

Organ und Eigentum des
Schweizer Hotelier-Vereins.

16. Jahrgang | 16^{me} Année

Erscheint Samstags.
Paraît le Samedi.

Organe et Propriété de la
Société Suisse des Hôteliers.

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

Inseraten-Aufnahme nur durch die Expedition dieses Blattes und die „Union-Reklame“ in Luzern — Les annonces ne sont acceptées que par l'admin. de ce journal et l'„Union-Réclame“ à Lucerne

Verantwortlich für Redaktion und Herausgabe: Otto Amsler, Basel. — Redaktion: Otto Amsler [abw.]; Th. Geiser; G. A. Berlinger. — Druck: Schweiz. Verlags-Druckerei G. Böhm, Basel.

Aufnahme-Gefuche.
Demandes d'admission.

Monsieur L. Fornara, Grand Hôtel des
Narcisses, Chamby sur Montreux . . . 125
Parrains: MM. Ch. Bollmann, Hôtel
Vautier, und L. Degenmann, Hôtel des
Palmeirs, Montreux.
Herr Casp. Meyer, Hôtel Löwen, Hospental . 40
Paten: Familie Meyer, Hotel Meyerhof,
Hospental, und Familie Zgraggen, Hotel
Rössi, Göschenen.
Monsieur J. Schneider, Hôtel du Parc et
du Lac, Montreux . . . 100
Parrains: MM. Ch. Nicodet, Hôtel de
Paris, Chaux-de-Fonds, und G. Deguis,
Hôtel Victoria, Corbeyrier.

Wenn innert 14 Tagen keine Einsprachen
erhoben werden, gelten obige Aufnahme-gesuche als
genehmigt.
Si d'ici 15 jours il n'est pas fait d'op-
position, les demandes d'admission ci-dessus sont ac-
ceptées.

Nochmals die Annoncen-Expeditionen
und die
Zentralisation der Hotel-Propaganda.

Im Anschluss an unsern diesbezüglichen
Artikel bringen wir in Nachstehendem die Ant-
wort der „Union-Reklame“ in Luzern und die
jenige des Schweizer Hotelier-Vereins auf die
in einigen Pachtblättern der Annoncen-Firmen
Haasenstein & Vogler und Rudolf Mosse er-
schienenen Angriffe:

„In einer Anzahl schweiz. Zeitungen, deren
Inseratenteil an die Firma Haasenstein & Vogler
verpachtet ist, erschien letzter Tage eine anony-
me Korrespondenz, die unter Anführung un-
warhr Angaben über die Verhältnisse der
Union-Reklame zu dem Schweizer Hotelier-
Verein sowohl, als zu schweizer. Zeitungsver-
legern gegen die „Union schweizerischer Zeitungen
für den Inseraten-Verkehr“ Anschuldigungen er-
hebt, die nicht unwidersprochen bleiben dürfen.

Den Vorwand hiezu gibt eine Notiz in
Nr. 28 des deutschen „Zeitungsvierteljahr“ vom
11. Juli, aus welcher man einen einzigen Satz
herausreist, den Schluss aber sorgfältig weg-
lässt, welcher lautet: „Alles in Allem genommen,
ist dem Fragebogen der Union-Reklame eine
günstige Aufnahme seitens der Zeitungen zu
wünschen.“ Das schreibt das offizielle Organ
des Vereins deutscher Zeitungsverleger.

Wollte man seitens der Konkurrenz die
oben zitierte Notiz verwerten, dann war es zum
mindesten publizistische Pflicht, auch die Rich-
tigstellung zu reproduzieren, welche der „Zeit-
ungsvierteljahr“ auf Veranlassung der Union in
seiner Nr. 29 vom 18. Juli 1907 brachte, wo
unter andern berichtet wird, dass sich die
Union-Reklame nicht als Zeitungsbureau der
schweizerischen Zeitungsverleger, sondern ledig-
lich als Zentralbureau schweizerischer Zeitungs-
verleger bezeichnet. In seiner Nr. vom 8. Au-
gust auf diese Angelegenheit zurückkommend,
betont der „Zeitungsvierteljahr“ nochmals, dass die
Union-Reklame eine solche Behauptung (sei sei
das Zentralbureau der schweizerischen Zeitungs-
verleger) nicht aufgestellt habe, dass sie viel-
mehr direkt Veranlassung genommen habe, die
Inkorrektheit der ersten Mitteilung des „Zeit-
ungsvierteljahr“ richtig zu stellen.

Wie aus Folgendem erhellt, ist die Union-
Reklame aber vollauf berechtigt, sich den Na-

men eines Zentralbureaus schweiz. Zeitungs-
verleger beizulegen.

Die „Union schweiz. Zeitungen für den
Inseratenverkehr“ ist das ausschliessliche Werk
schweizerischer Verleger. Gegründet im Jahre
1905 traten dem Unternehmen in kurzer Zeit
178 Mitglieder bei, alles schweizerische
Verleger, welche ca. 300 Publikationen her-
ausgeben. Der Zweck der Gründung war, dem
inscribenten Publikum ein unparteiisches Ver-
mittlungsgesamt zur Verfügung zu stellen, welches
unter beständiger Kontrolle der Verleger selbst
und unter genau festgelegten Bedingungen ar-
beiten werde.

Vor einigen Monaten musste das Unter-
nehmen neu finanziert werden. Ziel und Zweck
bleiben genau die gleichen. Als Zentralbureau
schweizerischer Verleger hat die Union-Reklame
mit dem Zeitungsvereinsverein und dessen
Sekretariat nichts zu tun, und zwar schon
aus dem Grunde, weil sich der betreffende
Verein gar nicht mit der Inseratenvermittlung
befasst, während dies die eigentliche Aufgabe
der Union-Reklame ist.

Ueber unser Verhältnis zu dem Schweizer
Hotelier-Verein wird folgendes Schreiben ge-
nügend Aufschluss geben:

Basel, den 15. August 1907.

„Einige Zeitungen haben eine Korrespon-
denz veröffentlicht, in welcher unter andern
auch von den Beziehungen der Union-Reklame
in Luzern zu dem Schweizer Hotelier-Verein
die Rede ist. Da der Korrespondent „im Inter-
esse der Hoteliers“ zu handeln behauptet,
sehen wir uns veranlasst, einiges richtig zu
stellen.

Der Verfasser der betreffenden Korrespon-
denz behauptet, die Union gebe sich zu
Unrecht als „das Zentralbureau des Schweizer
Hotelier-Vereins für Hotelpropaganda“ aus.
Tatsache ist, dass die Union sich lediglich
„alleinigen Konzessionärin für den in- und aus-
ländischen Propagandadienst des Schweizer
Hotelier-Vereins“ nennt, wozu sie von uns aus-
drücklich ermächtigt wurde.

Der Verfasser bemerkt ferner, der Schweizer
Hotelier-Verein habe „nicht etwa die aus-
schliessliche Inseratenvermittlung der Union-
Reklame übertragen“. Die Union hat unseres
Wissens nie das Gegenteil behauptet. Da ein
weiteres Publikum hierüber aufzuklären an-
gezeigt erscheint, so wollen wir die ein-
schlägigen Bestimmungen des zwischen dem
Schweizer Hotelier-Verein und der Union ab-
geschlossenen Vertrages hier im Wortlaut folgen
lassen. Art. 1 des Vertrages lautet:

„Der Schweizer Hotelier-Verein übergibt
der Union die Organisation und den Betrieb
eines allgemeinen Propagandadienstes, der
„allen Mitgliedern zur Benutzung offen
steht.“

Da jedoch der Schweizer Hotelier-Verein
seine Mitglieder durch diesen Vertrag weder
„verpflichten, noch denselben zwingende Vor-
schriften machen kann, so verpflichtet er
sich, moralisch und tatkräftig dahin zu
wirken, dass die gesamte Propaganda seiner
Mitglieder, sei es in Zeitungen, Zeitschriften,
„Kursbüchern, Reisebüchern, kurz in jeder
„Art von Publikationen des in- und Aus-
landes der Union zur Besorgung übergeben
werde.“

Unser Verein beabsichtigt dadurch, gewissen
schreienden Missbräuchen auf dem Gebiete der
Propaganda entgegenzutreten.

Was endlich die vereinbarten Tarifbedin-
gungen anbelangt, so ist dies ausschliesslich Sache
der Union und der Hoteliers. Es dürfte daher
genügen, wenn wir hier erklären, dass wir diese
Bedingungen für vorteilhafte erachten, sowohl

für die Verleger als für deren Kunden, die
Hoteliers. Allerdings werden die Zwischenhändler
dabei etwas zu kurz kommen, und begreifen
wir daher, wenn sie keine allzu grosse Zu-
friedenheit zur Schau tragen; allein inwiefern
vermag dies ein weiteres Publikum zu interes-
sieren?

Namens des Schweizer Hotelier-Vereins,
Der Präsident: F. Morlock.
Der Sekretär: O. Amsler.

Wir beabsichtigen keineswegs in eine öffent-
liche Polemik einzutreten, welche das weitere
Publikum kaum zu interessieren vermag. Es
war uns lediglich darum zu tun, einen unge-
rechtfertigten Angriff zurückzuweisen, wobei es
allerdings nicht wurde festzustellen, dass der
Angreifer eine wichtige Richtigstellung unse-
rerseits mit Stillschweigen zu übergehen beliebte,
und durch unwahre Angaben die Zeitungsver-
leger irre zu führen suchte.

Luzern, den 17. August 1907.

Union Schweiz. Zeitungen für den Inseratenverkehr
(„Union-Reklame“).

Die Anfänge der Schweizer Hotellerie.

Herr Dr. J. Wiese veröffentlicht in den
„Berliner Neuesten Nachrichten“ eine Studie
über die ersten Gasthäuser in der Schweiz, aus
welcher hervorgeht, dass das komfortable Hotel,
auf das wir mit Recht stolz sein können, erst
eine verhältnismässig moderne Schöpfung ist.
Wir lassen den grössten Teil der interessanten
Arbeit nachstehend folgen:

Nicht immer hat man Sinn und Verständnis
für die Schönheit der Alpenwelt gehabt. Für
das Altertum und das Mittelalter hatten die
Alpen nur etwas Dämonisches, Furchtbares,
Entsetzenderes. Die Empfindung, mit der
die Römer die wunderbare Alpenwelt betrachteten,
bezeichnet am besten den Ausdruck Livius':
„Die Scheusslichkeit der Alpen“. Die Römer
sprach von der Hochgebirgswelt als von dem
Ort entsetzlicher Schrecken und furchtbarster
Gefahren. Man hatte nur Augen für die
Schwierigkeiten, für die steile Steigung und
Schmalheit der Saumpfade, die sich schwindel-
erregend an grauenvollen Abhängen dahinzo-
gen, für die unwirtbaren Höhen und Oeden der
kolossalen Eis- und Schneemassen, die Furcht-
barkeit der abstürzenden Lawinen. Gleich den
Römern, die zahlreiche Alpenstrassen anlegten,
fehlte auch den Alemannen, die das Erbe Roms
in der Schweiz antraten, der Sinn für die
Schönheit der Alpen. Das sagenbildende spätere
Geschlecht bevölkerte die sie umgebende Alpen-
natur mit einer Welt von lebensvollen menschen-
ähnlichen und übermenschlichen Naturen und
Gestalten. Dennoch überschritten zahlreiche
Ritter die Alpenpässe, ihnen folgten später die
Kreuzfahrer, Ritter, Händler und fahrenden
Schüler, die Sänger und Schmuggler, so dass
schon damals, als das Abendland gegen den
Halbmond zu Felde zog, auf den Alpenstrassen
ein grosses Leben und Treiben entwickelte. Aber
das Verständnis für die Schönheit fehlte allen
diesen Alpenfahrern. Mittelalterliche Dichter
verherrlichten die Hochgebirgswelt nicht, und
doch sind gewiss unter den vielen Deutschen,
die damals die Alpen überschritten, sanges-
kundige Männer gewesen. Im allgemeinen
machte die Einsamkeit der hohen Gebirgswelt
auf die Besucher einen unheimlichen Eindruck.
Die ungleich kindlich und unmittelbar emp-
findenden Menschen des Mittelalters glaubten

überall das Walten des Teufels wahrnehmen
zu müssen; sie sahen in der Alpenwildnis auf
Weg und Steg heimtückische Dämonen lauern,
die bereit waren, den unberufenen Eindringling
hohnlachend in das Verderben zu stürzen. Auch
in den nächsten Jahrhunderten blieb die Zahl
der Freunde der grossartigen Alpenwelt noch
sehr beschränkt. Erst von dem grossen Forscher
Saussure ab und hauptsächlich unter dem Ein-
druck der „Neuen Héloïse“ von Rousseau drang
allmählich in weiteren Kreisen das Verständnis
für die Schönheit und Wunder der Alpen-
welt durch.

Heute, wo die Alpen sich mehr und mehr
zu einem grossen Erholungs- und Pilgerfahrdziel
der modernen europäischen Welt gestaltet haben,
wo Tausende in den Bergen und Tälern Ge-
sundheit und Lebensfreude wiederfinden und
im Kampfe mit den Schwierigkeiten der Natur
den Körper und Geist stählen und kräftigen,
lässt es sich schwer ausdenken, wie vor tausend
Jahren ein Besuch in der Alpenwelt sich aus-
nahm. Vorsichtige Reisende machten es da-
mals wie jener Bischof von Speyer, der im
neunten Jahrhundert den Bodensee und Rhein
entlang nach Rom reiste und für sich und sein
Gefolge in einem Gasthofe zu Bohlingen sechs
Seidel Wein und 30 Seidel Bier im voraus be-
stellte. Besser wurde es, als durch die Ver-
ordnung Kaiser Karls des Grossen Stifte, Kirchen
und Klöster angehalten wurden, für den Unter-
halt der Reisenden Hospitäler zu errichten.
Es entstanden die Hospitien oder Hospize.
Die Hospize oder Blindenherbergen, Pilgerher-
bergen oder Seelhäuser, wo die fremden
Pilger und das „fahrende Volk“ unentgeltliche
Aufnahme, Nahrung, Pflege, selbst Bäder fanden,
waren meist dem heiligen Jakob geweiht, dem
Patron der Pilger. Bis in die Reformations-
zeit finden wir solche an allen gesuchten Pässen,
namentlich fehlen sie fast nie in den Städten, so
in Basel, Bern, Zürich, Zofingen, Luzern,
Schaffhausen, St. Gallen, Genf. Von den noch
bestehenden Hospizen der Schweiz, die in der
Nähe der Alpenpässe angelegt wurden, ist
weitverühmt dasjenige auf dem St. Bernhard,
von dem Rogers singt:

„Ein Haus, das höchste in der alten Welt,
Das fort und fort dem eckelsten der Dienste
Gewidmet ist, wo jeder Gast willkommen.
Und niemand fragt nach Glauben oder Heimat.“

Ganz gewaltig war der Fremdenandrang bei
verschiedenen dieser Hospize, zu denen sich
bald auch eine Anzahl Klöster gesellte. Bei
diesen entsprachen dem starken Fremdenstrom,
der oft auf hundert Fremde in einem Tag stieg,
die Anlagen, sodass schon 872 das Kloster
St. Gallen in seiner Backerei 1000 Brote auf
einmal backen und seine Klosterküche „die
Kochschule für die Kochkunst Alemanniens“
werden konnte.

Nach und nach kamen denn auch die Wirt-
schaften auf. Die Wirte wurden sehr bald in
Herren-, Mittel- und Kochwirte eingeteilt. So
hatten es erstere in Basel auf die hohen Herren
geistlichen und weltlichen Standes abgesehen,
mochten sie durchreisen oder heimisch sein.
Das Gastmahl der Wirte erster Klasse durfte
1495 nicht unter 10 Rappen verabfolgt werden;
1556 wurde der Preis einer Fleischmahlzeit
auf 3 Schillinge, der einer Fischmahlzeit auf
2 Batzen festgesetzt. Die Mittel- oder Karren-
wirte in Basel sorgten für die lieblichen Be-
dürfnisse der grossen durchreisenden Mittel-
klasse. Die Kochwirte durften neben den Pro-
dukten der Gärdküche den Gästen nur den von
Schenkenwirten bezogenen Wein aufstellen. Wie
ein richtiges Wirtshaus zu Anfang des 14.
Jahrhunderts beschaffen war, zeigen uns die
Herbstlieder des Zürcher Haddub. Da musste
der Wirt, wenn fröhliche Knappen bei ihm ein-