

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 16 (1907)
Heft: 49

Nachruf: Todes-Anzeige
Autor: Morlock, F.

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: 14.05.2025

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

N^o 49.

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. Postzuschlag)
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.



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: St. Jakobsstrasse No. 11, Basel. * TÉLÉPHONE 2406. * Rédaction et Administration: St. Jakobsstrasse No. 11, Bâle.

Inseraten-Annahme 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; Th. Geiser; G. A. Berlinger. — Druck: Schweiz. Verlags-Druckerei G. Böhm, Basel.



Todes-Anzeige.

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

Herr Leo Enzmann

Hotel und Kurhaus Fühlhü im Entlebuch

nach langer Krankheit, im 47. Lebens-
jahre gestorben ist.

Indem wir Ihnen hievon Kenntnis
geben, bitten wir, dem Heimgegangenen
ein liebevolles Andenken zu bewahren.

Namens des Vorstandes:
Der Präsident:
F. Morlock.

Zu gunsten des Tschumifonds der Fachschule
sind eingegangen und werden hiemit quittiert
und bestens verdankt:

Von Familie Danioth 1 unausgeloster Anteil-
schein. Fr. 100

Der Kassier des Tschumi-Fonds:
J. Bolter, Hotel Victoria, Zürich.

Neujahrsgratulations.

Seit 1894 hat sich unter unsern Mitgliedern
die praktische Sitte eingebürgert, sich durch
Leistung eines freiwilligen Beitrages an die
Fachliche Fortbildungsschule von den zere-
monialen Neujahrsgratulations zu entbinden. Diese
Gaben fliessen dem Tschumi-Fonds zur Er-
haltung und Förderung der Fachschule zu
und laden wir unsere Herren Kollegen ein,
einen beliebigen grossen oder kleinen Beitrag zu
gunsten dieses Fonds an die Redaktion der
„Hotel-Revue“ in Basel einzusenden.

Die Spender werden im Organ veröffentlicht
und betrachten sich diese damit von der Ver-
sendung von Neujahrsgratulationskarten entbunden.
Zürich, den 1. Dezember 1907.

Schweizer Hotelier-Verein,
Der Präsident: F. Morlock.

Souhais de Nouvelle-Année.

Depuis 1894 nos Sociétaires se sont accou-
tûmes à se libérer de l'usage cérémonieux des
félicitations du Jour de l'An moyennant le verse-
ment volontaire d'un montant quelconque à
l'Ecole professionnelle. Ces dons seront versés
au Fonds Tschumi pour le maintien et le
développement de l'Ecole professionnelle et
nous croyons devoir inviter nos chers Collègues
à bien vouloir envoyer à la rédaction de l'„Hotel-
Revue“ toute somme qu'il leur plaira d'offrir en
faveur de cette nouvelle institution.

Les noms des donateurs seront publiés dans
l'organe et ces derniers peuvent, grâce à leur

subside, se regarder comme exonéré de l'échange
de cartes de félicitations à l'occasion du renou-
vellement de l'année.

Zürich, le 1^{er} décembre 1907.

Société Suisse des Hôteliers.

Le président: F. Morlock.

Bis zum 6. Dezember eingegangene Beiträge:

Sommes versées jusqu'au 6 décembre:

Hr. Balzari F., Hotel Métropole, Mailand	20
Elwert P., Hotel Grande-Bretagne, Mailand	20
Erne M., Hotel Schrieder, Basel	10
Flück C., Basel	20
Kraucht C., Hotel Baur au Lac, Zürich	20
Lichtenberger C., Hotel Royal St. Georges, Interlaken	15
Morlock F., Zürich	20
Otto P., Hotel Victoria, Basel	20
Tit. Società anonima Spatz, Grand Hôtel de Milan et Hotel Commercio, Mailand	20
H.H. Spillmann & Söckert, Hôtel du Lac, Luzern	20
Hr. Tschumi J., Hôtel Beau-Rivage, Ouchy, 3 gelos'e Anteilscheine	300

Die Verkehrsbureaux und die Hotelpropaganda.

In Nr. 41 unseres Blattes vom 12. Oktober d. J.
brachten wir im Briefkasten nachstehende Notiz:

Gefährliches Spiel ist es, wenn ein Verkehrs-
bureau Zirkulare an die Hotels verschiebt, in denen
es heisst, dass das Bureau eine Anzahl Fächer
eingerichtet habe zur Aufnahme und Abgabe von
Hotelkarten und -prospekten gegen Entrichtung
einer Gebühr von 20 Fr. pro Jahr, und dass das
gesamte Bureaupersonal es sich ange-
legen sein lassen werde, die betr. Hotels
so oft als möglich zu empfehlen. Das will
also heissen, wer aus seinen Oubliés entrichtet, den
empfehlen wir, die andern kennen wir nicht. Für
ein Verkehrsbureau ist das nicht nur ein gefährliches,
sondern auch verwerfliches Spiel. Diese diskrete
Andeutung dürfte wohl betreffenden Orts die ge-
wünschte Wirkung haben.

Das Interessante an der Sache ist nun, dass
dasjenige Verkehrsbureau, welches uns zu dieser
Warnung Veranlassung gab, die Briefkastennotiz
nicht beachtete, wohl aber das Verkehrsbureau
Chur, welche daraus einen Antrag zuhanden der
kürzlich in Solothurn stattgehabten Delegierten-
versammlung des Verbandes schweiz. Verkehrs-
vereine schmiedete, sodass die Wirkung, die
wir von der Briefkastennotiz erwarteten, nun
eine viel grössere und allgemeinere sein wird.

Schon letztes Jahr versandte ein anderes
Verkehrsbureau Zirkulare an Hotels ausserhalb
seiner Rayons zur Sammlung von Hotel-
empfehlungen gegen Leistung eines Beitrages,
und es war in den Zirkularen ebenfalls deutlich
gesagt, dass man nur für diejenigen Hotels
„arbeite“, die ihren Beitrag leisten. Damals
erledigten wir die Angelegenheit auf brieflichem
Wege und die Sache war damit für uns abgetan;
nachdem nun aber neuerdings von anderer
Seite das böse Beispiel nachgeahmt wurde, so
wurden wir von Empfängern des betr. Zirkulars
veranlasst, mit der Frage an die Öffentlichkeit
zu treten. Wenn obiger Fall nun dazu beiträgt,
das System der Hotelpropaganda in den Ver-
kehrsbureaus überhaupt zu sanieren, so können
wir dies nur begrüssen und benutzen wir die
Gelegenheit, auf das System oder besser gesagt,
die Systeme, etwas näher einzutreten.

Vor etwa 5 Jahren hatte das Verkehrsbureau
Basel — gegen dieses richtet sich hauptsächlich
der Antrag von Chur — angefangen, Propanda-
material von Hotels ausserhalb seinem Wirkungs-
kreise zu verschaffen, für dessen Verbreitung
von den Interessenten ein beliebiger Beitrag
(nicht unter 5 Fr.) an die Auslagen verlangt
wurde. Wir sind überzeugt, dass hier nicht

die materielle Seite ausschlaggebend war für
die Einführung dieses Systems, sondern lediglich
die praktische. Denn das Bureau Basel dient,
weil am Eingangstor der Schweiz liegend, als
Auskunftsstelle für das ganze Land und musste
es sich notgedrungen in die Lage versetzen,
allen Anfragen vom Ausland möglichst entsprechen
zu können.

Der Einfachheit, oder wohl mehr noch der
Neutralität halber, wurde dann vom Bureau
Basel ein alphabetisch geordnetes Verzeichnis
der vorhandenen Hotelprospekte hergestellt und
auf jeweilige Anfragen nach Hotels das Ver-
zeichnis eingesandt, um dem Fragesteller zu
ermöglichen, die Wahl selbst zu treffen, d. h.
vom Bureau die selbst gewählten Prospekte zu
verlangen. Auf diese Weise war das Bureau
gegen den Vorwurf der Bevorzugung dieses
oder jenes Hotels gesichert. Gegen ein der-
artiges System der Verbreitung von Hotelpro-
spekten einzuschreiten, hatten wir deshalb auch
keine Veranlassung.

Etwas anderes ist es mit dem Verzeich-
nis selbst; dieses schien uns von Anfang an
nicht einwandfrei und wiederholt haben wir
versucht einzuwirken. Was uns in erster
Linie nicht einleuchten wollte, das war die
grosse Anzahl kleiner Geschäfte, welche nicht
unter den Begriff Hotel fallen, sondern eher
kleine Landgasthäuser sind, und mit deren Auf-
zahlung, unserer Ansicht nach, den Fremden
nicht nur nicht gedient ist, sondern die ihnen
ein total falsches Bild von der schweizerischen
Hotellerie geben. Auch wird, wie dies in Solothurn
richtig betont wurde, das Kind nicht
beim richtigen Namen genannt, indem das Ver-
zeichnis den Titel führt: Hotels, Pensionen und
Sommervohnungen der Schweiz, währenddem
wesentliche Fremdenplätze mehr als mangelhaft
oder aber gar nicht darin vertreten sind; so
z. B. Zürich mit einem Hotel (dessen Existenz
selbst den in Solothurn anwesenden Zürichern
nicht bekannt war) und Schaffhausen gar nicht.
In dieser Beziehung ist das System des Verkehrs-
bureau Basel entschieden verbesserungswürdig.
Ferner würde es, wie in Solothurn ebenfalls betont
wurde, besser den Titel führen: Verzeichnis
von Hotels und Pensionen, deren Prospekte vom
Verkehrsbureau Basel zu haben sind. Der Vor-
ort war der Meinung, dass ein Privater sich
die Herausgabe eines solch lückenhaften Ver-
zeichnisses erlauben dürfte, nicht aber ein offi-
zielles Institut.

Wie alles auf dieser Welt seine Nachahmer
findet, so auch hier. Wenn aber zwei das
selbe tun, so ist es gewöhnlich nicht dasselbe,
und so ist denn aus diesem praktischen System
mehr und mehr die geschäftliche Seite heraus-
gewachsen, gegen welche nun Front gemacht
werden soll.

Es hat gewiss sein Gutes, wenn den Hote-
liers, in ihrer Eigenschaft als Mitglieder des
Verkehrsvereins ihres Ortes, Gelegenheit geboten
wird, ihre Geschäftskarten und Prospekte im
Verkehrsbureau aufzulegen; dem Bureaupersonal
sind die Hoteliers in diesem Fall alle gleichwertig,
vorausgesetzt, dass für die bezügliche Arbeit nicht
ein kleinerer oder grösser Extrabeitrag erhoben
wird. Anders aber gestaltet sich die Sache, wenn
das System erweitert, d. h. wenn es ausserhalb
des Wirkungskreises des betr. Bureau verlegt
wird; dann handelt es sich nicht mehr um Mit-
glieder, sondern um zahlende Kunden, deren
Beiträge als ausserordentliche Einnahme des
Bureau gelten. Wir wollen nun zur Ehre der
Verkehrsbureaus gerne annehmen, dass diese
zahlenden Kunden nicht nach der Höhe ihrer
Beiträge eingeschätzt und demgemäss bei Ver-
teilung des Propagandamaterials behandelt
werden, wohl aber liegt die Versuchung

nahe, in Fällen, wo es sich um einen Ort mit
mehreren Hotels handelt, aber nur eines diese
Prospekte dem Bureau übergeben hat, eben dieses
eine in den Vordergrund tritt, und zwar viel-
leicht manchmal mit Unrecht, d. h. dass der
Gast nicht für das Hotel oder das Hotel nicht
für den Gast passt. Wir möchten aus einer
solchen Handlungsweise zwar kein Vergehen ab-
leiten, denn es ist geschäftlich, und mehr noch, es
ist menschlich. Unsere Briefkastennotiz richtete
sich auch nicht gegen eine solche Handlung,
sondern dagegen, dass in den Zirkularen an die
Hotels diese Handlung als eine absichtliche
herbeigehoben wird, um damit einen Druck
auf den Empfänger auszuüben.

Was aber, wenn alle in der Schweiz be-
stehenden Verkehrsbureaus, es dürften etwa 50
an der Zahl sein, dieses rein geschäftliche System
der Hotelpropaganda einführen wollten? Dann
müsste jedes Hotel, wenn es den Konkurrenz-
geschäften gegenüber nicht zurückstehen wollte,
50 mal seinen grösseren oder kleineren Oubliés
entrichten. Ob die ihm dafür 50 mal angebotene
Gegenleistung als Äquivalent für die Auslagen
gelten könnte, lassen wir dahingestellt sein.

In Solothurn wurde zwar besonders hervor-
gehoben, dass die kleinen Verkehrsbureau nicht
in der Lage seien, dieses System nachzuahmen,
weil ihnen die Kunden fehlen würden, es
liege aber gerade hierin ein Grund mehr, mit dem
System überhaupt abzufahren; denn es wider-
spreche den Grundsätzen, auf welchen seiner
Zeit der Verband schweiz. Verkehrsvereine
aufgebaut worden sei.

Nun ist aber noch ein anderer Punkt, der
ebenso sehr in die Waagschale fällt und der in
Solothurn ebenfalls ins richtige Licht gestellt
wurde, nämlich, dass es dem einen oder andern
Verkehrsverein schwer falle, sich von ihren
eigenen Mitgliedern, den Hoteliers, die finanzielle
Mithilfe in genügendem Masse zu sichern, weil
diese sich damit entschuldigen, dass sie bei
verschiedenen andern Verkehrsbureaus mit
Jahresbeiträgen engagiert seien. Also Konkur-
renz unter den verschiedenen Bureau. Das
ist kein gesundes Verhältnis. Diese Meinung
ging auch ziemlich deutlich aus der Diskussion
in Solothurn hervor, und es wird der Vorort
wohl einen Ausweg aus diesem Dilemma finden.

Wenn übrigens jeder Verkehrsverein in seinem
Wirkungskreis sein Möglichstes tut und bei
der Ausschau nach Subsidien den andern Ver-
einen nicht ins Gehege kommt, dann werden
Reibungen, wie sie in Solothurn vorgekommen,
verschwinden. Unsere Hoteliers aber werden
die diversen 20 Fr.-Stücke, die ihnen allsinn
verbleiben, nicht brach liegen lassen, sondern sie
zum selben Zweck verwenden im eigenen Ver-
kehrsbureau, wo sie nicht minder gut angelegt
sein dürften.

O. A.

Das Hotelwesen im Kanton Wallis.*)

Anlässlich der Jahresversammlung der
Schweizerischen statistischen Gesellschaft, welche
dieses Herbst in Sitten stattfand, hat Herr Jules
Emonet, Advokat in Sitten eine Arbeit ver-
öffentlicht, die über das Hotelwesen im Kanton
Wallis sehr zuverlässige Auskunft gibt. Herr

*) Wenn wir die Angaben dieser Arbeit mit
denjenigen in unserer Jubiläumsschrift vergleichen,
so konstatieren wir, dass Herr Emonet durchwegs
grössere Zahlen angibt als wir in unseren statistischen
Tabellen. Dies ist kein Irrtum, sondern einzig auf
den Umstand zurückzuführen, dass Herr Emonet
die Grenze zwischen den vorwiegend dem Fremden-
verkehr und den vorwiegend dem Lokalverkehr
dienenden Etablissements viel weiter gezogen hat,
als dies in unserer Statistik jeweiligen der Fall ist;