

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 16 (1907)
Heft: 7

Artikel: Offener Brief an Herrn Paul Marini, Savoy-Hotel, San Remo
Autor: Amsler, Otto
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-521872>

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: 15.05.2025

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

N^o 7.

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. Portosendung)
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 7.

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'Etranger:
(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.

Annances:

8 Cts. par millimètre-ligne ou son espace. Rébais en cas de ré-dépition 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.
Parait le Samedi.

Organe et Propriété de la
Société Suisse des Hoteliers.

Redaktion und Expedition: Sternengasse No. 21, Basel. * TÉLÉPHONE 2406. * Rédaction et Administration: Sternengasse No. 21, 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-Reclame“ à Lucerne

Verantwortlich für Redaktion und Herausgabe: Otto Amsler, Basel. — Redaktion: Otto Amsler; K. Achermann. — Druck: Schweiz. Verlags-Druckerei G. Böhm, Basel.

Siehe Warnungstafel!

Aufnahme-Gefuche.
Demandes d'Admission.

Herr M. Hünerwadel, Besitzer der Hotel-Pension Villa Frey in Bern 48

Patron: HH. P. Schoenenberger, Pension Villa Frey, und E. Forster, Hotel Buben-berg, Bern.

Monsieur Jules Kaufmann, tenancier de l'Hôtel Mont-Soleil (Sonnenberg) s. St.-Imier 40

Patrons: MM. F. Stehle, Hôtel d'Espagne à St-Croix, et J. Kaufmann, Hotel Poste et Beau-Site, Fleurier.



Der 1. März

ist der erste diesjährige Termin für die Be-stellung von

Verdienstmedaillen

(Broloques und Brochen)

für Angestellte mit 5 oder mehrjähriger Dienstzeit.

Der Versand findet am 25. März statt.

Diejenigen Mitglieder, welche hievon Gebrauch machen wollen, werden hiemit höflich ersucht, dies **vor dem 1. März** dem Zentral-bureau **anzuzeigen**, worauf ihnen der be-zügliche Prospekt nebst Bestellschein umgehend zugesandt wird.

Das Zentralbureau.

Le 1^{er} mars

est le premier terme de cette année pour la commande de

Médailles de mérite

(Broloques et Broches)

aux employés comptant 5 ou plus d'années de service.

L'expédition aura lieu le 25 mars.

Ceux de MM. les Sociétaires qui désirent en faire usage sont priés de **s'annoncer avant le 1^{er} mars** au Bureau central, qui leur fera parvenir par retour du courrier le pro-spectus et le bulletin de commande.

Le Bureau central.

Offener Brief

an Herrn Paul Marini, Savoy-Hotel, San Remo.

Sehr geehrter Herr!

In letzter Nummer der „Wochenschrift“ schreiben Sie unter Ihrem Namen inbezug auf den von uns kritisierten Prospekt betreffend die

Gründung einer Aktiengesellschaft zum Bau eines Hotels am Lago Maggiore wie folgt:

„Trois Messieurs qui se connaissent en fait d'hôtel-erie autant que je m'entends en pharmacie, ont pris la forte intelligente initiative de former une so-ciéété anonyme pour la création d'un grand hôtel à Stresa. L'un d'eux, qui est mon ami, me rencontra en chemin de fer et me proposa des actions de cette Société. Comme je sais très bien qu'un bon hôtel de tout premier ordre est vraiment nécessaire à Stresa, je répondis à mon ami que je souscrirais volontiers des actions, mais qu'avant cela j'aurais aimé voir un Statut de la Société.“

Quelques jours après cette conversation, le Comité provisoire, composé de ces trois Messieurs, lança un projet financier, en mettant mon nom dans la liste des adhérents. Voilà la pure vérité.

L'auteur de la correspondance reproduite par vous n'a donc pas compris ce qu'adviendrait en termes gé-néraux à la constitution d'une Société n'est point encore dire que je faisais partie du Comité promoteur; les trois noms seuls de ces Messieurs sont imprimés en tête du projet, cela est facile à voir.

Venons maintenant au projet financier incriminé et mis en ridicule, que l'on présente comme une chose amusante à la lecture de mes Collègues de la Suisse et de l'Allemagne, dans le but de me faire passer pour un inepte quelconque.

Le projet, dit-on, exagère lorsqu'il compte sur la présence de 140 personnes pour une période de 180 jours, etc. J'en conviens parfaitement: on n'aura pas une présence si nombreuse. Mais en revanche, la moyenne de 14 fr. par personne est au-dessous du vrai, car un hôtel de premier ordre doit au moins s'attendre à une moyenne de 20 ou 25 fr. à laquelle on arrive aisément. Ainsi qu'on le voit, il y aura moins de permanence, mais il y aura augmentation de moyenne et cela balancera. Il est du reste à remar-quer que depuis que je fais partie de la Société qui vient de se constituer, les choses ont pris une tour-nure tout à fait différente et le projet financier du Comité provisoire est tombé.

Voilà comment les choses se sont passées.*

Mit diesem Ihrem Schreiben wollen Sie, Herr Marini, zu verstehen geben, als hätten wir es bei unserer Kritik mit der Wahrheit nicht sehr genau genommen. Diesen Vorwurf aber können und wollen wir nicht auf uns sitzen lassen und erklären Ihnen hiemit folgendes:

1. Bei dem in unseren Händen befindlichen Prospekt — es wird wohl für uns kein be-sonderer gedruckt worden sein — suchen wir am Kopf vergebens nach den drei Namen der Initianten, von denen Sie in Ihrem Schreiben behaupten, dass sie en tête du projet sich be-finden. Erst am Schluss der Einleitung des Prospektes finden wir etwas, was mit Ini-tianten Ähnlichkeit hat, aber es heisst dort: als Unterschrift lediglich: *I Promotori*, Namen sind keine vorhanden, auch in der Einleitung selbst nicht. Dagegen stehen ganz am Schluss des Prospektes unter dem Titel *Comitato di adesione* elf Namen, die wir in genau derselben Anordnung und in derselben Schriftgrösse wie im Prospekt, hier wiedergeben:

III.^{mo} Marchese Domenico Pallavicino — III.^{mo} Marchese Alessandro Pallavicino — Sig. Jean Passano, promotore — Sig. Cav. Avv. Camillo Cappa — Sig. Ing. Cav. Enrico Radice — Sig. Architetto Cav. Giuseppe Pagani — Sig. Cav. Paolo Marini, Hotelier — Sig. Napoleone Bersani — Sig. Com. Jacopo Baisini — Sig. Geometra Cav. Tomaso Tadini — Sig. Domenico Moise, Hotelier.

Wenn nicht ein Druckfehler vorliegt, so geht aus der Anordnung der Unterschriften deutlich hervor, dass allein Herr Jean Passano als Initiant auftritt, denn wenn es sich um die drei ersten handeln würde, hätte es doch wohl heissen müssen *promotori*.

Von Bedeutung ist dies übrigens nicht. So viel aber ist sicher, dass man mit den ange-führten Namen, und namentlich mit dem Ihrigen, als dem eines weithin bekannten und kom-petenten Fachmannes, dem Prospekt ein gewisses

Relief geben wollte. Wer will das den Initianten verargen? Ebenso sicher aber ist, dass jeder, der den Prospekt erhielt, Sie zum Komitee zählte und deshalb sich über die Rentabilitäts-berechnung verwunderte. Ob dieses Komitee nun *Comitato di promotore* oder *Comitato di adesione* heisst, ändert daran nichts.

Sie behaupten in Ihrem Schreiben an die „Wochenschrift“, wir hätten Sie durch unsere Kritik als albern (*mepte*) hinstellen wollen. Diese Behauptung ist mehr als kühn, denn wir haben bis heute keine Namen genannt, weder von Personen noch von Orten, wir haben nur von einer Gesellschaft und vom Lago Maggiore gesprochen. Sogar in Ihrer Erwiderung, die wir vor 3 Wochen in unserem Blatt brachten, haben wir in rücksichtsvoller Weise Ihren Namen ge-strichen. Wenn Ihnen diese Rücksichtnahme unangenehm war, so bitten wir Sie um Ent-schuldigung. Heute allerdings zwingen Sie uns, jede Rücksicht fallen zu lassen, und haben wir deshalb alle Namen genannt, die der Pro-spekt trägt.

2. Was nun die Rentabilitäts-Berechnung anbetrifft, so geben Sie ja selbst zu, dass sie nicht einwandfrei war. Ein Gründungsprospekt, der dazu da ist, das Aktienkapital herbeizu-schaffen, soll eben nicht derart abgefasst sein, dass der Empfänger vorerst Berechnungen und Zahlenverschiebungen vornehmen muss, um herauszufinden, dass die in Aussicht gestellte Dividende am Ende doch richtig sein könnte. Aus diesem Grunde forderte der Prospekt die Kritik geradezu heraus, und da derselbe zum Teil auch an Hoteliers gelangte, so lag es in unserer Aufgabe, ihn etwas unter die Loupe zu nehmen. Dies zur Steuer der Wahrheit, und damit Schluss unsererseits.

Hochachtungsvoll

Otto Amsler.

Hotelwesen und Fremdenverkehr.

Es ist bekannt, dass der Schweiz als Tou-ristenland hauptsächlich auch in Oesterreich Konkurrenz gemacht wird. Für die An-strengungen, die zur Heranziehung des Frem-denverkehrs von unserer Konkurrenz geschehen, führt sie gewöhnlich die Schweiz als nach-ahmenswertes Beispiel an. Das ist ja für uns schmeichelhaft, soll aber auch mit ein Grund mehr sein, uns weiter anzustrengen, um uns nicht überflügeln zu lassen. Auch die Schweiz hat noch zu lernen, mancher Wink von aussen kann ihr von Nutzen sein. Deshalb erlauben wir uns die Reproduktion eines Vortrages, den unlängst der Statthalter von Nieder-Oester-reich, Graf Kiellmannsegg in Wien, über Hotel-wesen und Fremdenverkehr gehalten hat. Nach einigen einleitenden Worten gab der Vor-tragende einige Erfahrungen aus seinen privaten Urlaubsreisen zum besten.

Er erzählte, wie er einst in Chur gelegent-lich eines Aufenthaltes ein weitverbreitetes politisches Blatt in die Hand genommen, dessen Leitartikel sich mit einer damals bevorstehen-den Volksabstimmung über eine Aenderung der eidgenössischen Verfassung beschäftigte und dafür plädierte, die Stimmberechtigten mögen sich über die geplante Verfassungsänderung ja nicht aufregen. Für die Schweiz gebe es nur eine wahrhaft wichtige Angelegenheit, und das sei die immer stärkere Heranziehung des reisenden internationalen Publikums. Schon in den achtziger Jahren seien es jährlich 80 Mil-lionen Franken gewesen, die durch die Frem-den der Schweiz zugetragen wurden, eine

Summe, die sich natürlich seither wesentlich erhöht hat. „Auf meiner Heimreise, fuhr der Vortragende fort, berührte ich Bregenz und stieg im dortigen ersten Hotel ab. Der Wirt war kein intelligenter „Industrieller“, sein Haus zog kaum Fremde an. Ich wenigstens kürzte meinen Aufenthalt ab, trotzdem die Umgebung von Bregenz herrliche Naturschönheiten bot. Ich bin nicht verwöhnt und anspruchsvoll, ich bin ja doch Gebirgsjäger und übernachtete als solcher auch recht oft in der einfachsten Holz-knechtstube. Aber Alles zu seiner Zeit! Und dieses selbe Bedürfnis nach Reinlichkeit und Komfort hat das internationale Reisepublikum.“

Vor zwei Jahren habe ein Südländer mit seiner ganzen Verwandtschaft in einem der neuesten Hotels in der schönsten Gebirgsgegend Nieder-österreichs Zimmer genommen, allein wegen mangelhaften Komforts sehr bald die Gegend verlassen und sei in die Schweiz gereist. Der Zufall habe es gefügt, dass er selbst kurz danach in demselben Hotel Aufenthalt zu nehmen hatte. Als er am Abend mit seiner Gesellschaft im Speisesaal erschien, deckte der Zuhkellner eine nicht tadellos reine Serviette über das vom Mittagstisch her beschmutzte Tisch-tuch. Die Bedienung war wohl auf-merksam und rasch, aber der ganze Tisch mit allem, was daraufstand, nicht appetitierend — kein Wunder, dass die vornehmen Süd-länder Oesterreich so schnell den Rücken ge-kehrt haben. „Vorkommnisse dieser Art liegen in dem Mangel an Verständnis der leitenden Persönlichkeiten unserer Hotels, namentlich der ländlichen, für die Anforderungen an den Kom-fort, welche das reisende internationale Pu-blikum anderwärts stellt und erfüllt findet. In dem erwähnten Hotel herrscht, was Zimmer-einrichtung anbetrifft, mehr als Komfort; aber wenn die elegante Dame, die ein solches Zimmer bewohnt, bevor sie Toilette macht, ihr gewohntes Morgenbad nehmen will, so weist man sie in ein in einem ganz anderen Stockwerke gelegenes Badezimmer. Die schönen Möbel be-deuten ihr nichts, sie klagt über den Mangel an Komfort, der ihr das Baden erschwert. Man wird vielleicht einwenden, so verwöhnt seien unsere Damen nicht. Nun handelt es sich aber bei unseren Hotel-einrichtungen um die Ansprüche des internationalen reisenden Pu-blikums. Analysieren wir dieses, so werden wir finden, dass Amerikaner und Engländer das grösste und geldkräftigste Kontingent des-selben darstellen, ihm folgen die Deutschen. Für Oesterreich kommen, wenn auch in ge-ringerer Zahl, als anzulockende Fremde noch Russen und Rumänen in Betracht. Am meisten verwöhnt hinsichtlich des Komforts sind aber die Engländer und Nordamerikaner. Der Be-griff Komfort deckt sich so ziemlich mit jenem äusserer Nettigkeit und Reinlichkeit. Die letztere ist aber in den nördlichen Ländern und bei den germanischen Völkerrassen am meisten entwickelt und Lebensbedürfnis geworden. Nirgends wird so sehr auf Reinlichkeit der Wohnräume und öffentlichen Verkehrsplätze gesehen als in Schweden, Norwegen, Holland und England, aber auch in Deutschland stellt man in dieser Hinsicht hohe Anforderungen. Das grosse reisende Publikum, meist aus Amerikanern, Engländern und Deutschen be-stehend, verlangt keinen Luxus, wohl aber Komfort. Alle Angehörigen dieser Nationen sind zumeist gute Rechenmeister. Der Ameri-kaner berast den europäischen Kontinent, um hier billiger zu leben als daheim. Das gilt auch ziemlich gleich vom Engländer. Vom Deutschen ist es allgemein bekannt, dass er auf Reisen sparsam ist, und selbst wenn er sehr reich ist, nur in der 2. Klasse fährt.