

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 39 (1930)
Heft: 8

Artikel: Das Projekt einer Autostrasse Bern-Thun in touristischer Beziehung
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-540877>

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>

Lebhaftigkeit und Stilreinheit. Ein gediegener diskreter Rahmen für modernes Gesellschaftsleben, bodenständig und echt in der Wirkung, fein und geschmackvoll als Ganzes!

Das Beispiel zeigt, dass es sehr wohl möglich ist, gute bodenständige Art mit den Anforderungen eines verfeinerten Lebens in vollen Einklang zu bringen, und die Erfahrung, die an diesem Beispiel gemacht worden ist, erweist, dass die Gäste diese Verbindung ausserordentlich schätzen. Ist aber eine solche Lösung möglich, so drängt sie sich angesichts der Entwicklung der ausländischen Konkurrenz als Richtlinie für die Ausstattung der erstklassigen schweizerischen Berghotels unbedingt auf. Der örtliche Stil und die Eigenart der schweizerischen Berglandschaft werden von neuem zu einem kostbaren Schatz und die Aufgabe unserer Hotel-Architekten wird es sein, sich in beides zu vertiefen, um dem schweizerischen Berghotel eine Note zu geben, die in jeder andern Umgebung fremd wirken müsste und daher zu einer nicht nachzuahmenden, über jede Konkurrenz triumphierenden Eigenart führt. F. Hg.

Das Projekt einer Autostrasse Bern-Thun in touristischer Beziehung

Vom Initiativ-Komitee für die Automobilstrasse Bern-Thun wird uns geschrieben:

Der Grund für die starke Frequenz auf der Strecke Bern-Thun ist nicht in erster Linie einer besonders grossen Bevölkerungsdichte im Einzugsgebiet oder dessen Industrialisierung, sondern der touristischen Anziehungskraft zuzuschreiben. Diese beruht darin, dass die Strecke an sich schön ist, dass sie von der grossen, sich durch das ganze schweizerische Mittelland hinziehenden Verkehrslinie direkt ins Berner Oberland führt und dass dieses Fremdenverkehrs-

und Touristenzentrum wiederum mit den andern vielbesuchten Gegenden direkt verbunden ist.

Die besondere touristische Anziehungskraft der Strecke Bern-Thun ist darin zu erblicken, dass sie das Eingangstor des Berner Oberlandes ist. Sie verbindet einerseits dieses Gebiet mit der Hauptstadt, welche ihrerseits als Verkehrsknotenpunkt auf der grossen, sich von Süd-West nach Nord-Ost durch das ganze Mittelland hinziehenden Hauptverkehrslinie unseres Landes gelegen ist. Die beiden lieblichen Seen und die Berge locken Zehntausende und Zehntausende aus dem ganzen Lande auf diesem Wege ins Berner Oberland. Die Strecke über Münsingen weist denn gemäss der amtlichen bernischen Verkehrszählung mit 800 Motorfahrzeugen im Tagesdurchschnitt des Jahres 1929 — an der „stillsten“ Stelle Münsingen-Wichtrach gemessen — eine Verkehrsziffer auf, die selbst auf der grossen Mittellanddiagonale, soweit sie bernisches Gebiet betrifft, auf durchgehenden Strecken nicht erreicht wird. Auch die landschaftlich schönere Gürbenthalstrasse weist für eine mehr dem lokalen Verkehr dienende Strasse eine aussergewöhnliche Frequenz auf.

In der „Erschliessung“ unseres Berner Oberlandes ist denn wohl auch der Hauptgrund für den starken Verkehrsimpuls auf seiner Eingangsporte zu suchen; denn es ist klar, dass zu einer Zeit, wo nur einzelne beherzte Pioniere in die Schönheit unserer Bergwelt als Einsiedler vordringen und wo jener Grindelwaldner Wirt am Einrückern der 20 ersten Winterkurgäste herzhaft zweifelte, auch die Bedeutung der Strecke Bern-Thun nur eine sekundäre sein konnte.

Wenn wir bisher von der Eingangsporte zum Berner Oberland gesprochen haben, so weiss dabei jedermann, dass sie nicht in eine Sackgasse führt. Herrliche Alpenstrassen verbinden das Oberland mit andern Touristikzentren: der Col de Pillon, der Jaunpass und der Col des Mosses mit der Westschweiz; die Grimsel mit dem Oberwallis und weiterhin mit Italien, dem Tessin oder Graubünden, und endlich der Brünigpass mit dem Vierwaldstättersee. Das Berner Oberland steht also mit zwei andern, eben-

falls sehr beliebten Zentren des Reiseverkehrs — dem Genfersee und dem Vierwaldstättersee — in direktester Verbindung über leicht befahrbare Alpenstrassen. Die beiden übrigen Haupttouristikzentren unseres Landes — Graubünden und Tessin — stehen mit dem Berner Oberland wohl auch in unmittelbarer Strassenverbindung, aber über drei höhere Alpenpässe, die den grössten Teil des Jahres verschneit sind, was natürlich den besonders regen Verkehr im Sommer nicht ausschliesst. Diese gegenseitige direkte und indirekte Verkehrsverflechtung aller bedeutendsten schweizerischen Fremdenverkehrs- und Touristikzentren muss sich natürlich auch auf die Hauptzufahrt, was die Route Bern-Thun nach wie vor bleiben wird, auswirken.

Welche hohe Bedeutung eine gute Zufahrt zu unsern viel besuchten Fremdenorten hat, muss daraus hervorgehen, dass im Jahre 1929 131,213 fremde Automobile in die Schweiz eingereist sind! Die schätzungsweise 350—400,000 Insassen dieser Motorfahrzeuge sind durch die Schönheiten unseres Landes dazu verlockt worden, es bequem im Automobil zu bereisen und sich auf längere oder kürzere Zeit hier niederzulassen. In diesem Zusammenhang ist hervorzuheben, dass die Verwendung von Tryptiks und Grenzpassierscheinen stark im Zunehmen begriffen ist, dass also die Tendenz ausgesprochen auf eine Verlängerung der Aufenthaltsdauer hinausläuft.

Einerseits ist es der in ganz Europa unverminderte Siegeszug des Automobils, andererseits sind es die grössere Freizügigkeit in der kantonalen Automobilgesetzgebung, die Erleichterungen in der Einreise mit Automobilen, der Abbau der kantonalen Taxen, die Öffnung der meisten Strassen für den Automobilverkehr neben der Verbesserung des Strassennetzes, wodurch diese Entwicklung des Fremdenverkehrs erklärt werden muss. Eine Autostrasse Bern-Thun wird einst nicht unwesentlich dazu beitragen, diese ausgesprochen im Interesse unserer Volkswirtschaft gelegene Belebung des schweizerischen und im besondern des Berner oberländischen Fremdenverkehrs neuerdings anzuregen. J.

Küchenbetrieb im Glashaus?

In Nr. 4 der „Schweizer Hotel-Revue“ vom 23. Januar cr. erschien ein Artikel, „Küchen-Schau fenster“ betitelt; sein Verfasser regte an, den Küchenbetrieb den Gästen zugänglich zu machen, die eigentlichen Arbeitsräume aber durch Glaswände abzuschliessen. Schreiber dieses hat im Laufe der Jahre viele Hunderte von Hotelbetrieben kritisch durchwandert, und er darf daher in dieser Frage wohl eine eigene Meinung haben und sie äussern.

Der Verfasser des Artikels, von dem wir nur die Buchstaben F. M. erfahren, schränkte seine Anregung selbst dahin ein, dass nur wenige der heutigen Grossbetriebe solche Küchen-Schau fenster einrichten lassen könnten, weil dem meistens ungünstigen baulichen Verhältnisse entgegenstünden. Es wäre also eigentlich mehr die Frage zu prüfen und zu erörtern, ob man die Einrichtung in Neubauten oder bei grundlegenden Umbauten oder Betriebserweiterungen schaffen solle. Dazu ist zu sagen, dass wir uns für eine solche Schau stellung im Glashause nicht erwärmen können. Sie würde unseres Erachtens nicht dem Ansehen und dem hohen Stande der schweizerischen Hotellerie entsprechen! Ein solches Küchen-Schau fenster hat — wir dürfen das wohl offen aussprechen — unbedingt etwas snobistisches, und es würde sich aus diesem Grunde also nur für solche Gaststätten eignen, die aus dem Rahmen des Alltäglichen recht kräftig herauszufallen wünschen. Dieser Wunsch dürfte aber, so gut glauben wird die Psyche der schweizerischen Hoteliers zu kennen, wohl nur bei wenigen bestehen.

Noch etwas anderes darf nicht ausser acht gelassen werden. Aus zahlreichen Presseäusserungen, die in anderen Ländern Europas erschienen sind, kam immer wieder, oft ganz spontan, die Anerkennung über den hohen Stand der Gastronomie im schweizerischen Hotelwesen zum Ausdruck. Daraus kann ohne weiteres der Schluss gezogen werden, dass man von der schweizerischen Küche auch die beste Meinung in bezug auf Hygiene und Sauberkeit hat. Von irgendeinem Misstrauen in dieser Beziehung kann



HOLLAND

Nieuwe Amsterdamsche Courant ALGEMEEN HANDELSBLAD

Die nebenstehenden Ausführungen geben Ihnen genaue Zahlen, die mehr wert sind als die luftigen Behauptungen, welche Ihnen von unorientierter Seite aufgetischt werden.

Wenn Sie sich für Ihre Gästewerbung in Holland des „Algemeen Handelsblad“ bedienen wollen, steht Ihnen unser Vertreter in der Schweiz jederzeit zur Verfügung.

Seine Adresse:

Herr G. D. Wink, Haus Weber, Davos-Dorf.

Zwei Mal im Tag erhalten über 60'000 holländische Familien das „Algemeen Handelsblad“. Ihre Anhänglichkeit an diese grösste und vornehmste Familienzeitung Hollands ist so gross, dass nicht nur der am Handelsteil besonders interessierte Herr als aufmerksamer Leser taxiert werden kann, sondern dank des vorzüglichen Nachrichtenteils und der reichen Beilagen auch die Dame und jugendliche Leser.

Im Juli und August des letzten Jahres haben sich 31'800 holländische Familien das von ihnen abonnierte „Algemeen Handelsblad“ in die Ferien nachsenden lassen. Von diesen Sendungen gingen 15'264 regelmässig in die Schweiz.

Es weiten demzufolge während jener zwei Monate mindestens 15'264 holländische Familien in der Schweiz, die regelmässige Leser und Abonnenten des „Algemeen Handelsblad“ sind.