

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 39 (1930)
Heft: 21

Rubrik: Auskunftsdienst über Reisebureaux u. Annoncen-Acquisition

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: 29.01.2025

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

Auskunftsdienst über Reisebureaux u. Annoncen-Acquisition

Anzeigenwerbung für Automobil-Führer.

Vom Besitzer eines Hotels in Italien wird uns geschrieben:

„In den letzten Jahren stellen sich immer häufiger Vertreter (Akquisiteure) von Automobilklubs des gesamten europäischen Kontinents bei den Hotels ein, wovon natürlich jeder seinen Klub als den besten empfiehlt. Die Annoncen in den betr. Führern haben unerschwinglich hohe Preise und sind meist mit viel zu langfristigen Verpflichtungen verbunden. Kürzlich besuchte mich ein solcher Agent, der für einen ausländischen Klubführer Insertionen aufnehmen wollte zum Preise von Fr. 400.— mit 3-jähriger Verpflichtung. Es stellte sich dann heraus, dass verschiedene mir vorgewiesene Aufträge von Hotels gefälscht waren, was mir von den Besitzern der betr. Häuser auf telephonische Anfrage hin bestätigt wurde. Weiter wurde mir von dem betr. Vertreter zugesichert, dass das jeweilige Haus immer vorerst auf seine Güte geprüft werde, bevor der Automobilklub die Annoncen annähme, eine Behauptung, die jedoch unrichtig ist. Das Gleiche gilt auch bei der Zuerkennung der Schilder der offiziellen Automobilklubs, die zurzeit wieder in allen Tonarten angegriffen werden.“

Es wäre darum sicherlich angebracht, wenn die Herren Hoteliers jenseits der Alpen die Akquisiteure oder Klubvertreter genau prüfen würden, bevor sie Verpflichtungen eingehen, womit dem Umfang solcher Anzeigenwerbung vielleicht ein Ende bereitet werden könnte.“

Die Ausführungen dieses ausländischen Hoteliers über das Vorgehen und die Taktik so vieler Akquisiteure werden durch ähnliche Vorgänge in der Schweiz vollauf bestätigt, wie an dieser Stelle übrigens schon wiederholt an Hand praktischer Beispiele dargetan wurde. Wir möchten daher den Rat, keine Auftrags- oder Bestellformulare zu unterzeichnen, ehe man sich über den Wert einer Anzeige und die bezüglichen Erfolgsaussichten genau erkundigt, hier erneut unterstützen. Im Zweifelsfalle oder bei mangelnder Orientierung verlange man von den Akquisiteuren einige Tage Bedenkzeit, überlege sich dann die Sache reiflich und ziehe vor Erteilung des Auftrages stets die gebotenen Erkundigungen ein. Die Befolgung dieses Ratsschlages wird manchen Hotelier vor nutzlosen Reklameauslagen und damit vor Verlusten bewahren. Der Auskunftsdienst des S. H. V. steht zu Informationen jederzeit zur Verfügung.

Eine Million für die St. Moritzer Strassen

(er.) Eine höchst instruktive Zählung führten im August vergangenen Jahres die Gemeindebehörden von St. Moritz durch. An einem Stich-

tag wurden sämtliche den Postplatz passierenden Verkehrsmittel säuberlich gezählt und registriert. Was dabei herauskam, war schlechterdings verblüffend: 2800 Automobile rollten allein im Laufe dieses Tages durch die Engadiner Metropole. Nahezu 100% mehr als zur gleichen Zeit des Vorjahres. Und da wir gerade bei statistischen Dingen sind, verweilen wir noch einen Augenblick in ihrem Reich. Weil nämlich alles seinen Grund hat. Aus den Erhebungen der Gemeindeverwaltung über den Automobilverkehr erhellt, dass das Motorfahrzeug im Sommer 1929 dem Kurort St. Moritz 9176 Gäste zuführte mit 50,800 Logiernächten. In andere Worte geprägt, heisst das soviel als, dass 16% der Gesamtzahl von Logiernächten, die St. Moritz im Sommer 1929 aufwies, auf das Konto des Autourismus zu buchen waren. Wozu dieses statistische Hors d'œuvre? wird man fragen. Um ad oculos vorzudemonstrieren, welche Bedeutung heute der Automobilverkehr für das Fremdenzentrum St. Moritz erlangt hat, wiewohl die Entwicklung erst in ihren Anfängen steht. Indessen: dieser ungeahnte Aufschwung fand durchaus kein unvorhergesehenes St. Moritz vor, das sich durch den Gang der Ereignisse hätte überumpeln lassen. Planmässig, nach woldurchdachtem System baute es, kaum dass in Bündlen die Schranken für das Auto gefallen, Stück um Stück seines Strassennetzes aus, passte es den Bedürfnissen und Anforderungen des neuen Verkehrs an. Scheute dabei vor den grössten Opfern nicht zurück. Rund eine Million binnen vier Jahren — soviel hat St. Moritz für die Modernisierung seiner Strassen aufgewendet. Ausnahmslos präsentieren sich heute die wichtigen Strassen und Plätze im Ort in einwandfreier Verfassung; Kleinsteinpflasterung, Teer- oder Makadambelag fanden dabei Verwendung. Nicht minder wichtige Aufgaben hatten jetzt der Lösung und gehen der Verwirklichung entgegen: die Korrektur der grossen Zugangs- und Ausfallsstrassen. Gegenwärtig sind die Arbeiten an der Strasse Survetta (Somplatz)—Campfer in vollem Gang. Neben der auf 4 m verbreiterten Fahrbahn, die einen Topekabel erhält, läuft ein neues Trottoir, das makadamisiert wird. Bis 1. Juni hofft man die Arbeiten zu Ende bringen und den Abschnitt dem Verkehr wieder öffnen zu können.

Damit ist eine weitere Etappe zurückgelegt auf dem Wege der Staubbekämpfung in St. Moritz. Denn nicht nur Ausgestaltung des Strassennetzes nach den Gesichtspunkten des modernen Verkehrs, sondern ebensowohl auch Bekämpfung der Staublage war das Leitmotiv, worauf sich das ganze Strassenbauprogramm aufbaute. St. Moritz gibt mit vollen Händen auch dem Fussgänger, was des Fussgängers ist. Und schliesst man in die Rechnung noch ein, was private Initiative geschaffen hat, um die Auto-Touristik zu fördern — Grossgaragen, Reparaturwerkstätten, Hotels, die darin weitern, dem Automobilisten jede Bequemlichkeit zu bieten — dann wird man anständigerweise zugeben müssen, dass St. Moritz alles getan, um sich seines Titels als Drehscheibe des Autourismus in Graubünden würdig zu erweisen.

Von der wirtschaftlichen Bedeutung des Reiseverkehrs eines Weltbades

Von befreundeter Seite wird uns ein Vortrag über die „Wirtschaftliche Bedeutung des Fremdenverkehrs in Baden-Baden“ zur Verfügung gestellt, den kürzlich Herr Hoteller Alfred Brenner in einer geschlossenen Gesellschaft dieses Weltbades hielt. Die sehr bemerkenswerten Ausführungen verdienen das Interesse auch der Schweizer Hoteliers, weshalb ihnen der nachstehende Auszug entnommen sei:

Der Vortragende gab zunächst einen Gesamtüberblick über die allgemeine Wirtschaftslage des Landes, die Stellung des Fremdenverkehrs innerhalb derselben sowie über die sehr oft falschen, zumindest widersprechenden Auffassungen der Öffentlichkeit zum Reiseverkehr und seinem Nutzen, um sodann auf Einzelheiten der Besuchstatistik von Baden-Baden und den Ertrag der Fremdenverkehrsbranche der Stadt einzutreten. — Den Umsatz der Baden-Badener Fremdenetablissemens im letzten Jahr berechnet Herr Brenner auf mindestens 15 Millionen Mark, einschliesslich 10 Prozent Bedienungszuschlag. Dazu müssen nun aber noch die täglichen Ausgaben der Fremden für Konsumation ausserhalb der Hotels, für Einkäufe, Arzt usw. gerechnet werden. — Nieder eingeschätzt belaufen sie sich auf rund 5 1/2 Millionen zu Hotel und den Einnahmen aus der Kurtaxe und den Badeanstalten mit je 1/2 Million kommen, womit sich die Gesamteinnahme des Platzes aus dem Fremdenverkehr auf 21 1/2 Millionen Mark oder 720 Mk pro Kopf der Ortsbevölkerung stellt. Dementsprechend ist denn auch das städtische Kurbudget mit 1 Million Mark relativ hoch.

In seinen weitern Ausführungen stellte der Vortragende sodann fest, dass die zwei Drittel der Gesamteinnahme aus dem Kurbesuch, die auf die Fremdenetablissemens entfallen, selbst wieder in voller Höhe an das Wirtschaftsleben zurückfliessen, da die sämtlichen Gewerbe am Platze davon profitieren. Das Baden-Badener Hotelgewerbe beschäftigt durchschnittlich 1500 Jahresangestellte, welche Zahl in der Saison auf 2200 anwächst. Dieses Personal bezieht jährlich eine Gehaltssumme von 3 Millionen Mk., das sind 20 Prozent des Umsatzes der gastgewerblichen Betriebe. Der nächste wichtige Ausgabeposten der Hoteller entfällt auf den Einkauf von Lebensmitteln in Höhe von 3,75 Millionen Mk. Die Steuern und Abgaben belaufen sich auf durchschnittlich 15 Prozent des Umsatzes = 2,3 Millionen. Hinzu kommen die Ausgaben für Feuerung, Licht, Wasser mit 750,000 Mk., ferner der Einkauf der Getränke, die Generalunkosten mit den Hypotheken- und Bankzinsen, die grossen Ausgaben für die Erneuerung und den Unterhalt der Immobilien und Mobilien. Diesbezüglich ist speziell hervorzuheben, dass die aus der Vorkriegszeit stammenden Betriebe diese Erneuerungen zum heutigen Preise ausführen müssen, und das heisst: beinahe im Verhältnis zu den Kosten eines Neubaus, denn die Abnutzung von Mobilien, Teppichen und Inventar hängt eben von deren Lebensdauer ab. In den beiden Hotels, denen der Vortragende vorsteht,

sind im letzten Jahr Mk. 400.000.— und seit 1924 im ganzen über Mark 1.600.000.— nur für Unterhalt und Modernisierung aufgewendet worden. Daraus geht hervor, dass ähnlich wie in der Schweiz den Fremdenetablissemens nur ein geringer und jedenfalls ungenügender Prozentsatz ihrer Einnahmen als Arbeitsentgelt sowie zur Verzinsung des Eigenkapitals verbleibt, während die gesamte übrige Wirtschaft und die Stadt selbst reiche Revenuen aus dem Fremdenverkehr ziehen.

Herr Brenner äusserte sich sodann noch zu verschiedenen Zukunftsaufgaben der Reiseverkehrsförderung und zur Kurpolitik des Platzes überhaupt, wobei er die Feststellung machte, dass die Meinung, Baden-Baden solle sich auf das minderbemittelte Publikum umstellen, sich schon auf Grund des Gesamtumsatzes als irrig erweise. Denn es entfielen von den Gesamteinnahmen auf die Erstklasshotels, bei 40% der Übernachtungen, 66% des Umsatzes der Hotellerie. Ein ähnliches Bild ergibt sich auch hinsichtlich des Ausländerbesuches. Sein Anteil an den Übernachtungen beträgt 22%, der Anteil an den Einnahmen dagegen 33%, da diese Gäste überwiegend in den erstrangigen Hotels absteigen. Die Bedeutung des Besuches aus dem Ausland ergibt sich daraus von selbst.

Sektionen

Hotelier-Verein St. Moritz.

In der Vorstands-Sitzung vom 9. Mai 1930 gelangte als erstes Traktandum die Frage der Förderung von Kinderreisen auch nach dem Hochtal des Engadins zur Behandlung. Angesichts der etwas reservierten Einstellung der Rätischen Bahnen wurde der Vorsitzende, Oberst Hans Bon, ersucht, in Sachen mit der Direktion der Bahn Rücksprache zu nehmen. — Weiter hatte die Sitzung Stellung zu nehmen zur Frage der zweckmässigen Unterbringung der Teilnehmer eines Extrazuges Zürich-St. Moritz von Anfang Juli, sowie zur Durchführung der General-Versammlung des Bündner Offiziersvereins zu Mitte Juni. Im Anschluss wurde die Beteiligung Graubündens an der „Schweizer Ausstellung für Gesundheitspflege und Sport in Bern 1931“ besprochen und zuhanden einer kantonalen Interessentenversammlung die entsprechenden Wegleitungen erteilt, unter Bezeichnung der Vertreter des Vereins an dieser Tagung. — Zur Erörterung gelangten ferner die Frage der Schlachtvieh- und

Das einzige Nahrungsmittel dessen Preis heuer empfindlich herabgesetzt wurde ist die Korinthe!
GRIECHISCHES KORINTHENSYNDIKAT IN GENÈVE



Vin D'Apprentissage
mit dem
Krefft
immer ein ist billiger und billiger!
Notieren Sie sich also:
W. KREFFT A.-G. GEVELSBERG

Besuchen Sie unseren Stand Nr. 1668, Halle 5
oder
den modernsten Krefft Geschirr-Wasch-Automat
im französischen Muster-Restaurant auf der
ZIKA 1930

ROHR-MÖBEL

Aparte Modelle in nur prima Qualität

Hubschmid & Lanz
Murgenthal

Aus Altersrückichten verkaufe mein modern eingerichtetes, gutgehendes

HOTEL
in Stansstad für baldigsten Antritt. — Nötiges Kapital Fr. 70.000. Nur ernste Interessenten senden Offerten unter Chiffre O 2406 Z an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

Ausserordentl. günstig für Hotel Wegen Platzmangel fabrikneuer

FIAT-WAGEN
6/7 pl. 19 PS. Fr. 3000.- unter Listenpreis. Anfragen unter Chiffre O 2406 Z an Publicitas, Zürich.

la. ORCHESTER
mit den besten Referenzen empfiehlt sich für Sommersaison. — Ausnahmsweise billig. Routiniert für klassische und moderne Musik. — Telefon-Auskunft von 9—14 hrs.: Basel Safran 66.04, Offerten unter Chiffre N.O. 2944 a. d. Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.

Schläuche jeder Art

Hanf- und Gummischläuche
Feuerlösch- Einrichtungen
Sprengwagen, Mech. Leitern
Schieb- u. Anstell-Leitern etc.

Ehrsam-Denzler & Co.
Wädenswil — Telephon 56

Junge Kindergärtnerin sucht passende

STELLE
für ca. 3 Sommermonate in Kinderheim oder Berghof. Anfragen gefl. an den Kindergartenverein Meiringen. (Bern Oberland.)

TENNIS-TRAINER
Akademiker, staatlich geprüfter Turn- und Sportlehrer, seit zwei Jahren Tennislehrer an Universität, sucht in den Ferien vom 3. Juli—1. Sept. Stelle als Tennistrainer u. -lehrer an Hotel in gutbesuchtem Kurort. Zuschriften unter Dr. B. 2948 an die Schweizer Hotel-Revue, Basel 2.



Schweizerhof & National-Terminus

ERÖFFNUNG: 26. MAI 1930

Erstklasshotel gegenüber dem Hauptbahnhof

ZÜRICH