

**Zeitschrift:** Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels  
**Herausgeber:** Schweizer Hotelier-Verein  
**Band:** 2 (1893)  
**Heft:** 50

## **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:** 15.03.2025

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

**Abonnement:**  
Schweiz:  
Fr. 5.— jährlich.  
Fr. 7.— halbjährlich.  
Ausland:  
Unter Kreuzband  
Fr. 7.50 (6 Mark) jährlich.  
Deutschland,  
Oesterreich und Italien:  
Bei der Post abonnirt:  
Fr. 6.— (5 Mk. 4.—) jährlich.  
Vereinsmitglieder  
erhalten das Blatt gratis

**Inserate:**  
20 Cts per 10pallige Petit-  
zeile oder deren Raum  
Bei Wiederholungen  
entsprechendes Rabatt.  
Vereinsmitglieder  
besahlen die Hälfte.

**Abonnements:**  
Pour la Suisse:  
Fr. 5.— par an.  
Fr. 7.— pour 6 mois.  
Pour l'étranger:  
Envol sans bandelet:  
Fr. 7.50 par an.  
Pour l'Allemagne,  
l'Autriche et l'Italie.  
Abonnement postal:  
Fr. 6.— par an.  
Les sociétaires reçoivent  
l'organe gratuitement.

**Annances:**  
20 cts. pour la petite ligne  
ou son espace.  
Rabais en cas de répétition  
de la même annonce.  
Les sociétaires  
payent moitié prix.

# Hôtel-Revue

2. Jahrgang 2<sup>me</sup> ANNEE

Organe und Eigentum

Organe et Propriété

Schweizer Hotelier-Vereins.

Société Suisse des Hôteliars.

Redaktion und Expedition: Sternengasse No. 23, Basel.  
Telegramm-Adresse: „Hôtelrevue Basel.“

TÉLÉPHONE No. 1873.

Rédaction et Expédition: Rue des Etoiles No. 23, Bâle.  
Adresse télégraphique: „Hôtelrevue Bâle.“

Offizielle  
Nachrichten.

Nouvelles  
officielles.

## An die Vereinsmitglieder!

Denjenigen Herren Kollegen — Inhaber von Saison-  
geschäften — welchen unser Cirkular vom 26. Sep-  
tember betreffend statistische Angaben zugegangen  
ist, teilen wir mit, dass von den versandten 230 Fra-  
gebogen bis heute nur 48 beantwortet zurückgelangt.

Wir wiederholen deshalb die dringende Bitte, uns  
die fehlenden Antworten baldmöglichst zukommen  
zu lassen, damit wir nicht in den unangenehmen  
Fall kommen, aus dem vorhandenen unvollständigen  
Material einen Bericht zusammenzustellen, der auf  
Genauigkeit keinen besonderen Anspruch machen  
könnte.

Lucern, den 30. November 1893.

Schweizer Hotelier-Verein:  
Der Präsident:  
J. Döpfner.

## A nos Sociétaires.

Nous prévenons nos honorables Collègues, pro-  
priétaires ou gérants d'établissements ouverts pendant  
la saison, auxquels est parvenue notre circulaire du  
26 septembre relative aux renseignements statistiques,  
que des 230 questionnaires expédiés, 48 seulement  
nous sont revenus jusqu'ici avec les réponses.

Dans ces conjonctures, nous réitérons l'invitation  
pressante de nous envoyer ces réponses dans le plus  
bref délai possible, autrement nous nous trouverions  
dans la fâcheuse situation de ne pas disposer de ma-  
tériaux fort insuffisants pour l'élaboration de notre  
rapport qui, dans ces conditions, ne saurait prétendre  
à l'exactitude.

Lucerne, le 30 novembre 1893.

Société Suisse des Hôteliars:  
Le Président:  
J. Döpfner.

## Reklame.

Selten vergeht eine Woche, dass uns nicht seitens  
unserer Leser mehrere Prospekte von fragwürdigen  
Reklame-Unternehmen oder von sonstigen, das „Inter-  
esse der Hoteliers wachenden“ Instituten, zugehen.  
Einesteils liegt hierin ein Beweis der Aufmerksam-  
keit, welche unserer Sache entgegengebracht wird,  
andernteils müssen wir darin eine indirekte Auf-  
forderung erblicken, mit der Reklame-Campagne in  
dem angefangenen Tempo weiter zu fahren, was  
hiemit geschieht.

**Internationales Hotel-Adressbuch.** „Seit  
Jahren von der Notwendigkeit und Nützlichkeit eines  
internationalen Hotel-Adressbuches überzeugt, habe  
es unternommen, ein solches zu sammeln und heraus-  
zugeben und bitte Sie um Ausfüllung mitfolgenden  
Fragebogens etc.“

So lautet in schlichten kurzen Worten der Pro-  
spekt eines Herrn F. Mayer, Portier im Hotel Frank-  
furterhof in Frankfurt a. M.

Herr Mayer (mit a geschrieben) fügt in der ihm  
scheinbar angebotenen Bescheidenheit dem Prospekt  
noch bei, dass die Aufnahme in das Hotel-Adressbuch  
selbstverständlich kostenlos sei; er bittet nur um fran-  
kierte Rücksendung des Fragebogens. (Ob nicht  
später ein Annoncen-Bettelzirkular nachfolgt?) Es  
ist wirklich zu bedauern, dass Herr Mayer, nachdem  
er doch schon seit Jahren von der Notwendigkeit  
und Nützlichkeit eines solchen Buches überzeugt ist,  
erst jetzt diese Lücke auszufüllen im Begriffe steht.

Auch wir haben eine Ueberzeugung, nämlich die,  
dass es mit der Bescheidenheit des Herrn Mayer

nicht so weit her ist, als es den Anschein hat. Der  
auszufüllende Fragebogen hat nämlich als Anhängsel  
einen Bestellzettel, worauf man sich *anstandshalber*  
zur Abnahme wenigstens eines Exemplars des Mayer-  
schen Adressbuches verpflichtet. Wie viel jedoch  
Herr Mayer für ein solches Buch verlangt, das er-  
fährt man dann später, wenn die Nachnahme vorge-  
wiesen wird, und da heisst es dann nur: *faire hon-  
neur à sa signature*, weiter gar nichts.

Wenn Herr Portier Mayer in einem Extra-Zirku-  
lare dann noch einzelne Hoteliers von *frankierte* An-  
gaben der in ihrem Umkreise befindlichen Hotels  
oder Badeetablissements ersucht, so finden wir das  
begreiflich, denn irgendwo muss er doch die Adressen  
her bekommen; dass er aber befähigt, man möge die  
Hotels dem *Range nach* und nur diejenigen I. und  
II. Ranges aufführen, will uns schon weniger einleuch-  
ten, da er unterlässt Aufklärung darüber zu geben,  
wo ein Hotel aufhört II. Ranges zu sein und an-  
fängt I. Ranges zu werden. Es dürfte sich daher  
empfehlen, das zweite Zirkular des Herrn Mayer un-  
beantwortet zu lassen; einziges Mittel eventuellen  
Unannehmlichkeiten vorzubeugen.

Zweien Herren zu dienen, das glaubt Herr Mayer  
fertig zu bringen, nämlich dem Frankfurterhof als  
Portier und dem Adressbuch als Verleger; eines wird  
aber doch darunter leiden müssen, ergo, würden wir  
an Stelle des Prinzipals ungefähr wie folgt sprechen:  
„Mein lieber Herr Mayer, wenn Sie unter die Ver-  
leger gehen wollen, gut, ich habe nichts dagegen,  
dann aber „verlegen“ Sie sich gefälligst ganz darauf.“  
Und die Moral von der Geschicht: „Schuster bleib  
bei deinem Leis!“

**Internationales Bäder-Auskunfts-Bureau  
zu Berlin.** Der gedruckte Eigenbericht über die  
Thätigkeit dieses Bureaus während der Saison 1893  
lautet selbstverständlich sehr günstig und darf ohne  
Uebertreibung der grösste Teil des Erfolges der dies-  
jährigen Saison, wenn überhaupt von einem Erfolge  
die Rede sein kann, diesem Bureau zugeschrieben  
werden, nur verlange man keine Beweise für diese  
Behauptung, denn die könnten weder wir, noch das  
betr. Bureau liefern, aber der Jahresbericht drückt  
sich annähernd so aus.

In diesem Auskunfts-bureau werden nämlich —  
immer laut Jahresbericht — *die Auskünfte im Inter-  
esse der Bäder gratis verteilt*, dagegen muss für das  
„Aufbewahren“ von Prospekten, Photographien etc.  
der betr. Bade-Etablissement bezahlt werden: früher  
40 Mark, jetzt nur noch 25 Mark per Saison; über-  
dies erwirbt man mit dieser Summe das Recht für  
ein dreizeiliges Inserat in der Beilage der Karl Riesel-  
schen Verkehrs- und Reise-Zeitung; allein schon den  
obgenannten Betrag wert. Auch werden selbstver-  
fasste Lobhudeleien über musterhafte Führung des  
Hotels Soundso im Texte des benannten Blattes  
gratis aufgenommen. Der Jahresbericht drückt sich  
zwar nicht genau so aus, aber zwischen den Zeilen  
stehts so. Und das alles für nur 25 Mark, d. h. um-  
sonst. Wer wollte da nicht mitmachen?

Und nun zum Bescheidensten der Bescheidenen:

**Guide Alberty, 12, Avenue Kléber, Paris.**

„Albertys Guide ist der einzige in seiner Art  
(hoffentlich! Red.), und einzig anerkannt von den  
internationalen Bahn- und Dampfschiff-Kompagnien.  
Albertys Guide ist das Mundstück aller derjenigen,  
die mit der reisenden Welt in Verbindung treten  
wollen. Albertys Guide ist der einzige schon 5 Jahre  
existierende Reisebegleiter. Albertys Guide wird in  
die ganze Welt verschickt — gegen Einsendung  
von Fr. 2.50. Albertys Guide ist das einzige speziell  
von der London-Chatam und Dover-Bahn-Kompagnie  
vratronisierte Reisebuch. Albertys Guide enthält ein-  
zig richtige Angaben über die Chicagoer Weltaus-  
stellung. Albertys Guide sollte einzig in keinen first  
class Hotel in Europa fehlen. Albertys Guide ist  
einzig in den Restaurants des Eiffelthurms zu finden.“

Albertys Guide ist das einzig praktische Reisebuch  
enthaltend richtige Angaben über Fremdenstationen,  
Bergtouren, Bäder, Hotels etc. etc. Albertys Guide  
ist der einzige, der in Bezug auf Annoncen eine  
immerwährende Dauer derselben garantieren kann,  
infolge seiner Ausstattung und seines Inhalts.“

So, nun wissen wir, was „Albertys Guide“ ist,  
wir wissen aber auch, aus dem Inhalte des Pro-  
spektes, den wir soeben in kurzen Zügen herunter-  
geleiert haben, dass Albertys Guide zu denjenigen  
gehört, die glauben, ein Bischen Sand in die Augen  
und das Werk ist vollbracht. Interessant und cha-  
rakterisierend ist ein Schreiben, welches der Verleger  
des Guide Alberty gleichzeitig mit der Einsendung  
des Prospektes einem Hotel ersten Ranges der  
deutschen Schweiz zugehen lässt. Es heisst darin u. A.:

„Wir offerieren Ihnen 2 Seiten in unserem Guide  
Alberty zu folgenden drei Bedingungen, unter welchen  
wir Ihnen die Wahl lassen:

1. 500 Fr. baar.
2. 1000 Fr. baar und 500 Exemplare des Guide,  
enthaltend Ihre Annonce.
3. Achtägigen Aufenthalt für drei Personen in  
Ihrem Hotel, während den Monaten Mai, Juni  
oder Juli 1894. Zwei Frontzimmer mit Salon,  
Essen, Wein, Kaffee, Beleuchtung, Bedienung,  
überhaupt alles inbegriffen.“ (Und nichts mit  
auf den Weg? Red.)

„Bedauere sehr von Ihrer *gütigen* Offerte nicht  
*profitieren* zu können,“ so soll die Antwort des betr.  
Hoteliers an den bescheidenen Verleger gelautet  
haben.

Ihr „Führer“ hat Sie diesmal irregeführt, Herr  
Alberty oder wie Sie heissen mögen.

## An die HH. Vereinsmitglieder.

Behufs Anlegung einer für die Zöglinge der fach-  
lichen Fortbildungsschule in Ouchy, deren Eröffnung  
bekanntlich am 16. ds. Mts. stattgefunden hat, be-  
stimmten Fachbibliothek, veranstalten wir hiermit eine  
öffentliche Sammlung und stellen daher an alle Vereins-  
mitglieder, welche über fachwissenschaftliche Werke  
verfügen, sei es, dass sie dieselben in mehreren  
Exemplaren besitzen, oder sie sonst leicht entbehren  
können, das höfliche Gesuch um gütige Ueberlassung  
derselben als Schenkung zu Gunsten der Fachschule.

Wohl ein Jeder ist im Falle, sich an diesem Unter-  
stützungswerke beteiligen zu können, denn wer hätte  
nicht von früheren Jahren her noch Erzeugnisse der  
so zahlreichen Fachliteratur irgendwo in einer ver-  
borgenen Truhe aufbewahrt, oder wer hat sich nicht  
in diesem aufklärenden Zeitalter jeweiligen bei Er-  
scheinen eines in das Fach einschlagenden Werkes  
belehrenden Inhalts in den Besitz desselben gesetzt?  
Ein Werk, das er, gelesen oder ungelesen, nach-  
träglich der Vergessenheit überliefert hat?

Man scheue daher die Mühe nicht, in der eigenen  
Bibliothek eine kleine Musterung vorzunehmen und,  
einem guten Gedanken folgend, passende Bücher dem  
Bildungs-Institute in Ouchy zu opfern. Ja, man  
schrecke selbst vor einem Besuche der sogenannten  
Rumpelkammer oder — vor demjenigen einer modernen  
Buchhandlung nicht zurück, denn noch manches lesens-  
werte Produkt lehrreicher Fachliteratur, vielleicht  
auch Gebirgs- und Eisenbahnkarten etc. werden dabei  
entdeckt werden und in der Fachschule ihre dank-  
baren Leser und Betrachter finden.

Wir bitten allfällige diesbezügliche Schenkungen  
an die **Redaktion der „Hôtel-Revue“** gelangen  
zu lassen, welche die Vermittlung besorgen und je-  
weilen im Blatt den Empfang mit Nennung des  
Spenders bestätigen wird.

Hochachtend

Die Redaktion.