

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 3 (1894)
Heft: 14

Artikel: Die "Münchner Neuesten Nachrichten" und die "Hôtel-Revue"
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-521962>

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: 02.04.2025

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

Abonnements:

Schweiz:
Fr. 5.— jährlich.
Fr. 5.— halbjährlich.
Ausland:
Unter Kreuzband
Fr. 7.50 (6 Mark) jährlich.
Deutschland,
Österreich und Italien:
Bei der Post abonnirt:
Fr. 8.— (Mk. 4.—) jährlich.
Vereinsmitglieder
erhalten das Blatt gratis

Inserate:

20 Cts per 10paltige Petit-
soile oder deren Raum.
Bei Wiederholungen
entsprechenden Rabatt.
Vereinsmitglieder
besuchen die Hütte.

Abonnements:

Für die Suisse:
Fr. 5.— par an.
Fr. 5.— pour 6 mois.
Für l'Étranger:
Envoi sous bande:
Fr. 7.50 par an.
Für l'Allemagne,
l'Autriche et l'Italie.
Abonnement postal:
Fr. 8.— par an.
Les sociétaires reçoivent
l'organe gratuitement.

Annoces:

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

Hôtel-Revue

3. Jahrgang 3^{me} ANNEE

Organ und Eigentum

Organe et Propriété

des
Schweizer Hotelier-Vereins.

de la
Société Suisse des Hôteliars.

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

TÉLÉPHONE No. 1573.

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

Fachliche Fortbildungsschule

des
Schweizer Hotelier-Vereins
in
Ouchy-Lausanne.

Die Prüfung der Zöglinge obiger Schule
findet statt:

Freitag den 13. April, Morgens 10 Uhr
im Hotel d'Angleterre, Ouchy

und werden Eltern und Vormünder, sowie
die Herren Kollegen zur Teilnahme an dieser
Feier freundlichst eingeladen.

Ouchy-Lausanne, den 5. April 1894.

Namens des Aufsichtsrates:

Der Präsident:

J. Tschumi.

Ecole Professionnelle

de la
Société Suisse des Hôteliars
à
Ouchy-Lausanne.

L'examen de l'Ecole professionnelle aura
lieu

Vendredi le 13 Avril à 10 heures du matin
à l'Hôtel d'Angleterre à Ouchy.

Les parents des élèves et MM. les Col-
lègues sont cordialement invités à prendre
part à cette solennité.

Ouchy-Lausanne, le 5 Avril 1894.

Au nom du Conseil de surveillance:

Le Président:

J. Tschumi.

Die „Münchener Neuesten Nachrichten“ und Die „Hôtel-Revue“.

In den Haaren liegen sich Beide
Und weinen vor Schmerzen und Freude.

Das ist doch selbstverständlich, dass auf unsere
gepflegte Epistel gegen die „Münchener Neuesten
Nachrichten“ von diesen ein notgedrungenen Schmer-
zensschrei folgen musste und zwar hat sich dieser
nicht nur etwa im Blatte selbst kund, sondern auch
auf dem Circularwege, wobei die „Münchenerin“ hübsch
fein in das Märtyrermantelchen schlüpfte und dann —
loslegte. Die Kosten hat sie nicht gescheut; alle Hotels,
Buchhandlungen, Verkehrsbureaux, die Gemeindevor-
stände der Schweiz und wer sonst alles noch, haben
den Notschrei der „Münchenerin“ vernommen. Am
schlimmsten kamen dabei die Leser der „M. N. N.“
selbst weg, denn denselben wurde das „größte“ Ge-
schütz aufgetischt. Wir begreifen allerdings, dass
die „M. N. N.“ sich darob verwundern mussten,
dass wir uns erdreisteten, gegen sie zu Felde zu
ziehen, ohne sie je gelesen zu haben, wenn wir aber
erklären, dass uns die aggressive Stellungnahme der
„M. N. N.“ gegen die Schweiz von einer Seite skizziert
wurde, von welcher alles, was von dort kommt, für

uns Befehl ist, dann erscheint unser Vorgehen in
einem ganz anderen Lichte. Item, wir wollten doch
diesen Vorwurf von uns abwälzen und liessen uns
nachträglich unter die Abonnenten der „M. N. N.“
einreihen und zwar auf eine gewisse Spanne Zeit
zurück. Wer nun aber glaubt, dass, nachdem wir
nun auf drei Monate zurück die „Münchenerin“ durch-
gelesen haben, wir besondere Veranlassung gefunden
hätten, unsere Anschuldigungen bussfertig zurück-
zuziehen, der irrt sich. Wohl müssen wir einge-
stehen, dass das Anfangs Februar in den „M. N. N.“
erschienene „Feuilleton“, welches sich speziell gegen
die Schweiz und ihre Hotels richtete und die in der
„Neuen Zürcher Zeitung“ erschienene Replik: „Ein
bayrisches Urteil über die Gasthöfe der Schweiz“
provokierte, entschieden nicht so ernst zu nehmen
war, als es von dem der Schweiz so wohlwollend
gesinnten bayrischen Korrespondenten der „Neuen
Zürcher-Zeitung“ der Fall gewesen. Warum? Weil
das Feuilleton in Form einer „Plauderei“ abgefasst
war und zudem sehr viel enthielt, was wir uns nicht
scheuen würden, in unserem eigenen Blatte als wahr
und beherzigenswert zu wiederholen. Dagegen wird
unsere gehegte Vermutung, dass die „M. N. N.“ jede
ihre sich bietende Gelegenheit benützen, um der Schweiz
„eins anzuhängen“ durch den soeben erwähnten Um-
stand nur sehr wenig entkräftet, denn wir sind beim
Durchlesen eines Vierteljahrganges der „M. N. N.“
des Oefteren auf Artikel gestossen, die den der
„Münchenerin“ gemachten Vorwurf der Animosität
gegenüber der Schweiz rechtfertigen. Wir zitieren
die Nummern vom 12. und 17. Januar, 6., 11. und 17.
Februar, 10. März und 5. April dieses Jahres. Diese
Nummern enthalten Artikel aus der Feder eines in
Bern domizilierten Korrespondenten, dem zwar das
Schweizer Brod nicht übel zu schmecken scheint, der
aber doch glaubt, seine Korrespondenzen über die
Schweiz jeweilen mit einigen Hieben auf dieselbe
spicken zu müssen. Thut er es nicht, dann ersetzt
eine „Anmerkung der Redaktion“ das Fehlende. In-
soweit war also der an die „Münchenerin“ adressierte
Vorwurf nicht unverdient.

Und nun noch zu den Auslassungen der „Münch-
nerin“ in ihrer Nr. vom 21. März und im Circular
vom 20. März. „Die „Hôtel-Revue“ habe mit ihren
Vorwürfen den Gipfel der Alberheit erklommen“,
meint die „Münchenerin“; wenn dem wirklich so wäre,
so müssten wir immerhin in der Alberheit noch
höher steigen, um der Collegin auf demjenigen Stand-
punkt zu begegnen, auf den sie sich stellt, wenn sie
sagt, in der Schweiz existiere eine Partei Querköpfe,
(sehr fein ausgedrückt) die sich steif und fest ein-
bilde, französisch denken und fühlen zu müssen.

Die echten Schweizer, und zu diesen hat Schreiber
dieses die Ehre zu gehören, haben ihre Gefühle
und Gedanken noch nicht denjenigen anderer Natio-
nen auszupassen sich bewegen gefühlt. Die schweize-
rische Bevölkerung hat im Laufe der Zeiten zur
Genüge und mehr wie andere Nationen bewiesen,
dass sie mit ihren Gedanken und Gefühlen auf eigenen
Füssen steht. — Ganz eigentümlich hat es der
„Münchenerin“ in die Nase gerochen, dass wir be-
haupteten, sie sei anno 1870 auf Staatskosten gegründet
worden zum Zwecke der Germanisierung der bayri-
schen Bevölkerung. Demgegenüber hält sie hoch,
dass sie bereits seit 1848 bestehe. Das wird wohl
so sein, aber das hindert ja nicht, dass unsere Be-
hauptung zu 4/5 doch wahr ist; von 1848 bis 1870 fristete
sie ihr Dasein als Lokblattchen und nach dem
deutsch-französischen Kriege wurde sie subventionirtes
Reichsorgan. Dass man Deutsche germanisieren
könne, will der „Münchenerin“ nicht in den Kopf;
wir begreifen dies und sprechen uns daher etwas
deutlicher aus. Die „Münchenerin“ erklärt nämlich
die Bayern als die „deutlichsten Deutschen.“ Ein
echter Bayer würde hierauf ungefähr antworten:

Der langen Rede kurzer Sinn
Ist, dass ich wohl Deutscher, jedoch kein Preusse bin.

Reklame.

„Der Schwarzwald.“

Einen Schwarzwald haben wir zwar in der Schweiz
nicht, aber schwarz kann es einem deshalb doch
werden vor den Augen, wenn man sich die Mühe nimmt,
die Insertionsladung durchzulesen, mit welcher
das in Freiburg i. B. erscheinende Saisonblatt „Der
Schwarzwald“, unsere Hoteliers beglückt. „Der
Schwarzwald“ ist eine „Illustrierte Zeitschrift zur För-
derung der höchstgelegenen Privatinteressen“, pardon,
der Verleger sagt: „zur Förderung des Fremdenver-
kehrs“ und der muss es doch wissen. Wenn er
dann noch hinzufügt, dass er im Falle die den Hote-
liers eine ganz ausnahmsweis hervorrangende Gelegen-
heit zu bieten, um bei geringen Ausgaben in diesem
Jahre einen ganz besonders regen Fremdenverkehr
und guten Besuch zu erreichen durch Insertionen im
„Schwarzwald“, so ist das weiter nichts, als die
stereotype Phrase, mit welcher alle mehr oder we-
niger berühmten Verleger ihr Boniment anfangen,
also in dieser Beziehung vorläufig noch nichts Neues
unter der Sonne. Auch die Bezeichnungen: „ausser-
ordentlich wirkungsvoll und Erfolg garantierend“, die
der Prospekt enthält, gehören bereits unter das alte
Eisen und haben keinen „Zug“ mehr. Hingegen sind
diejenigen, deren Eitelkeit man mit dem Versprechen
einer vollständig kostenfreien Empfehlung im redak-
tionellen Teile des Blattes kitzelt und die dann gerne
mit beiden Händen zugreifen, noch nicht ausgestorben;
das scheint der Verleger des „Schwarzwald“ auch
zu wissen, denn nach dieser Richtung hin ist er sehr
freigebig. Eine wirkungsvolle, packende und wenn
gewünscht, sogar illustrierte Empfehlung im redaktio-
nellen Teile sichert er zu und wir glauben, auf Ver-
langen würde er einem auch das Recht einräumen,
die lobhudelnde Biographie selbst schreiben zu dürfen,
denn die Redaktion kann doch unmöglich die vor-
züglichen Leistungen des betr. Hotels und die über
alles Lob erhabenen Eigenschaften des Besitzers kennen.

Des fernern verspricht der Prospekt des „Schwarzwald“,
dass bei der Empfehlung im Inseratenteil be-
ständig auf die betr. Nummer mit der redaktionellen
Empfehlung hingewiesen werde. Gegen diese Zu-
mittlung möchten wir protestieren, denn was einmal
im Papierkorb liegt, soll man darin liegen lassen.

Noch selten hat uns ein Annoncen-Circular so gut
gefallen, wie dasjenige des „Schwarzwald“; wenn
alle so übertrieben, plump und naiv abgefasst wären,
wie dieses, dann, sollte man meinen, bräuchten wir
überhaupt vor nichts mehr zu warnen, dem ist aber
nicht so, es gibt nämlich Wirte, die sind so — leicht-
gläubig und bequem, dass sie selbst die plumpeste
Anzapfung nicht fühlen, verstehen oder merken wollen.
Natürlich bist Du werter Leser nicht gemeint, denn
Du gehörst ja nicht zu den Bequemem, sonst hättest Du
diesen Artikel nicht bis hierher gelesen. In dem Zirkular
heisst es: „Wenn sie den „Schwarzwald“ zu Ihrer Em-
pfehlung benützen, können Sie das Inserieren in allen
andern süddeutschen Zeitschriften vollständig sparen,
denn der „Schwarzwald“ hat eine enorme Verbreitung,
der „Schwarzwald“ ist überall, seine Leserschaft ist un-
berechenbar und zählt nach Hunderttausenden.“ Un-
berechenbar kommt uns auch das „Toupet“ vor, mit
welcher der Verleger des „Schwarzwald“ auftritt.
Nein, Herr Verleger, so verstockt sind denn die
Schweizer Hoteliers doch nicht, dass sie Ihre An-
preisung für bare Münze nehmen, am allerwenigsten
Ihre Angaben über Ausstattung und Inhalt des
„Schwarzwald“. Hiernach suchen Sie die Leser Ihres
Circulars zu dem Glauben zu bringen, als handele es
sich um ein Werk, vor welchem selbst die „Leipziger