

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 4 (1895)
Heft: 21

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: 14.03.2025

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

Abonnement:

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

Inserate:

20 Cts. per 1spaltige Petit-
zeile oder deren Raum.
Bei Wiederholungen
entsprechenden Rabatt.
Vereinsmitglieder
bezahlen die Hälfte.

Abonnements:

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

Annonces:

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

4. Jahrgang 4^{me} ANNEE

Organ und Eigentum

Organe et Propriété

des

de la

Schweizer Hotelier-Vereins.

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, Bâle.
Adresse télégraphique: „Hôtelrevue Bâle.“

Altes und Neues.

Wir dürfen wohl heute unsere Leser zur Abwechslung wieder einmal auf jenes bekannte Terrain führen, auf welchem trotz zeitweiliger Säuberung das Unkraut nur um so üppiger weiter wuchert; wir meinen das Gebiet der Reklame. In Zeit von einigen Wochen hat sich unsere Mappe mit Prospekten, Circularen, Protektionsbriefen seitens dieser vom freien Eingriff in die Hotelkassen „Verstossenen“ so angefüllt, dass wir notgedrungen wieder eine Blumenlese vornehmen müssen.

Da haben wir in erster Linie unsern alten Bekannten der *Mausen King* in Boston mit seinem „Where to stop“. So sehr wir früher schon seine Ausdauer im Versenden von Insertionseinladungen priesen, ebenso sehr müssen wir seine Hartnäckigkeit im Lancieren von Zahlungsaufforderungen bewundern. Geschichte dies Hotels gegenüber, von denen er Kraft eines Auftrages ein Forderungsrecht besitzt, so würden wir sein Vorgehen billigen, denn ein jeder sucht eben sein Guthaben einzubringen; nun aber mehrere vor uns liegende Briefe von Hoteliers beweisen, dass ihre Etablissements seit Jahren in Moses Kings Buch stehen, ohne je einen Auftrag erteilt zu haben, dafür aber gleichwohl jedes Jahr mit Zahlungsaufforderungen harrangiert werden, da geizt es sich wohl, dass man diese Art des Geldverdienens etwas tiefer hängt. Wir gehen wohl nicht fehl, wenn wir annehmen, dass die Grosszahl der in „Where to stop“ enthaltenen Schweizerhotels fingierte Aufnahmen sind, von denen die bessern als Köder dienen, zwar möglicherweise nicht immer ohne ihr Wissen oder gegen ihren Willen. Auch ist der Fall möglich, dass ein ganz schlau sein wollender denkt, halt! dieses Buch ist in Acht und Bann erklärt worden, da wird jeder sorglich die Finger davon lassen, jetzt soll mein Haus erst recht hinein, dann glänzt es doch irgendwo so ganz allein, hurrah! So der vermeintlich ganz Geschiedte. —

Nun kommt der „Hotelführer durch die Schweiz“, Supplement zu *Bädeker, Berlepsch, Tschudi* und allen andern Reiseführern; herausgegeben von einem Herrn Froben, Berlin. Seinen Namen auf das Buch zu setzen, scheint er sich doch zu genieren, denn nirgends ist er in demselben zu finden. Weder „Bädeker“, noch „Berlepsch“, noch „Tschudi“ kennen dieses ihnen gewidmete Supplement und sowohl „Bädeker“ wie „Tschudi“ haben sich schon veranlasst gesehen, gegen diese unterschobene „Verwandschaft“ öffentlich Verwahrung einzulegen; das ist doch gewiss bezeichnend genug für den Wert des Froben'schen Wisches. Er ist zwar bescheiden in seinen Forderungen, 5 Fränklein für eine „Empfehlung“, das läppert sich dann so zusammen, am Ende des Jahres findet er doch seine Rechnung und — mehr braucht es nicht. Uebers Jahr zählt er die Stückzahl seiner „Führer“ und sieht . . . es fehlen nur so viel Exemplare, als er Belege bedürfte für seine zahlenden Anhänger. Der Rest der Auflage wird mit neuen Umschlägen und der neuen Jahrszahl versehen und damit ist dann auch die neue und bedeutend vermehrte Auflage fertig. Wir waren zwar noch nicht Augenzeuge einer solchen Manipulation, aber da und dort wirds doch so gemacht. —

Vom 1. Mai bis Ende Oktober findet bekanntlich in Amsterdam eine das Hotelwesen und den Reiseverkehr betreffende Ausstellung statt; nun wäre es doch gewiss höchlichst zu verwundern, wenn bei dieser äusserst günstigen Gelegenheit sich nicht irgend ein findiger Kopf fände, dieselbe zu seinem Profit auszubenten. Es ist ja so einfach: Eine Wand, je grösser und höher, je lieber, dieselbe wird dann in ungefährer Quadratmeter eingeteilt und solch ein Plätzchen zum Aufhängen eines Hotelplakates oder Tableaux an die Liebhaber verkauft. Richtig hat nun

ein Herr Masdorp den heroischen Entschluss gefasst, sich für die Interessen der Herren Hoteliers zu opfern und sich dieses „mühevollen“ Amtes zu unterziehen. 50 Fr. per Quadratmeter rechnet Herr Masdorp und da man ja etwas Gutes nicht „tiefer hängen“ soll, so wird Herr Masdorp wohl die Freundlichkeit haben, diese Tableaux so hoch wie möglich zu hängen, der Ausstellungsbesucher wird ja immerhin noch sehen, dass es eine Art Tableaux sind, auf denen wahrscheinlich etwas zu lesen steht. —

In Zürich existiert ein Erziehungsinstitut, dessen Vorsteherinnen und Schülerinnen sich in den Dienst der Reklame stellen.

Das vor uns liegende, an ein Hotel eines der ersten Kurorte Graubündens gerichtete Handschreiben sagt u. a.:

„Wir beehren uns, Ihnen mitzuteilen, dass wir für Ihren Platz eine hübsche Reklame ausarbeiten werden, nämlich eine Brochure, nicht ein blosses Handbuch. Wir bearbeiten vielmehr den ganzen Platz in einer hübschen Novelle, wo sich dann in dem „mitwirkenden“ (zahlenden! die Red.) Hotel Szenen abspielen, die dem Leser in freundlicher Erinnerung bleiben werden.“

„Bei einem Beitrage von 65 Fr. erhalten Sie sechs Freiexemplare und ist die Hälfte zum Voraus und der Rest beim Erscheinen zu entrichten. An unserm Werkchen arbeiten die Schülerinnen (!) unserer Handelsschule und wird der Vertrieb direkt an ein für Ihren Platz bestimmtes Publikum abgegeben.“

Die Vorsteherinnen.

Weil es Vertreterinnen des „bessern“ Geschlechts betrifft, so wollen wir die Namen der Briefschreiberinnen verschweigen und uns möglichst reserviert über das geplante „Werk“ aussprechen: Wir wünschen von Herzen, dass es dem Erziehungsinstitut gelingen möge, den gesuchten „Wohlthäter“ zu finden, wenn aber die Schülerinnen in demselben Style „schriftstellern“, wie er aus dem von den Vorsteherinnen nach D. . . gerichteten Schreiben ersichtlich ist, dann möchten wir den beiden Damen den wohlgemeinten Rat erteilen, aus dem erhaltenen Gelde für ihre Schülerinnen Küchenschürzen und Kochlöffel anzuschaffen. —

Der „Kaiserhof-Führer“, Berlin, resp. dessen Verleger, Herr Max Pasch, hat sich die von uns und von der „Wochenschrift“ und daraufhin auch vom „Kaiserhof“ selbst erhaltene Lektion insofern zu Herzen genommen, als er in seinen Zirkularen nicht mehr angibt, es stehe die Direktion des „Kaiserhof“ an der Spitze des Unternehmens, gleichwohl aber fährt Herr Pasch fort, seinen „Führer“, der nur für diejenigen Reisenden bestimmt sein soll, die in Hotels ähnlich wie der „Kaiserhof“ verkehren, auch an solche Etablissements zur Insertion zu empfehlen, die weit davon entfernt sind, auf die Gäste des „Kaiserhof“ Anspruch machen zu können.

„Wohin?“ Praktischer Ratgeber für alle Reisestigen. Unsere Leser erinnern sich vielleicht noch, dass wir in der Nummer vom 16. März ein Reklame-Projekt unter die Lupe nahmen, welches unter dem Titel *Wohin?* in Adolf Mahn's Verlag in Leipzig erschienen und von der Schriftstellerin Anny Wothe verfasst wurde. In seinen Annoncencircularen hielt er an unsere Schweizer Hotels folgende Ansprache:

Die Besprechungen in unserem Reisehandbuch sollen kostenlos erfolgen, doch müssen wir die Aufnahme von einer gleichzeitigen Insertion in dem Buche abhängig machen. Die Insertionspreise sind sehr billig gestellt: 1/4 Seite kostet 100 Mk., 1/2 Seite 60 Mk., 1/4 Seite 35 Mk. und 1/4 Seite 20 Mk. Bei Aufgabe eines Inserates von 1/4 Seite erfolgt eine Empfehlung im Allgemeinen, bei Aufgabe von 1/2 Seite ein klarer, selbständiger, empfehlender Artikel über Ihr Hotel, bei Aufgabe eines Inserates für 1/2 oder 1/4 Seite ein ausführlicher, eingehend geschriebener selbständiger Artikel über Ihr Hotel mit allen erwünschten Einzelheiten.“

In andern Worten lautete die Antwort ungefähr so: „Wenn Ihr viel bezahlt und Euch zahlreich beteiligt, dann mache ich aus Eurer Schweiz ein Paradies; sind es nur Euer wenige, die mitmachen, nun, dann ist die Schweiz eben ein Ländchen, wie jedes andere auch; verhaltet Ihr Euch aber ganz passiv und bezahlt gar nichts, dann — dann gibt es überhaupt keine Schweiz.“

Und beinahe wäre das Schreckliche geschehen. Herr Mahn und Fräulein Wothe haben nämlich mit eiserner Konsequenz an diesem Prinzip festgehalten. „Wohin?“ ist nun erschienen, das äussere Kleid ist ganz hübsch, zwar nicht zu hübsch für die 2 Mark, die das Buch kostet, aber wie schon gesagt, beinahe wäre etwas ganz Unerhörtes passiert, wenn nicht ein Retter in der Not sich gezeigt hätte, in der Gestalt eines biedern Schweizlers im Glarnerländchen, der sich zu einer Annonce von 100 Mark verstiegen und dadurch bewirkt hat, dass die Schweiz im „Wohin“ wenigstens erwähnt ist, denn ohne die 100 Mark wäre es um dieselbe geschehen gewesen. Arme Schweiz!

So aber heisst es auf Seite 20 des „Wohin“ unter dem Kriegsrufer „Auf in die Schweiz“, dass es nicht genüge, die sächsischen, märkische oder fränkische Schweiz gesehen zu haben, man müsse auch die schweizerische Schweiz sehen und zwar hauptsächlich die Ostschweiz, es gebe dort eine Reihe „stiller“ Orte, und es sei namentlich ein Fleckchen Erde, wo es jedem gefallen müsse. (Natürlich das Plätzchen, wo die 100 Mark herkommen.)

Fräulein Wothe, das haben Sie schön gesagt, es ist wirklich ein reizendes Fleckchen Erde, von dem Sie sprechen, noch schöner, als Sie es beschreiben; für 100 Mark hätten Sie wohl noch einige Zeilen zugeben können. Vielleicht kommen Sie bald einmal in jene Gegend. —

Anschliessend hieran möchten wir an gewisse Mitglieder eine Mahnung erlassen. Wir haben nämlich durch die Einführung unserer „Vertraulichen Mitteilungen“ in Bezug auf gewisse Reklame-Objekte einen Weg betreten, den wir nur dann weiter verfolgen können und werden, wenn wir sicher sind, auf die unumgänglich notwendige Discretion aller Mitglieder zählen zu können. Wahrnehmungen verschiedener Art aber lassen in uns die Gewissheit aufkommen, dass es mit der Discretion nicht allorts genau genug genommen wird und unsere vertraulichen Mitteilungen als Gemeingut betrachtet und behandelt werden. Um weitem Indiskretionen möglichst vorzubeugen, würde uns künftighin nichts anderes übrig bleiben, als beim Versand von weitem vertraulichen Mitteilungen gewisse Mitglieder (es sind uns Namen bekannt) unberücksichtigt zu lassen, doch wollen wir hoffen, es genüge an dieser Mahnung.

Rundschau.

Ein originelles Projekt ist dem Komitee für die Berliner Gewerbe-Ausstellung 1896 vorgelegt worden. Es handelt sich um ein sogen. „Restaurations-Karussell“, eine im grossen Stile gedachte Halle, deren Fussboden in drei Terrassen von kreisrunder Form geteilt ist. Diese Terrassen sind drehbar um den Mittelpunkt der Halle, welche Restaurationszwecken dienen soll. Ihre Drehgeschwindigkeit ist eine so minimale, dass ein ungehinderter Verkehr der Gäste stattfinden kann. Da sich die Terrassen in entgegengesetzter Richtung bewegen, so hat jeder Gast in etwa zwei Minuten einen andern Nachbarbartisch. Verabredet man ein Rendez-vous auf der Wandelterrasse, setzt sich an irgend einen Tisch, so hat man in etwa einer halben Stunde sämtliche Gäste Revue passieren lassen.