

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 5 (1896)
Heft: 3

Artikel: Tous les moyens sont bons
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-521588>

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: 13.03.2025

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

Abonnement:

Schweiz:
Fr. 5.— jährlich.
Fr. 2.— halbjährlich.
Austral:
Unter Kreuzband
Fr. 7.50 (9 Mark) jährlich.
Deutschland,
Oesterreich und Italien:
Bei der Post abonniert:
Fr. 6.— (Ök. 4.—) jährlich.
Vereinsmitglieder
erhalten das Blatt gratis

Inserate:

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

Abonnements:

Pour la Suisse:
Fr. 5.— par an.
Fr. 2.— pour 6 mois.
Pour l'Étranger:
Envol sous bande:
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.

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

6. Jahrgang

5^{me} ANNÉE

Organ und Eigentum
des

Organe et Propriété
de la

Schweizer Hotelier-Vereins.

Société Suisse des Hôteliars.

Redaktion und Expedition: Sternengasse No. 21, Basel.
Telegramm-Adresse: „Hôtelrevue Basel.“

TÉLÉPHONE No. 1573.

Rédaction et Expédition: Rue des Etoiles No. 21, Bâle.
Adresse télégraphique: „Hôtelrevue Bâle.“

Offizielle
Nachrichten.

Nouvelles
officielles.

An die Tit. Vereinsmitglieder!

Das Mitgliederverzeichnis wird am 21. ds. Mts. abgeschlossen und zum definitiven Druck gegeben. Später einlangende Anzeigen über vorzunehmende Änderungen könnten also nicht mehr berücksichtigt werden.

Lucerne, den 16. Januar 1896.

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

Avis aux Sociétaires.

La liste des membres sera définitivement close et livrée à l'impression le 21 courant; passé ce terme, il ne pourra donc plus être tenu compte d'aucune demande de changement ou de rectification.

Lucerne, le 16^e Janvier 1896.

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

Tous les moyens sont bons,

pourvu qu'ils rapportent de la „braise“. Dans cet ordre d'idées, il faut signaler le procédé original qu'a inventé un sieur Millie à Nice, éditeur d'un journal illustré qui a nom „La Plage Méditerranéenne“. Sa devise est assurément „d'une pierre trois coups“. Dans sa circulaire en quête d'annonces figurent le cliché et le texte d'un hôtel de la Riviera ainsi qu'un avis au propriétaire portant que le prospectus sera répandu en Europe au chiffre de 5000 exemplaires et fera une grande réclame pour ledit établissement; en échange, l'honorable Millie ne demande à l'hôtelier pas autre chose que de pouvoir, lui et sa fille, loger dans son hôtel, à la condition que le prix par mois, pour nourriture et logement, n'excèdera pas deux cents francs. (Premier coup). Une seconde condition, c'est que sa fille ait la faculté de se faire entendre le soir devant les hôtes réunis dans le salon de musique et de leur donner, s'ils le désirent, des leçons de chant, de piano et d'italien; le prospectus ne dit pas si c'est en reconnaissance du prix de faveur pour logement et nourriture. Ce qui est mieux démontré, ce sont les prix de grand opéra, c'est-à-dire fr. 20 pour places réservées et fr. 10 aux premières, qui indiquent le programme que nous avons sous les yeux d'un concert donné par M^{lle}, Millie à l'hôtel... à Cannes. (Deuxième coup).

Le prospectus, qui doit être expédié à 5000 hôtels et dont l'hôtelier de la Riviera, homme hospitalier, amateur de chant et de piano, fera tous les frais, promet à chacun l'insertion gratuite d'un cliché de 10 cm sur 6 cm dans „La Plage Méditerranéenne“, à la condition de souscrire à cinq cents exemplaires du numéro le reproduisant, à 25 cts. l'exemplaire, donc la bagatelle de fr. 125. (Troisième coup). L'éditeur a encore la gracieuseté de permettre à chaque souscripteur de faire de ses 500 exemplaires l'usage qui lui conviendra. Nous croyons qu'à Nice, tout comme en Suisse, on peut se procurer de la mauculature à meilleur compte.

Le meilleur journal pour la réclame d'hôtels est sans contredit l'„Italian Lakes and Swiss Gazette“ de Como, car l'éditeur annonce à l'univers en grosses

lettres, noir sur blanc, que sa feuille est lue par 350,000 personnes; nous ne souhaitons pas que l'éditeur ait à payer deux sous à tous ceux qui ne le croient pas sur parole.

Ce monsieur est toutefois infiniment plus modeste que la Direction de la „Carte internationale des hôtels“ à Vienne, la pépinière par excellence des entreprises de réclame; pour recommander sa carte, la Direction publie à grands coups de tam-tam que si 150 voyageurs par jour consultent la carte dans 1000 hôtels, cela fait pour 365 jours plus de 50,000,000 de voyageurs renseignés par elle. Le compte est juste; d'après le manuel de calcul de Sturm, cela ferait exactement 54,750,000, si — lisez bien — si on pouvait garantir que ce chiffre de 150 n'a pas au moins le zéro de trop.

Cependant la Direction même ne paraît pas avoir une confiance illimitée dans toute cette machine; c'est pourquoi elle s'applique à persuader aux incrédules qu'une annonce, publiée même dans le plus grand et le meilleur des journaux, reste localisée et qu'aucun journal du monde ne sera vu par un aussi grand nombre de personnes. — Nous le croyons sans peine: il n'existe en effet pas de journal possédant un chiffre de lecteurs aussi vertigineux.

Entreprises anglaises de voyages.

La „Nouvelle Gazette de Zurich“ du 14 septembre 1895 contenait une correspondance sur „The Polytechnic Cooperative and Educational Holiday Tours“, qui a fixé son siège en Suisse dans l'ancienne Pension Seebourg près Lucerne. Le correspondant, qui paraît bien informé, s'exprime comme suit au sujet de cette association:

„Pourquoi ce nom de „Polytechnic“? c'est pour moi et d'autres encore, une énigme, car la clientèle de cette entreprise se recrute de préférence parmi les membres du clergé, parmi le corps enseignant des deux sexes, parmi les employés de commerce, gouvernantes, fonctionnaires subalternes, petits rentiers et — ainsi que me l'a confié un Suisse revêtant depuis nombre d'années des fonctions publiques en Angleterre et duquel je tiens ces détails — parmi les Misses qui s'approchent tout doucement du „moyen-âge“ et considèrent un voyage en commun comme leur dernière chance d'éviter la coiffe de Ste-Catherine. Il semblerait qu'on a choisi simplement une appellation sonore et redondante pour donner à l'affaire un certain relief dont elle n'a d'ailleurs nul besoin. „The Polytechnic“ a été fondé par des hommes dévoués aux œuvres d'utilité publique et inspirés par la louable intention de faciliter à ces catégories de petites bourses un voyage sur le continent. A l'origine, l'entreprise, soutenue même par plusieurs lords, avait un but purement humanitaire, mais aujourd'hui cette „humanité“ a un peu passé au second plan et l'affaire tend à devenir une simple spéculation commerciale, ce qui n'empêche du reste qu'avec un billet „polytechnique“ en poche, on ne voyage réellement à bon marché. Sur la liste des voyages de 1895 figurent p. ex. les prix suivants: huit jours à Lucerne, 5 guinées, (1 guinée = frs. 26.25); quinze jours à Lucerne, 7 guinées; Brunig, Meiringen, Interlaken, Grindelwald, Berne (15 jours), 8¹/₂ guinées; Grimsel, St-Gothard, Andermatt, glacier du Rhône, Gemmi, Berne (15 jours), 8¹/₂ guinées; Zermatt, St-Gothard, Andermatt, glacier du Rhône, Gemmi, Berne (15 jours), 10 guinées; Genève, Martigny, Chillon, Zermatt, St-Gothard, glacier du Rhône, Gemmi, Berne (22 jours), 12¹/₂ guinées. Ces prix comprennent le transport par chemins de fer et bateaux à vapeur (3^e classe entre Londres et Douvres, 2^e classe sur les lignes du continent), plus le logement et la nourriture. De mai à septembre, il arrive chaque semaine à Lucerne un groupe de 150 personnes environ, auquel succède la semaine suivante une autre caravane.“

En examinant ces prix, on serait porté à croire qu'une certaine catégorie d'hôtels et pensions, qui „travaillaient“ avec ces sociétés, pouvaient le faire avec un léger profit, même en défalquant les frais de transport. C'était peut-être le cas, aussi longtemps que l'entreprise poursuivait un but humanitaire, mais du moment qu'elle a dégénéré en spéculation, comme le relate le correspondant et le confirme un certain nombre d'établissements, il ne saurait plus guère être question de profit pour les hôtels. Cet écrasement des prix atteint forcément en première ligne les hô-

teliers. Il nous revient de divers côtés que cette société, quelle que soit la durée du séjour, ne paie pas plus de frs. 5.50 par personne et par jour pour chambre et nourriture complète. Il est impossible qu'à ce taux personne y trouve son compte, sauf bien entendu, les entrepreneurs. Quant à savoir s'il est vrai, comme on nous l'assure, que ceux-ci comptent en shillings aux membres de ces sociétés, ce qui leur coûte en francs, c'est ce que nous ne pouvons garantir.

Il y a quatre ans, une société analogue, anglaise également, fit son entrée en Suisse avec un grand déploiement de pompes religieuses; personne ne s'avisait de voir dans ces conférences autre chose qu'un but d'édification. Les prix d'hôtels ne jouaient qu'un rôle secondaire. Bientôt cependant le vent tourna et le but essentiel, „commercial“ apparut. Au début, cette société payait des prix raisonnables, bien qu'elle n'acceptât que des chambres du 1^{er} ou du 2^e étage. Ces dernières années, elle a aussi commencé à peser sur les prix, de sorte que le profit pour ces hôteliers est pour ainsi dire nul. Il découle de ce qui précède que toute cette manigance n'est qu'une spéculation lancée avec raffinement sous le manteau de la religion.

Les pratiques de ces sociétés, qui n'ont rien de commun avec les principes des agences Cook et Gaze, nous apprennent que tous ceux qui mettent le petit doigt dans de pareils mécanismes, doivent s'attendre à y laisser tôt ou tard toute la main.

Une société de ce genre a vu le jour récemment à Londres sous la raison sociale Eff, Friend & Co.; cette association se croit appelée à organiser des voyages dans l'intérêt du mouvement des touristes; or cet intérêt se traduit par la question qu'elle adresse tout d'abord à l'hôtelier: quel rabais nous accordez-vous, si nous vous envoyons des voyageurs? L'hôtelier qui consent le plus fort rabais, les obtient, les voyageurs, mais le bénéfice tombe dans une autre poche.

Anregung an die tit. Besitzer von Hôtels, Pensionen und Kuranstalten.

(Eingesandt.)

Es ist dem Verband Schweizerischer Verkehrsvereine von Seiten einiger Freunde wohlthätiger Institutionen eine Anregung gemacht worden, welcher die vollste Berechtigung nicht versagt werden kann und die sich derselbe erlaubt, zu gütiger Würdigung vorzulegen.

Die verschiedenen Hôtels, Fremden-Pensionen und ähnliche Etablissements halten in der Regel eine Anzahl von illustrierten und belletristischen Zeitschriften, welche in ihren Lesezimmern eine Zeit lang aufliegen und dann meistens unbenutzt beiseite gelegt oder als Makulatur behandelt werden.

Würden diese Blätter regelmässig gesammelt werden, so könnten sie als unterhaltende Lectüre für die mannigfachen philanthropischen Anstalten, wie Krankenhäuser, Rettungs-Anstalten u. s. w. dienen und für deren Angehörige, denen es an Anregendem, belehrendem und zugleich angenehmem Lesestoffem gebrieh, eine höchst wohlthätige Verwendung finden.

Der Verband Schweizerischer Verkehrsvereine glaubt darum, die oben erwähnte Anregung auf's Wärmste unterstützen zu sollen und erlaubt sich, an die tit. Besitzer von Hôtels, Fremden-Pensionen etc. und sonstige Abonnenten von Zeitschriften genannter Gattung das höfliche und inständige Ansuchen zu stellen, dieselben möchten solche sammeln und, falls sie nicht anderweitige Verfügung darüber zu treffen haben, an wohlthätige Anstalten der Umgegend schenken- oder leihweise zu überlassen.

Eventuell ist der Vorort des Verbandes — zur Zeit der Verkehrsvereine für Bern und Umgebung —