

**Zeitschrift:** Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels  
**Herausgeber:** Schweizer Hotelier-Verein  
**Band:** 7 (1898)  
**Heft:** 48

**Artikel:** Les automates : correspondance  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-523347>

### **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>**

Erscheint am Samstag

Paraissant le Samedi

Abonnement: Für die Schweiz: 12 Monate Fr. 5.—, 6 Monate " 3.—, 3 Monate " 2.—

Für das Ausland: 12 Monate Fr. 7.50, 6 Monate " 4.50, 3 Monate " 3.—

Inserate: 20 Cts. per 1 spatige Petitzeile oder deren Raum.

Abonnements: Pour la Suisse: 12 mois Fr. 5.—, 6 mois " 3.—, 3 mois " 2.—

Pour l'Étranger: 12 mois Fr. 7.50, 6 mois " 4.50, 3 mois " 3.—

Announces: 20 Cts. pour la petite-ligne ou son espace.



Organ und Eigentum des Schweizer Hotelier-Vereins 7. Jahrgang | 7me Année Organe et Propriété de la Société suisse des Hoteliers

Redaktion und Expedition: Sternengasse No. 21, Basel \* TÉLÉPHONE 2406 \* Rédaction et Administration: Rue des Etoiles No. 21, Bâle.

Souhaits de Nouvelle-Année.

Il y a quelques années un certain nombre de nos sociétaires s'étaient délectés à se libérer de l'usage cérémonieux des félicitations du Jour de l'An...

Les noms des donateurs seront publiés dans l'«Hôtel-Revue» et ces derniers peuvent, grâce à leur subsides, se regarder comme exonérés de l'échange de cartes de félicitations à l'occasion du renouvellement de l'année.

Neujahrsgratulationen.

Vor einigen Jahren ist in unserem Mitgliederkreise ein Anfang gemacht worden, sich durch Leistung eines freiwilligen Beitrages an die fachliche Fortbildungsschule von den ceremoniellen Neujahrsgratulationen zu entbinden.

Die Spender werden in der «Hôtel-Revue» veröffentlicht und betrachten sich diese damit von der Versendung von Neujahrsgratulationskarten entbunden.

occupés ailleurs, délivrent eux-mêmes une carte illustrée au voyageur ou touriste qui a introduit dans l'appareil une pièce de 10 ou de 20 centimes.

Dans une station estivale du lac des Quatre-Cantons très fréquentée surtout par les passants, un hôtelier avait à souffrir de cet état de choses et souvent à écouter les doléances de ses hôtes sur les importunités de ces vendeurs qui même obstruaient les passages et pénétraient parfois jusqu'aux tables de la véranda et du jardin.

Désireux de remédier à ces inconvénients et, en cas de grande affluence d'étrangers, de permettre à ceux-ci de se procurer des cartes sans avoir recours à personne, ledit hôtelier fit placer sur sa propriété deux automatés à cartes postales illustrées.

Mais halte-là! La présence des deux automatés est immédiatement constatée par la police toujours à l'affût, par cette même police qui fermait les yeux sur les obsessions infligées aux étrangers et touristes, mais qui n'a jamais réussi à pincer un voleur, bien que l'hôtel en question ait été l'objet de plusieurs tentatives d'effraction.

aucune patente de colportage et qu'ils n'ont été astreints à payer la taxe que sur la réclamation de l'hôtelier; ce fait, du reste, n'influe aucunement sur la question de droit, mais il caractérise l'action gouvernementale de certains Etats, de superficie plutôt modeste; il est aussi une nouvelle preuve des procédés qu'aujourd'hui encore, au mépris de tous les progrès, on ose employer vis-à-vis des hôteliers et autres représentants de la profession.

J'espère que ces quelques lignes engageront l'hôtelier en cause à ne pas donner suite à son projet de mettre au rancart ses coûteux automatés pour lesquels il a déjà payé l'impôt de 1898, mais au contraire à sauvegarder ses droits par tous les moyens légaux.



Un certain nombre d'hôteliers de la Suisse, de la Riviera et, probablement aussi, d'autres contrées ont reçu dernièrement la circulaire ci-après du bureau de la Société des propriétaires d'hôtels de Hombourg;

Hombourg-les-Bains, le 15 Novembre 1898. Monsieur et cher Collègue.

La Société des propriétaires d'hôtels de Hombourg prépare en ce moment un ouvrage sur les Bains de Hombourg; ce petit volume, élégamment relié et richement illustré, dont le tirage comportera au moins 5000 exemplaires, sera expédié aux hôtels et particuliers et le public pourra en outre le consulter dans les hôtels de Hombourg, dans les agences de voyages et bureaux de renseignements, sur les navires des lignes transatlantiques (Norddeutscher Lloyd, Navigation américo-hambourgeoise S. A., etc.), ainsi que dans les salons d'attente de nombreux médecins.

On ne peut certes que féliciter les hôteliers de Hombourg-les-Bains d'adopter le système de la publicité collective; en plus, tous les collègues étrangers qui ont été sollicités de participer à l'entreprise doivent se sentir extraordinairement flattés, puisque cette simple invitation atteste non sur blanc que leurs établissements rentrent dans la catégorie des «réels établissements recommandables»; cela n'empêche néanmoins de trouver justifiée à tous égards la question que nous reproduisons ci-dessous et qui nous est adressée de divers côtés: «La Société des propriétaires d'hôtels de Hombourg a-t-elle l'intention bien arrêtée de créer un guide d'hôtels présentant toutes garanties non pas pour Hombourg exclusivement, ou bien ne voit-on dans la participation des hôteliers étrangers qu'un moyen commode de diminuer les prestations financières des premiers intéressés?»

Reisebureau Otto Erb in Zürich.

Wir lesen in der «Wochenschrift», dem Organ des Internationalen Vereins der Gasthofbesitzer:

In den letzten Wochen ist uns haufenweise ein Gebot einer Zürcher Agentur zugegangen, das alles auf dem Gebiete der Hotelcoupons Dagewesene in den Schatten stellen dürfte.

Bisher hat diese Agentur, wie sie schreibt, mit ihrem «Hotelcouponsystem» nur in der Schweiz gearbeitet, sie denkt aber nun ihre Thätigkeit auf den ganzen Kontinent auszuweiten. Auf einer Liste führt sie etwa 160 schweizerische Hotels auf, mit denen sie angeblich in Verbindung steht.

In der «Uebernahme-Verpflichtung» der Agentur wird den Hotels folgendes angeschlossen: Verpflichtung für die Jahre 1898 bis einschliesslich 1901 zur besten Aufnahme und Verpflegung unter folgenden Bedingungen:

Morgensessen, (ein neuerfindliches schönes Wort!) bestehend aus Kaffee, Milch, Zucker, Brod, Butter und eventl. Honig oder Confiture, (wer keinen Kaffee trinkt, kann Thee oder Chokolade erhalten) à Person 75 Pfg.

Mittagsessen, bestehend aus Suppe, zwei bis drei Fleisch, zwei bis drei Gemüsen, Dessert und 1/2 Flasche Wein oder 1 Flasche Bier à Person 1 Mark 75 Pfg.

Nachtesen, bestehend aus Suppe, zwei bis drei Fleisch, zwei bis drei Gemüsen, Dessert und 1/2 Flasche Wein oder 1 Flasche Bier à Person 1 Mark 75 Pfg.

Logis, inklusive Licht und Bedienung (es dürfen für Einzelpersonen nur Zimmer mit einem Bett verwendet werden. Für Familien sind solche mit mehreren Betten zulässig) à Person 1 Mark 75 Pfg.

Tagespreis (Morgensessen, Mittagsessen, Nachtesen, Logement nach obigen Vorschriften) à Person 6 Mark.

Dazu verlangt das Bureau noch, dass die Hotels, die, in den Couponsdienst mit ihm treten, kein gleiches oder ähnliches Vertragsverhältnis mit andern Reisebureaus eingehen. Bureaus aber, mit denen schon Verträge beständen, dürfen weiter bedient werden. Gehe das Hotel während der Vertragsjahre an einen anderen Besitzer über, so sei durch den bisherigen Inhaber dafür zu sorgen, dass auch der neue Wirt die «Uebernahms-Verpflichtung» einhalte.

Ist das nicht billig in jeder Beziehung? Mit diesem Schundgebote kommt die Agentur an alle ersten Hotels heran, wo sie jedoch, wie die zahlreichen Einsendungen an uns bezeugen, in den meisten Fällen wohl die ihr gebührende Beachtung findet; aber es ist keineswegs ausgeschlossen, dass hin und wieder der Anknüpfungsversuch auch gelingt. Trotzdem dürfte es aller Wahrscheinlichkeit nach den Reisenden, die sich mit den Coupons der Agentur auf den Weg machen, an Ueberraschungen nicht gebrechen. Haben sie doch die Coupons un-zweifelhaft mit einem guten Aufschlag zu bezahlen, und rechnen auf noble Unterkunft und träumen wohl von Prachtbauten, herrlichen, mit grösstem Luxus ausgestatteten Zimmern, wundervollen Betten, splendorreicher Beleuchtung, die zu jeder Nachtzeit und bei heruntergelassenen Rollläden und Rollläden auch den ganzen Tag zur freien Verfügung steht, von Waschtischen mit kaltem und warmem Wasser, wie in einer behaglichen Badestube, und von noch sonstigen «Kleinigkeiten», die alle dazu beitragen, die Anlage- und Betriebskosten eines Hotels ins Ungeheuerliche zu steigern und den Gewinn auch ohne jedwede wohlwollende Hilfe der Reiseagenturen schon auf ein recht bescheidenes Mass herunterzubringen.

Ganz entschieden ist gegen die Schablonisierung, gegen die absolute Gleichmachung der Preise Front zu machen, wie sie in den Bestrebungen der Zürcher Agentur liegt. Wer auf dem europäischen Kontinent mit bescheidenen Ansprüchen reist und demgemäss auch nur zahlen will, braucht keine Agentur zum Berater und zum Einsieckler von Beratungsgebühren, er findet, wenn er nicht gar zu schwerfällig und weltfremd ist, schon ohne solche Hilfe überall ein Unterkommen, das seinem Beiste entspricht. Wer aber darauf ausliegt, bei grossen Ansprüchen die niedrigsten Preise zu zahlen, wer in einem I. Hause die Tarife von Häusern

LES AUTOMATES.

(Correspondance.)

La mode — disons la manie — toujours plus envahissante des cartes postales illustrées occasionne aux employés de bureau, portiers, sommeliers, etc. des hôtels et restaurants un notable surcroît de travail. Il ne faut donc pas s'étonner que dans de nombreux établissements on ait installé des automatés qui, en l'absence des gens de service ou lorsque ceux-ci sont