

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 10 (1901)
Heft: 7

Artikel: A propos de coupons
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-521813>

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: 16.03.2025

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

Ercheint am Samstag

Paraissant le Samedi

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

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

Inserate: 7 Cts. per 1 spatige Millimeterzeile oder deren Raum.

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

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

Annouces: 7 Cts. par millimètre-ligne ou son espace.



Organ und Eigentum des Schweizer Hotelier-Vereins 10. Jahrgang | 10^{me} Année Organe et Propriété de la Société Suisse des Hoteliers

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

A propos de coupons.

La notice concernant l'adoption, par la société parisienne des Services Internationaux des Chemins de fer...

Paris, le 29 Janvier 1901. M. le Rédacteur de l'Hotel-Revue. Etant abonné depuis de nombreuses années...

Nos coupons étant internationaux, il faudrait de même faire un dépôt dans une banque de chaque pays.

Ces dépôts ne constitueraient cependant qu'une garantie fictive, car ils resteraient néanmoins la propriété du bureau de voyages...

A notre point de vue nous considérons donc ces dépôts comme illusoire, ne pouvant servir qu'à avoir un crédit imaginaire auprès des hôteliers.

Pour éviter les questions de change ou d'escompte nous avons décidé de faire nos remboursements en or, quel que soit le pays.

Si certaines agences de voyage soucieuses des intérêts des hôteliers avaient opéré de la sorte, il ne se serait jamais produit de réclamations ni d'abus dans le genre de celles que vous signalez.

En France il y a une quantité considérable de personnes qui n'ont pas la moindre notion de la façon de voyager.

C'est bien pour obvier à ces inconvénients, pour faire sortir cette masse de voyageurs de leur foyer que nous avons senti le besoin de réglementer leur budget de voyage.

C'est ce raisonnement qui nous a amenés à annexer à nos services de centralisation de tarifs le système des coupons.

Ces coupons seront délivrés dans presque toutes les villes d'Europe. — Nous donnons 5% à nos bureaux correspondants et il nous reste 5% pour rémunérer nos frais de pub-

licité, de comptabilité, d'impressions, de change, d'envois d'argent etc. — Nous croyons que dans ces conditions vous ne nous taxerez plus d'exagération en prenant seulement 10% de commission.

Si ma qualité d'abonné à l'Hotel-Revue depuis si longtemps peut m'autoriser à vous demander de temps à autre des conseils sur certaines améliorations à apporter au fonctionnement de nos services intéressant tout particulièrement les hôteliers...

Je vous joins un spécimen de circulaire que j'ai adressée à nos Hoteliers-Correspondants ainsi qu'un exemplaire de nos traités sur lequel vous remarquerez les mots à présentation et or.

Veuillez agréer, Monsieur, l'assurance de ma considération distinguée.

Le Président du Conseil d'Administration: Parisot.

L'Administrateur délégué: M. Pavard.

A la lecture, superficielle entendons-nous, de cette lettre, on dirait vraiment que la France a vu naître un sauveur qui se met à l'œuvre par pur intérêt pour son pays non moins que pour la Suisse.

La lecture, superficielle entendons-nous, de cette lettre, on dirait vraiment que la France a vu naître un sauveur qui se met à l'œuvre par pur intérêt pour son pays non moins que pour la Suisse.

En présence de l'existence, depuis bien des années, de nombreuses agences de voyage françaises et de plus notables, nous avons peine à croire que la fondation d'une nouvelle société à coupons réponde, pour les familles « rebelles » à un besoin véritable.

Enfin, la prétendue modestie des promoteurs de cette entreprise ne nous sourit pas du tout. Ils parlent d'une commission de 10% sur les coupons, mais ils oublient de mentionner (involontairement sans doute) qu'en cas de séjour de plus de sept jours, les coupons de 20 francs ne sont remboursés que par 15 francs, ceux de 15 par 12.50, ceux de 12.50 par 10 et ceux de 10 par 8 francs.

Dieu merci, nous ne sommes pas en France, nous sommes en Suisse, nous sommes en Suisse, nous sommes en Suisse, nous sommes en Suisse, nous sommes en Suisse.

Dieu merci, nous ne sommes pas en France, nous sommes en Suisse, nous sommes en Suisse, nous sommes en Suisse, nous sommes en Suisse, nous sommes en Suisse.

Dieu merci, nous ne sommes pas en France, nous sommes en Suisse, nous sommes en Suisse, nous sommes en Suisse, nous sommes en Suisse, nous sommes en Suisse.

ressemble à une partie de cartes à trois: le touriste tire son épingle du jeu, l'agence gagne et l'hôtelier paie la casse.

Puisque nous parlons d'agences, en voici d'une autre. Il paraît que l'Agence Desroches à Paris, n'a pas la passion épistolaire. Vous lui écrivez une lettre avec adjonction de coupons remboursables — pas de réponse; deuxième lettre — pas de réponse; troisième lettre — idem; quatrième (chargé) — toujours même silence.

Un bon conseil: ne vous adressez pas de lettres à l'Agence Desroches, expédiez vos lettres à l'Agence Desroches, expédiez vos lettres à l'Agence Desroches, expédiez vos lettres à l'Agence Desroches.

Heim für Hotelangestellte.

Das ehemalige „Christliche Kellnerheim“ in Zürich ist durch die Bemühungen einer Anzahl Zürcher Hoteliers in ein „Heim für männliche Hotelangestellte“ umgewandelt worden.

Laut Protokoll der Landesverwaltungs-Sitzung vom 7. Dezember 1900 des „Christlichen Kellnerbundes“ hat sich der Landsteil Schweiz von dem Bunde losgetrennt und einen neuen Verband unter dem Namen „Allianz“, Verein männlicher Hotelangestellter aller Nationen zur sittlichen, religiösen und sozialen Hebung des Standes“, gegründet.

Die Gründe der Loslösung sind folgende: Von Frankfurt a./M. aus (Sitz der Hauptverwaltung des Christl. Kellnerbundes) konnte weder in moralischer noch sonst in einer Beziehung Unterstützung gefunden werden und auch das einseitige Vorgehen Frankfurts in exklusiver, positiver und extremreligiöser Richtung wurde für den Kellnerstand und das Gedeihen der Arbeit an demselben erfahrungsgemäss nicht als das Richtige befunden.

Die Ziele des nun selbstständigen Vereins „Allianz“ sind: 1. Hebung des Standes der Hotelangestellten in sittlicher, religiöser und sozialer Beziehung.

2. Gründung von Heims, um den Hotelangestellten jeder Konfession oder Stellung im Falle der Stellenlosigkeit und Erholungsbedürftigkeit, in zentral gelegenen Städten Heimstätten zu bieten.

3. Belehrung in fachlicher und religiöser Beziehung durch das Mittel einer Fachzeitung; dieselbe soll gleichzeitig der Missachtung des Standes nach Kräften entgegenwirken und an der Erreichung notwendiger Reformen und Beseitigung von Missständen im Stande mithelfen.

4. Gründung einer Krankenkasse. Ferner wird auf Veranlassung des Zürcher Hoteliervereins wöchentlich zweimal Unterricht erteilt in doppelter Buchhaltung und in Französisch und Englisch. Das Honorar ist so niedrig bemessen (20 Cts.), dass der Besuch dieser Unterrichtsstunden jedem Hotelangestellten möglich ist.

Das ehemalige Christl. Kellnerheim in Zürich ist mit sämtlichen Aktiven und Passiven von dem Verein „Allianz“ Schiffler 25 übernommen worden und führt den Titel „Heim für männliche Hotelangestellte“.

Die neue Aufsichtskommission (Präsident Herr K. von Meyenberg), unterstützt von mehreren Zürcher Hoteliers, ist bemüht, die

bisherigen Missstände zu beseitigen und alle Kräfte dem Aufblühen des Heims zu widmen. Gleichzeitig hat das Heim einen neuen Verwalter erhalten.

Das Plazierungsbureau der „Allianz“ befindet sich Schiffler Nr. 25.

Verschiedenen zuverlässigen Mitteilungen zufolge und aus einer mit dem Präsidenten gehaltenen Unterredung haben wir die Überzeugung gewonnen, dass das neue Heim seinen Versprechungen gerecht werden wird und stehen wir deshalb nicht an, dasselbe, in Anbetracht seiner humanen Bestrebungen, allen Hoteliers aufs Angelegentlichste zu empfehlen, sowohl was das Heim selbst anbetrifft, wie auch namentlich dessen Plazierungsbureau.

Es werden den Hoteliers in nächster Zeit bezügliche Plakate zugehen, mit der Bitte, dieselben in den Esszimmer der Angestellten anzubringen, auch dieses Ansuchen möchten wir der Berücksichtigung empfehlen. Red.

Trau, schau, wem!

möchten wir dem Munizipalrat von Cannes zurufen mit Rücksicht auf einen von ihm gefassten Beschluss, wonach dem Verleger von „The Traveller“ aus den Gemeindegeldern eine Subvention von Fr. 300 zugesprochen wurde.

Der Direktor der betreffenden Zeitschrift gelangte im Dezember mit einem Subventionsgesuch an den Munizipalrat; Herr M. Hurlier, Mitglied desselben, liess sich herbei, das Gesuch warm zu unterstützen unter dem Hinweis darauf, dass die benannte Zeitschrift schon seit mehreren Jahren Reklame mache für Cannes, und zwar in der uneigennützigsten Weise. Die Subvention wurde hierauf beschlossen.

Nun kommt „The Riviera Gazette“ mit der Erklärung, dass „The Traveller“ im Juli 1900 gegründet worden, somit zur Zeit des Gesuches noch keine 6 Monate alt gewesen sei. Zudem sei Hauptfrage bei einer Reklame-Zeitschrift doch in erster Linie die, ob dieselbe überhaupt einen Leserkreis besitze und da der Vertriebs des „Traveller“ der Firma Cook and Son übertragen sei, würde es doch gewiss ein Leichtes gewesen sein, in nächster Nähe diesbezügliche Umfrage zu halten. „The Riviera Gazette“ lässt durchblicken, dass das Resultat einer solchen Umfrage den Munizipalrat zur gegenteiligen Beschlussfassung geführt haben würde.

Dieser Meinung sind wir auch, es will uns zudem scheinen, dass der Munizipalrat von Cannes damit einen Präzedenzfall geschaffen, der ihm mit der Zeit unbequem werden kann; denn es handelt sich in diesem Falle um ein rein privates Unternehmen (die Firma heisst George Newnes Ltd.), bei welchem die hervorgehobene Uneigennützigkeit, wenn überhaupt, gewiss eine sehr untergeordnete Rolle spielt.

Erkennung der Weinsorten. Wenn man einem auch noch so duftarmen Wein kurz vor dem Trinken etwas Champagner zuzusetzt, so entwickelt derselbe sogleich seine Blume auf eine Weise, die auch das abgestumpfte Geschmacksorgan nicht verkennt.

Gebrauchte Korke zu reinigen. Man übergiesst die Korke, die man in einem Topf sammelt, mit Wasser, dem man den zwanzigsten Teil seines Gewichtes Schwefelsäure zugesetzt hat. Mit einem Stock rührt man die Korke darin um und lässt sie dann Tag und Nacht über stehen, giesst das Wasser ab, spült die Korke in reinem Wasser gut aus und trocknet sie tüchtig ab. Um nachzuweisen, ob noch Säuren an den Korken haften, drückt man vor dem Abtrocknen Lackmuspapier darauf; färbt sich dasselbe rot, so sind die Korke noch nicht ganz rein und müssen weiter gespült werden.