

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 16 (1907)
Heft: 16

Artikel: Die Schweiz. Hotel-Industrie in den Jahren 1880, 1894 und 1905
[Fortsetzung]
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-522487>

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: 15.03.2025

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

N^o 16. Abonnement

Für die Schweiz
1 Monat Fr. 1.25
2 Monate „ 2.50
3 Monate „ 3.50
6 Monate „ 6.—
12 Monate „ 10.—

Für das Ausland:
(inkl. Portozuschlag)
1 Monat Fr. 1.60
2 Monate „ 3.20
3 Monate „ 4.50
6 Monate „ 8.50
12 Monate „ 15.—

Inserate:
8 Cts. per 1spaltige
Millimeterzeile oder
deren Raum. — Bei
Wiederholungen ent-
sprechend Rabatt.
Vereins-Mitglieder
bezahlen 4 Cts.
netto per Millimeter-
zeile oder deren
Raum.



N^o 16. Abonnements

Pour la Suisse:
1 mois Fr. 1.25
2 mois „ 2.50
3 mois „ 3.50
6 mois „ 6.—
12 mois „ 10.—

Pour l'Etranger:
(inclus frais de port)
1 mois Fr. 1.60
2 mois „ 3.20
3 mois „ 4.50
6 mois „ 8.50
12 mois „ 15.—

Les Sociétaires
reçoivent l'organe
gratuitement.
Annonces:
8 Cts. par millimètre-
ligne ou son espace.
Rabais en cas de ré-
pétition de la même
annonce.
Les Sociétaires
payent 4 Cts. net
p. millimètre-ligne
ou son espace.

Organ und Eigentum des
Schweizer Hotelier-Vereins.

16. Jahrgang | 16^{me} Année

Erscheint Samstags.
Paraît le Samedi.

Organe et Propriété de la
Société Suisse des Hôteliers.

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

Inseraten-Aannahme nur durch die Expedition dieses Blattes und die „Union-Reklame“ in Luzern — Les annonces ne sont acceptées que par l'admin. de ce journal et l'„Union-Reclame“ à Lucerne

Verantwortlich für Redaktion und Herausgabe: Otto Amsler, Basel. — Redaktion: Otto Amsler; Th. Geiser. — Druck: Schweiz. Verlags-Druckerei G. Böhm, Basel.

An die tit. Mitglieder,

die jeweils den Sommer über ihren Wohnort wechseln, richten wir hiermit die höf. Bitte, uns rechtzeitig zu benachrichtigen, damit die regelmässige Zustellung des Vereinsorgans keinen Unterbruch erleidet.

Die Expedition.

MM. les Sociétaires

qui, pendant l'été, changent leur domicile, sont priés d'en aviser à temps notre bureau, afin d'éviter des irrégularités dans l'expédition de l'organe social.

L'Administration.

Zu gunsten des Tschumifonds der Fachschule

sind eingegangen und werden hiermit quittiert und bestens verdankt.

Mr. H. Haake, Hôtel de l'Écu, Genève, ein
gelegter Anteilschein Fr. 200
Der Kassier des Tschumi-Fonds:
J. Bolter, Hotel Victoria, Zürich.

Gabelnliste

für die

Besitzer des verschütteten Kurhaus Seeben.

Von voriger Nummer Fr. 600
Vom Internat. Hotelbesitzer-Verein, Köln . . . 260
Von Herrn F. Morlock, Zürich 10
„ „ J. Gugel, Central, Lausanne 10

Die Schweiz. Hotel-Industrie
in den Jahren 1880, 1894 und 1905.

(Fortsetzung).

Die Angestellten.

Es wird oft die Ansicht ausgesprochen, der
Fremdenverkehr mit seinen grossen Umsatz-
summen, seinem ansehnlichen Bruttogewinn
und mit dem Riesenkapital, das er investiert,
sei hauptsächlich ein gutes Geschäft für Ein-
zelne, bringe Nutzen und Wohlstand nur der
Unternehmungsklassen, das heisst den Besitzern
von Hotels jeder Dimension. Dass dies aber
nicht der Fall ist, dass im Gegenteil der Frem-
denverkehr die Silber- und Goldbäclein in die
breitesten Volksschichten ergiesst, für Un-
zählige das tägliche Brot bedeutet, ist an Hand
der Statistik leicht zu beweisen. Als Ver-
dienstreiber steht der Fremdenverkehr, so-
wohl in bezug der Anzahl der von ihm er-
nährten Personen, wie in bezug auf die Höhe
des Verdienstes an guter Stelle und dürften
seine Verhältnisse denjenigen der andern so-
genannten Nationalindustrien gleichstehen, wenn
nicht übertreffen.

Im Jahre 1880 beschäftigten unsere dem
Fremdenverkehr dienenden Hotels 16,022 Per-
sonen beiderlei Geschlechts, wie viele davon
Jahresangestellte und wie viele Saisonange-
stellte waren, entzieht sich unserer Kenntnis.
Anno 1894, während die Hotels eine Zunahme
von 691 zu verzeichnen hatten, stieg die Zahl
der Angestellten um 7,975, das heisst, das
Personal erreichte einen Totalbestand von
23,972. Darunter waren 11,340 Jahresange-
stellte und 12,637 Saisonangestellte. Im fol-
genden Jahrzehnt vermehrte sich die kleine Armee
der Hotelangestellten um abermals 10,000 Per-
sonen und wies einen Bestand von 33,840 An-
gestellten beiderlei Geschlechts auf. Von diesen
entfielen 14,252 Personen oder 42.5% auf die
Jahresgeschäfte und 19,228 Personen bzw.
57.5% auf die Saisongeschäfte. Davon waren
wiederum 13,392 männliche und 20,088 weibliche
Angestellte. Die grosse Differenz in diesen

beiden Zahlen rührt in der Hauptsache von den
Saisongeschäften her, in welchen das weibliche
Element vorherrscht, denn hier sind nicht weniger
als 12,553 weibliche Angestellte beschäftigt, ge-
genüber 6,673 männlichen Kollegen. Sie sind
also doppelt so stark vertreten, während in den
Jahresgeschäften der Unterschied kein so
auffälliger ist, indem hier 6,719 männliche An-
gestellte und 7,333 weibliche vorhanden sind.

Im Ausland erhebt man uns gegenüber oft
den Vorwurf, unser vielgepriesener Fremden-
verkehr — die Henne mit den goldenen Eiern —
komme nur den Landeskindern zu gut, und
der Hoteldienst sei ein Schweizermonopol ge-
worden wie ehemals das anrührende Reiselaufen.
Mit Hilfe der Erhebungen kann wiederum
bewiesen werden, dass diese Behauptung auf
sehr schwachen Füssen steht. Von den 33,840
Personen, welche im Jahre 1905 ihr Brot in den
Fremdenhotels verdienten, hatten 24,235
einen schweizerischen Heimatschein, während
9,245 sich als Ausländer ansprechen. Von
ersteren waren 8,914 männlich und 15,321
weiblich; von den andern 5,241 männlich und
nur 4,004 weiblich. Während also schweizerischer-
seits die weiblichen Angestellten bei weitem
überwiegen, schickt uns das Ausland mehr
männliches Personal zu, das höhere Gagen
beansprucht und auch auf bessere Stellen
aspiziert. In Prozenten ausgedrückt erscheint
das Verhältnis ein ganz ausserordentliches.
Von der Gesamtzahl gehören 73% der schweizer-
ischen Nationalität an und 27% kommen
vom Ausland herein. Vom männlichen Per-
sonal sind 75% Landeskinder und ein Drittel
Ausländer. Hauptsächlich dieses letztere Ver-
hältnis illustriert nicht übel die unbegründeten
Aussetzungen der ausländischen Kritik und
Konkurrenz.

Die Durchschnittszahl der Angestellten pro
Hotel hat sich im verflochtenen Vierteljahrhundert
nur um weniges gehoben. Von 16 Angestell-
ten pro Hotel im Jahre 1880 ist man 1905
auf 17 gestiegen, mit Variationen je nach der
Dauer und Qualität der Saison, wobei speziell
erwähnt sei, dass die kurze Saison 1894 nur
14 Angestellte pro Hotel aufwies.

Es können noch eine ganze Reihe analoger
Verhältniszahlen angegeben werden, die als eben-
so viele interessante Schlaglichter wirken. So
kamen im Jahre 1894 auf je 100 Fremden-
betten 13.5 männliche und 13.5 weibliche An-
gestellte. Die Erhebungen des Jahres 1905 zeig-
en uns aber, dass sich dieses streng paritätische
Verhältnis stark zu Gunsten des Feminismus ver-
schoben hat, denn auf 100 Fremdenbetten kommen
10.8 männliche und 16.2 weibliche Angestellte.
Ein anderer Vergleich: Im Jahre 1880 kamen
pro Angestellten 3.63 Fremdenbetten, im Jahre
1894 waren es 3.69 und 1905 zählte man 3.71
Fremdenbetten pro Angestellten. Diese stei-
gende Tendenz zeigt, dass das hastige Treiben
der Gegenwart, mit seinem systematischen
Indienhandarbeiten auch vom Hotelbetrieb
Besitz genommen hat. Die Anforderungen an
Komfort und Dienst sind gestiegen, Maschinen-
arbeit ersetzt teilweise die Handarbeit, und
dies, verbunden mit allerlei Neuerungen, hat
es zustande gebracht, dass der einzelne An-
gestellte mehr Arbeit bewältigen muss, als
seine Kollegen vor 10 resp. 25 Jahren.

Vom Standpunkt des Betriebes aus be-
trachtet, wird das Bett eines Jahresestablish-
ments pro Jahr mit Fr. 425.— im Angestellten-
konto belastet und zwar teilen sich die beiden
Geschlechter wie folgt in diese Summe: Männ-
lich Fr. 130.— für Salär und Gratifikationen
und Fr. 117.50 für Nahrung und Logis;
weiblich Fr. 60.— für Salär und Gratifika-
tionen und Fr. 117.50 für Verpflegung. Pro

Tag verzehrt also das einzelne Fremdenbett
jährlich Fr. 1.16 an Bedienungskosten. Das Bett
der Saisongeschäfte, infolge des
intensiveren Betriebes ist anspruchsvoller, denn
es beansprucht pro Tag Fr. 1.64 Angestellten-
kosten. Für eine 100tägige Saison summiert
sich das Angestelltenkonto pro Fremdenbett wie
folgt: Männliches Personal Fr. 97.70; weibliches
Personal Fr. 66.60; Total Fr. 164.30. Das Bett
eines Jahresgeschäftes wird mit Fr. 247.50 für
männliches Personal und mit Fr. 177.50 für weib-
liches Personal, also mit Total Fr. 425.—
belastet.

Nun gelangen wir zum Kardinalpunkt dieses
Abschnittes, zur Frage: Was verdienen denn
diese Angestellten, männliche und weibliche, In-
- und Ausländer? Die statistischen Erhebun-
gen überraschen uns durch die Höhe ihrer
Ziffern. So wurden im Jahre 1894 Fr. 16,080,000
auf das Angestelltenkonto gebucht und zwar
betragen die eigentlichen Saläre und die Gratifi-
kationen Fr. 8,756,000 und die Unkosten für
Verpflegung und Logis Fr. 7,324,000. Ent-
sprechend dem Anwachsen des Angestellten-
heeres haben 11 Jahre später auch die Salär-
und Verpflegungssummen stark zugenommen.
1905 wurden für Salär und Gratifikationen Fr.
16,245,000 und für Nahrung und Logis Fr.
10,723,000 oder zusammen Fr. 26,968,000
verausgabt. Für dasselbe Jahr ist uns auch
die Verteilung dieser Summe zwischen Jahres-
und Saisonangestellten bekannt. An Salär
und Gratifikationen haben die Jahresangestell-
ten Fr. 12,604,000, die Saisonangestellten
Fr. 3,641,000 erhalten. An Verpflegungskosten
— jeder Angestellte für Kost und Logis
durchschnittlich auf Fr. 1.50 pro Tag zu stehen —
verursachten die Jahresangestellten eine Aus-
gabe von Fr. 7,803,000, während die Saisonange-
stellten eine solche von Fr. 2,920,000 aufwiesen.
Da die Verpflegungskosten als einen Teil seines
Verdienstes berechnet werden müssen, so stellt
sich der Jahresangestellte auf Fr. 1432 pro Jahr,
und der Saisonangestellte, bei einer Saison von
durchschnittlich 100 Tagen, auf Fr. 342. Man
muss aber nicht vergessen, dass dazu noch die
Trinkgelder kommen, die bei der Grosszahl der
Angestellten das eigentliche Salär bei weitem
übertreffen. Herr Ed. Guyer-Freuler, der ver-
dienstvolle Statistiker auf dem Gebiete der
Hotellerie, schätzte schon vor 10 Jahren die Höhe
der Trinkgelder in Hotels auf das dreifache der
bezahlten Salären; sie ist seither eher gestiegen,
als gefallen. Zieht man all diese Umstände in
Betracht, so darf man ruhig behaupten, der
Angestellte unserer Fremdenhotels gehöre zu
den besser bezahlten Angestellten unseres
Landes, denn in den andern Berufen ist der
Durchschnitt des Verdienstes kein so hoher.
(Fortsetzung folgt.)

Ideen-Konkurrenz.

Seit einer Reihe von Jahren hat die Agentur
der Schweiz. Bundesbahnen in Paris, die auf
dem Gebiete der Propaganda für die Schweiz
eine rege Tätigkeit entfaltet, Kollektiv-Annoncen
für die Sommer- und Wintersaison in den ge-
lesensten franz. Zeitungen und Zeitschriften
eingeführt. Jeder beliebige Fremdenplatz der
Schweiz konnte sich gegen Entrichtung des ent-
sprechenden Zeilenpreises an dieser Annonce
beteiligen.

Sowohl der Schweizer Hotelier-Verein, wie
auch der Verband Schweiz. Verkehrsvereine
wurden wiederholt eingeladen, sich an dieser
Reklame zu beteiligen, sie konnten sich jedoch
bis jetzt nicht dazu entschliessen, und zwar
prinzipiell nicht, weil es sich hier um Lokal-

reklame handelte und dem Ganzen der Charakter
der Allgemeinheit fehlte. Zum besseren Ver-
ständnis des Gesagten bringen wir die betr.
Annonce in genauer Kopie zur Veranschauli-
chung.

VOYAGES EN SUISSE
Billets divers à prix réduits, aller et retour, Circulaires.
ABONNEMENTS GÉNÉRAUX
Valables sur les Chemins de fer et Bateaux.
Pour tous Renseignements et Brochures, s'adresser à
l'AGENCE OFFICIELLE DES CHEMINS DE FER FÉDÉRAUX
58, Boulevard Haussmann, PARIS.

Die Bundesbahnen haben sich bereit erklärt
diese Annonce abzuändern, d. h., ihr das Lokal-
kolorit zu nehmen, sobald ihr Vorschläge oder
Entwürfe unterbreitet werden, welche den Cha-
rakter der Allgemeinheit genügend wahren und
derart abgefasst sind, dass sie als auffällige
und zweckentsprechende Reklame gelten können;
alsdann werden auch die beiden genannten
Vereine sich anstandslos daran beteiligen können,
wie dies bei der Propaganda der Agentur der
S. B. B. in London in den englischen Zeitungen
der Fall ist. Diese Reklame trägt nämlich den
gewünschten Charakter, sie eignet sich jedoch
nur für englische Blätter, nicht aber für fran-
zösische. In den englischen Zeitungen und Zeit-
schriften ist der Inseratenteil ein nach Rubriken
geordnet, sodass, wer sich über „Reisen“
orientieren will, nicht das ganze Blatt zu durch-
stöbern braucht, er kennt den Platz der betr.
Rubrik und findet dann auch sofort die betr.
Inserate. Bei diesem System ist es denn auch
nicht absolut nötig, dass die Annoncen auf-
fällig sein müssen, weil sie vom reiselustigen
Leser aufgesucht werden. Ganz anders in
französischen Blättern; dort haben, weil system-
los eingerückt, nur solche Annoncen Wert, die
durch ihre auffällige Komposition nicht über-
sehen werden können.

Wir lassen auch die in den engl. Zeitungen
erscheinende Annonce hier folgen:

SWITZERLAND IN THE SPRING.
An ideal holiday, combining everything that makes a holiday
enjoyable. Warm sunshine, bracing air, &c. Intending visitors should
apply to the London Agency of the Swiss Federal Railway, Carlton
House, 11 B, Regent-street, Water-loo-place, S.W., for tickets, guides,
and all informations. Full particulars free on application; also
the following pamphlets:
"MONTEURX"
"The RHAETIAN RAILWAY (Albula),"
"LUZARNO,"
"The RHONE VALLEY,"
"LUZARNO,"
"OVER THE ALPS, via Gotthard Ry.,"
"ZERMATT,"
"St. CROIX LES RASSES."