Nur Hundert empfehlenswerte Hotels 1. Ranges

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels**

Band (Jahr): **3 (1894)**

Heft 45

PDF erstellt am: **26.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-523025

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Basel, den 10. November 1894. — *Bâle, le 10 Novembre 1894.*

Erscheint Samstags. — № 45. — *Paraissant le Samedi.*

Abonnement:
Schweiz:
Fr. 5.— jährlich.
Fr. 3.— halbjährlich.
Ausland:
Unter Kreuzband
Fr. 7.50 (6 Mark) jährlich.
Deutschland, Oesterreich und Italien:
Bei der Post abonnirt:
Fr. 5.— (Mk. 4.—) jährlich.
Vereinsmitglieder erhalten das Blatt gratis

Inserate:
20 Cts per 1spaltige Petitzeile oder deren Raum.
Bei Wiederholungen entsprechenden Rabatt.
Vereinsmitglieder bezahlen die Hälfte.

Hôtel-Revue

3. Jahrgang — 3me ANNÉE

Abonnements:
Pour la Suisse:
Fr. 5.— par an.
Fr. 3.— pour 6 mois.
Pour l'Etranger:
Envoi sous bande:
Fr. 7.50 par an.
Pour l'Allemagne, l'Autriche et l'Italie.
Abonnement postal:
Fr. 5.— 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.

Organ und Eigentum des **Schweizer Hotelier-Vereins.**

Organe et Propriété de la **Société Suisse des Hôteliers.**

Redaktion und Expedition: **Sternengasse No. 23, Basel.**
Telegramm-Adresse: **„Hôtelrevue Basel.“**

TÉLÉPHONE No. 1573.

Rédaction et Expédition: **Rue des Etoiles No. 23, Bâle.**
Adresse telegraphique: **„Hôtelrevue Bâle.**

Nur Hundert empfehlenswerte Hotels I. Ranges

hat die Schweiz, das Hotel-Land *par excellence*, aufzuweisen; das hat im Handumdrehen das Verkehrsbureau Montreux herausgefunden.

Wir haben uns von jeher auf den Standpunkt gestellt, dass alle von offiziellen Verkehrsbureaux getroffenen Anordnungen in Bezug auf Reklame von den zunächst interessierten Hotels nach Kräften zu unterstützen seien. Nicht dass wir damit sagen wollten, es sei alles gut und zweckentsprechend, was von diesen Bureaux ausgehe, aber man hat bei diesen doch wenigstens *die* Genugthuung, dass man sein Geld nicht einem Privatunternehmen, einem geldmachenden Institute hingegeben hat, sondern dass auf die einte oder andere Weise, direkt oder indirekt, der Allgemeinheit doch etwas davon zu Gute kömmt. Wie jedoch das Verkehrsbureau Montreux, der Benjamin unter den schweizerischen Verkehrsbureaux, seine Aufgabe in Bezug auf Reklame erfasst, will uns und vielen Andern nicht recht einleuchten, so dass wir bezweifeln müssen, es sei der Hotelier-Verein von Montreux, unter dessen Flagge die Circulare des Verkehrsbureaus Montreux in die Welt hinaussegeln, von dem Vorgehen genau unterrichtet.

Das betreffende Circular hat folgenden Wortlaut:

„Unser Bureau, unter den Auspizien des Hotelier-Vereins, des Kurvereins und der Gemeinnützigen Gesellschaft in Montreux errichtet, ist im Falle zu konstatieren, dass der Mehrzahl der Fremden genauere Auskunft über Hotels fehlt in Gegenden, die sie zu besuchen beabsichtigen.

Wir glauben, dass unserem Bureau in erster Linie die Aufgabe zufällt, diese Lücke auszufüllen und die nötige Auskunft zu erteilen.

Wir haben uns desshalb entschlossen, im Empfangszimmer unseres Bureaus und mit Erlaubnis des Kurvereins auch in der Centralhalle des Kursaales ein

Tableau empfehlenswerter Hotels I. Ranges

anzubringen.

Der Kursaal, welcher das ganze Jahr offen, wird zufolge seiner Konzerte, seines Parkes, seiner Spiel- und Lesesäle von jährlich über 100,000 Fremden, die sich in Montreux für kürzere oder längere Zeit aufhalten, besucht und bildet derselbe daher der zweckentsprechendste Ort für Anbringung des Hotel-Tableau. Dasselbe ist 1 M. 20 breit und 1 M. 50 hoch, in hochfein geschnitztem Rahmen und ist in 100 Felder eingeteilt. Jedes derselben misst 10×20 cm., gross genug, um den Namen des Hotels und des Ortes aufzunehmen. (Besteht hierin die *genaue Auskunft* über jedes Hotel? Red.) Das Ganze wird mit Glas überdeckt.

Von dem Wunsche beseelt, eine ganz eigenartige Reklame zu organisieren, berücksichtigen wir für das Tableau nur Hotels allerersten Ranges und wird die Zahl derselben **auf hundert beschränkt.** Jedes Hotel hat sich auf 4 Jahre zu verpflichten. Der Preis stellt sich per Hotel auf 25 Fr. per Jahr.

In der Ueberzeugung, dass unser Unternehmen ein gemeinnütziges, für die Fremden nützliches ist und Ihnen alle Vorteile einer guten Reklame bietet, um Ihr geschätztes Haus immer mehr bekannt zu machen, hoffen wir auf eine zusagende Antwort.

Anbei einen Bestellschein, worauf Sie die nötigen Angaben notieren mögen. Beeilen Sie sich, es sind nur noch einige Felder frei.

Officielles Verkehrsbureau Montreux.“

* * *

Um einem allfälligen Vorwurf vorzubeugen, als sei uns das Kritisieren in Reklamesachen zur zweiten Natur geworden, als glauben wir an allem und jedem nörgeln zu müssen, führen wir von verschiedenen an uns gelangten Korrespondenzen von Vereinsmitgliedern, bei denen die Art und Weise des Vorgehens des Verkehrsbureaus Montreux ebenfalls Kopfschütteln hervorgerufen, eine hier an:

„....., den 27. Oktober 1894.

Tit. Redaktion der „Hotel-Revue“!

In Berücksichtigung Ihres energischen Vorgehens in Wort und Schrift gegen den Unfug im Reklamewesen möchte ich Ihnen hiemit ein Beispiel vor Augen führen, dass selbst Worte von der Reklame einen unrichtigen Gebrauch machen. Aus den eingeschlossenen Beilagen können Sie ersehen, dass unter den Auspizien des Hotelier-Vereins Montreux den Hotels angeboten wird, sie gegen Bezahlung von 25 Fr. jährlich als *sehr empfehlenswert* und als *ersten Ranges* den Fremden gegenüber darzustellen.

Also diejenigen, die es unterlassen, diese 25 Fr. zu zahlen, gehören demnach nicht in diese Kategorie. Sie werden zugeben müssen, dass diese Art Reklame eine ganz gefährliche ist, die Fremden irre führt und Diejenigen schädigen kann, die nicht die indirekte Drohung, welche in dieser Einladung steckt, berücksichtigen. Ich würde Sie mit meinem Schreiben nicht belästigt haben, wenn die Sache nicht unter dem Namen eines Hotelier-Vereins ins Werk gesetzt wäre, ich finde aber, dass wenn unsere Kollegen in Reklame machen wollen, sie dies in nicht misszuverstehender, sondern in gerechter Weise thun.“

So schwarz wie unser Korrespondent, dessen Etablissement zu denjenigen allerersten Ranges gehört, sehen wir die Sache nun allerdings nicht an. Wie schon betont, bezweifeln wir, dass die Hoteliers von Montreux ihr Ja und Amen zu dem Vorgehen gesprochen und erscheint es desshalb in einem etwas milderen Lichte. Worüber wir uns am meisten aufhalten, ist, dass man die *empfehlenswerten Hotels I. Ranges* für die ganze Schweiz auf *Hundert* beschränkt, als ob damit alles gesagt sei. Ferner erscheint es doch sehr fraglich, ob damit allen Besuchern des Kursaales Montreux, denen man doch eine gewisse Wegleitung damit geben möchte, gedient ist, denn es dürften sich in den Räumen des Kursaales doch zum mindesten ebensoviel Gäste von Hotels II. Ranges oder zwischen I. und II. Ranges bewegen, als solche von Hotels allerersten Ranges. Montreux würde als Fremdenplatz schlecht bestellt sein, wenn dies nicht der Fall wäre.

Ob diese Art Reklame, wie sie im Kursaal Montreux vorgesehen, von etwelchem Wert für den Beteiligten ist, lassen wir dahingestellt sein, denn wie gesagt, wir flicken den Verkehrsbureaux nicht gerne am Zeug, dass uns aber der zubemessene Raum von 10 × 20 cm. per Hotel verschwindend klein erscheint, besonders wenn ein Hotel einen etwas langen Namen führt, können wir nicht umhin hier zu erwähnen. Im übrigen handelt es sich um einen zu minimen Betrag, als dass man sich hierüber lange aufhalten könnte.

Für uns handelt es sich nur darum, welche Ueberschrift das Hotel-Tableau erhält, denn diese stempelt das Vorgehen entweder zu einem ungerechten oder aber zu einem harmlosen.

Die Hotel-Industrie an der Schweizerischen Landesausstellung 1896 in Genf.

Unter diesem Titel bringt die „N. Z. Z.“ in ihrer Nummer vom 1. November nachstehende Korrespondenz, als deren Verfasser wir eine bekannte, im Hotelwesen als Autorität geltende Persönlichkeit vermuten:

„An der letzten in Bern am 22. Oktober abgehaltenen General-Versammlung des Schweizer Hotelier-Vereins wurde ein Beitrag von 6000 Franken für Beteiligung an der Schweizerischen Landesausstellung in Genf beschlossen. Das von den Ausstellungsbehörden gewählte Komitee für Gruppe 23: „Hotel-Industrie“ sieht in erster Linie eine sogenannte lebendige Hotel-Ausstellung vor, bestehend in Vorführung einzelner Betriebsabteilungen eines Hotelgeschäftes, unter andern dem Betrieb eines feinen Restaurants und einer Weinstube für Ausschank von Schweizer-Weinen. Es ist eine keineswegs leichte Aufgabe, eine gediegene, wirklich feine Restauration nach den verschiedenen Richtungen genügender Auswahl der Speisen, vortrefflicher, schmackhafter und sorgfältiger Zubereitung und tadelloser, aufmerksamer, rascher Bedienung, verbunden mit peinlicher Reinlichkeit, Ordnung und Komfort bei dem Massenandrang, den eine Ausstellung naturgemäss mit sich bringt, durchzuführen und dabei sich bezüglich der Preise in vernünftigen und anständigen Grenzen zu halten. Bei den gegebenen mitwirkenden Kräften wird aber wohl eine vorzügliche Leistung nicht nur zu hoffen, sondern auch zu erwarten sein.

Es wäre jedoch zu bedauern, wenn bei der Beteiligung der Hotel-Industrie an der Landesausstellung in Genf nicht auch dasjenige Mittel Anwendung finden

Feuilleton.

Aus der wirklichen in die sächsische Schweiz.

Herr Dr. Ludwig Hartmann schreibt in seiner „Dresdner Zeitung“:

Es wird sehr selten vorkommen, dass man unmittelbar vom blauen Vierwaldstättersee und seinem unbeschreiblich schönen Inselberg Rigi gerade nach Wehlen zur sächsischen Bastei kommt. Meist liegt zwischen dem Genuss der Alpen und dem Besuch der deutschen Mittelgebirge ein längerer Aufenthalt in Städten und bei Berufsarbeiten, so dass die Erinnerungen beim Vergleich beider Eindrücke nicht mehr ganz frisch sind. Denn es geht den Erinnerungen wie den Kerzen, sie brennen langsam herab, bis sie endlich verlöschen. Also diesmal war das nicht der Fall, frisch vom Rigi zur Bastei ging, durch äussere Umstände veranlasst, die direkte Fahrt.

Schneeberge hat nun unser sächsisches Sandsteingebirge freilich nicht, wenigstens im Sommer nicht. Aber der Charakter ist doch in hohem Masse alpin und eine Vergleichung der zufällig so rasch folgenden Eindrücke ist nicht uninteressant...

Was unser sächsisches Mittelgebirge — eines der merkwürdigsten, die es giebt — von den wirklichen Alpen schroff unterscheidet, ist der Wassermangel. Die Sandsteinformation hat wenig Quellen und diese versiegen im Sommer, wo man zu reisen pflegt, oft ganz. Wie man die Jugend liebt und bewundert, so liebt und bewundert man die schäumenden, tosenden Gebirgsbäche der Schweiz, Tirols und Oberbayerns. Dieser jugendliche Ueberreichtum an Wasser und an Kraft fehlt bei uns. Man wende nicht ein, wir hätten ja die Elbe, Biela, Weesnitz, Kirnitzsch. Die letztgenannten Flüsschen sind im Sommer sehr haushälterisch mit ihrem Wasser. Sie lassen es nur spärlich abfliessen, weil sie ganz gut wissen, dass keine Zuschüsse zum Budget gemacht werden können. Wenn in den Alpen, wo ja auch die Juli- und Augustsonne gehörig brennt, die natürlichen Quellen der Jura-, Gneiss- und Molasseformation nachflossen, dann nimmt der Alpbach sein Wasser aus Gletschern, vom schmelzenden Schnee, der sich dort oben auf dem Hochgebirge fast stets, auch im Sommer, erneut. Was wir im Thale als Regen kennen, fällt bei Höhen von 10,000 Fuss meist als Schnee und friert über Nacht wieder zusammen. Dadurch ist der unermessliche bildschöne Wasserreichtum der Alpen erklärt. Und zu diesen Mengen des Wassers kommt seine Farbe. Vom Rigi aus — namentlich wenn man bei Staffel hart an den Abschuss nach Luzern tritt und vom reizenden Känzeli des berühmten Kaltbades, oder wenn man durch weisse Nebelwolken von der Scheideck hinab nach Gersau sieht und am meisten von Unterstetten aus, erscheint der Vierwaldstättersee positiv königsblau. Die Seen von Luzern, Brienz, Thun haben teils blaue, teils grüne Fluten; der junge See ist grün, die Aare tiefblau. All diese Reize der Natur müssen wir in unserer abgeschwächten Zone entbehren. Der Grund der Alpwässerfärbung ist von den Aqualogen keineswegs schon fest bestimmt. Es ist auch gleichgültig, ob nun die Bergspiegelung, die Wälder oder Mineralbestandteile des Wassers selbst die Farbe hervorbringen. Uns genügt ihre Schönheit, auch ohne Ursprungszeugnis. Vielleicht geht es den Flüssen wie den Menschen, deren Seelen an Frische der Farben, Temperament und Reichtum von der Jugend zum Alter ja eben auch abnehmen, „korrigiert“ werden.

Also vom Gesichtspunkt der Farbe, des Temperaments und des Reichtums, ist die Elbe, wenn man sie von der Bastei betrachtet, nicht entfernt imposant. Davon, dass sie zuweilen fast gar kein Wasser hat, schweigt man aus christlicher Nächstenliebe. Sie kann nichts dafür. Nützlich und schön liegt nicht auf einem Wege. Sie trägt Schiffe, Dampfer für Personen und zu Lastzwecken, Flösse, Kähne mit Kohlen und Steinen, und wenn man sie in unabsehbar fleissiger Reihe vorbeigleiten sieht, teils von den böhmischen Naturproviantmagazinen bis zum Meer in Hamburg schwere Lasten mühelos tragend, kann man sich den Unterschied zwischen einem zivilisiert geschulten nützlichen Strom und einer nichtsnutzigen schönen Cascade in der Schweiz sehr gut vorstellen. An der sächsischen Bastei ist denn auch der Blick hinab zum grauen „Silberband“ der Elbe nicht das Schönste. Auch nicht jener, der hinübergeht auf die Bärensteine, zur Festung, zum Lilienstein u. s. w. Sondern die weit weniger beachtete Rückseite der Bastei und ihre beiden Aufstiege sind das Allerherrlichste.