La coopération des hôteliers au relèvement du mouvement des étrangers

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

Objekttyp: **Article**

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

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

Heft 30

PDF erstellt am: **26.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-522352

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 28. Juli 1894. **Bâle,** le 28 Juillet 1894.

Erscheint Samstags. № 30. 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

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.

3. Jahrgang — 3me ANNÉE

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. 1373.

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

Die Mitarbeit der Gastwirte an der Hebung des Fremdenverkehrs.

(Schluss.)

„*Tourist*": „Stolz liebt die Fachpresse der Gastwirte ihre Leser, und dabei kann sie selbst nicht umhin, ziemlich häufig ihre Spalten der Besprechung von allerlei mehr oder weniger offenkundigen Missständen zu öffnen, die dem Ansehen des Gewerbes schädlich zu werden drohen. Die landläufige Meinung ist jedenfalls die, dass ein grosser Teil der Hotelbesitzer sich um die berechtigten Wünsche des Publikums so gut wie gar nicht kümmert und dass in dem Betrieb gar vieler Gasthöfe ein Schlendrian herrscht, der rührigen und strebsamen Elementen zum Ansporn dienen kann, sich durch mustergültiges Wirtschaften die Gunst der Reisenden zu erwerben. Noch unlängst ging durch die deutsche Presse eine halb ernste, halb humoristische Schilderung der Leiden, denen der Fremde in den meisten Durchschnittshotels Deutschlands ausgesetzt ist, wie man denn auch in gemessenen Zwischenräumen in Tages- und Fachblättern immer wieder einer Reihe gutgemeinter Reformvorschläge begegnet, ohne dass man davon hörte, dieselben seien durchgedrungen und es sei auf der ganzen Linie Abhülfe geschaffen. Wenn die erwähnte Schilderung, die den bekannten Schriftsteller und Gelehrten Ernst Eckstein zum Verfasser hat, es rügt, dass der Hausknecht früh morgens den einzelnen Gast mit solcher Stentorstimme weckt, dass seine Nachbarn zwei oder drei Zimmer weit ebenfalls mit aufwachen, trotzdem sie infolge des unaufhörlichen Laufens auf den Treppen und in den Korridoren erst nach Mitternacht die müden Augen geschlossen haben — so hat sich der zufriedene Deutsche an diese Unart schon so gewöhnt, dass sie ihm erst zum Bewusstsein kommt, wenn er darauf aufmerksam gemacht wird. Ebenso verhält es sich mit der Klage, dass die wenigsten Hotelzimmer genügenden Abschluss gegen das Tageslicht besitzen, so dass die neugierigen Sonnenstrahlen den Reisenden meist schon in frühester Morgenstunde nicht mehr zum vollen Genuss des Schlummers kommen lassen. Ueber die mangelhafte Heizung, Lüftung, über feuchte Bettwäsche, zu wenig Waschwasser, zu kleine Handtücher wird in jeder Saison von neuem geklagt und der aus tiefster Brust hervorgestossene Seufzer des Heimkehrenden: „Zu Hause ist es doch am Besten", enthält ein ganzes Bündel von Anklagen gegen einen grossen Prozentsatz des Gastwirtstandes. Es unterliegt keinem Zweifel, dass der Fremdenverkehr sich lebhafter entwickeln würde, wenn die Herren Hotelbesitzer auf diese Klagen Abhülfe schaffen wollten, und die Fachorgane sollten die ersten sein, die ihre Interessen in dieser Beziehung auf den rechten Weg wiesen. Jedenfalls würden sie sich den Dank der Allgemeinheit und der Kreise, denen zu dienen sie berufen sind, besser erwerben, als dadurch, dass sie das Thema von der Rabattvergünstigung und der Warnung vor jeder Propaganda zu Tode hetzen."

„Ehedem herrschten über den letzterwähnten Gegenstand auch andere Ansichten in den Gastwirtszeitungen. Es ist noch nicht lange her, da veröffentlichte eines dieser Blätter eine Serie äusserst lesenswerter Artikel über die Bedeutung und die Notwendigkeit der Propaganda, in denen sich der Satz vorfand, dass die Reklame heutzutage von dem Publikum als ein Akt der Höflichkeit empfunden werde, den man nicht unterlassen dürfte, wenn man sein Geschäft nicht schädigen wolle. Darin liegt zweifellos etwas Wahres, wenn wir auch an der Auffassung festhalten, dass die Propaganda ein Postulat der Selbsterhaltung für jeden denkenden Gasthofbesitzer ist. Und darum sehen wir uns veranlasst, die das Gegenteil behauptenden Auslassungen, die jetzt in der Gastwirtspresse überhand nehmen, auf das Nachdrücklichste zu bekämpfen, da eine strikte Befolgung derselben gar manchem kleineren und mittleren Hotelier eine empfindliche Geschäftsschädigung bereiten könnte. Glücklicherweise gibt es ja eine recht stattliche Anzahl von Gastwirten, die sich durch die Abmachungen ihrer Presse nicht irre machen lassen, sondern dem vernünftigen Grundsatz huldigen, dass ein Etablissement vor allen Dingen bekannt sein muss, wenn es Zuspruch haben soll. Es gibt, wie wir gesehen haben, eine lange Reihe von Hoteliers, die eine Zierde ihres Standes sind, welche es für eine gesunde Geschäftspraxis halten, mit den Touristen- und Verkehrsvereinen gemeinsame Sache zu machen und sich auf die eine oder die andere Weise die Mitarbeit dieser Korporationen zu sichern. Der pfälzische Gastwirteverband hat auf seiner jüngsten Hauptversammlung einen bezüglichen Beschluss gefasst, der allen ähnlichen Vereinigungen zum Muster dienen kann, und welcher den Mitgliedern es direkt zur Pflicht macht, die Bestrebungen der Touristenvereine durch die That zu unterstützen. Wir können es aus unserer eigenen Erfahrung, aus den Beziehungen, welche viele Hoteliers zu den Verkehrs- und Wandervereinen unterhalten, denen sie nicht selten als Vorsitzender angehören, beurteilen, dass dieser gemeinschaftlichen Arbeit auch der wirtschaftliche Ersatz für die rührigen Gasthofbesitzer nicht fehlt. Der alte Spruch: „Sich regen, bringt Segen" gilt eben auch für diesen Stand, und wer das Gegenteil davon lehren und zu gemächlicher Beschaulichkeit anstatt zu eifriger Arbeit anregen will, der befindet sich auf gänzlich falscher Fährte."

(*Red.*: „Stolz liebt die Fachpresse der Gastwirte ihre Leser." Gewiss, verehrter „Tourist". Sie lieben die Ihrigen nicht so; weh- und demütig, reuig und kriechend, sollten sie um Ihre Gunst wedeln, deshalb steht der Pfälzische Gastwirteverein so hoch bei Ihnen im Ansehen und wird als Muster empfohlen, weil diejenigen, welche mit Touristen- und Verkehrsvereinen gemeinsame Sache machen, die Zierde des Gastwirtestandes sind. Wir glauben zwar kaum, dass es dem Pfälzer Gastwirteverein besonders um die Freundschaft des „Tourist" zu thun war, vielmehr aber um die Gäste für ihre Hotels. Dass wir in unserer Fachpresse ziemlich häufig die Spalten der Besprechung von allerlei mehr oder weniger offenkundigen Missständen öffnen, zeugt doch von Selbsterkenntnis seiner Mängel und gutem Willen zur Besserung. Der „Tourist" aber ist so durchdrungen und gesättigt von seiner Heilslehre, wie ein ins Badwasser gefallener Schwamm. An seine Erlösermission, nach welcher er den Touristen und Gastwirten Heil und Hülfe bringe, den Einen, dass sie wenig auszugeben brauchen, den Andern, dass sie wenig einnehmen und Beide ein angenehmes Leben führen können, glauben wir nicht, bis wir vernehmen, der „Tourist" habe sich für seine Ueberzeugung kreuzigen lassen.

Was die halb ernste, halb humoristische Schilderung der Leiden, denen der Gast in den meisten Durchschnittshotels ausgesetzt ist, betrifft, so hat der gelehrte Verfasser, Ernst Eckstein, seine Antwort in der „Wochenschrift", dem Organ des Internationalen Vereins der Gasthofbesitzer erhalten. Die Quintessenz desselben lautet: Das Durchschnittshotel leistet vollständig das, was es vom Gast als Gegenleistung bezieht.

Zum Schluss hält der „Tourist" den inserierenden Gastwirten einen Lobgesang, indem er sagt: „Glücklicherweise sind sie noch nicht „alle" und es gibt eine recht stattliche Anzahl, die sich durch Abmachungen seitens ihrer Presse nicht irre machen lassen."

Wem gilt dieser freudige Ausruf? Freut sich der „Tourist" über die Summe von Intelligenz, die den *inserierenden* Gastwirten innewohnt oder ist es das Dankbarkeitsgefühl gegen seinen Erhalter, der ihm das tägliche Brod bietet? Wer es weiss, wird um Aufschluss gebeten.)

La coopération des hôteliers au relèvement du mouvement des étrangers.

Sous ce titre, le „*Tourist*", journal berlinois, écrivait ce qui suit dans son numéro du 1er juillet:

„Lorsqu'en novembre dernier nous exposions dans un long article l'opportunité des mesures décrétées par l'assemblée générale de l'Union des sociétés allemandes de touristes en vue d'obtenir des rabais pour les membres de l'association, nous exprimions le doute que les vues développées dans la presse des hôteliers représentassent réellement et exactement les opinions et sentiments des propriétaires d'hôtels. A ce moment, toutes les feuilles spéciales s'étaient levées comme un seul homme et avaient solennellement déclaré que leurs lecteurs étaient en parfaite communion d'idées avec elles."

(*Note de la Rédaction*: C'est bien ainsi que les choses se sont passées, ce qui ressort d'ailleurs de l'accueil chaleureux et unanime qu'ont reçu les deux rapports (sur les abus en matière de rabais et les tarifs dérisoires, ainsi que sur les abus de la réclame) présentés à l'assemblée générale de l'Association des propriétaires d'hôtels les 11, 12 et 13 juillet à Cologne. S'il en était autrement, c'est-à-dire si l'accord n'existait pas complétement entre les feuilles spéciales et leurs lecteurs ou abonnés, il faudrait alors vraiment regretter les sommes que les sociétés d'hôteliers dépensent pour leurs bureaux centraux, leurs chefs, rédacteurs et journaux professionnels qui ont à sauvegarder et défendre les intérêts de ces sociétés.)

„*Tourist*": Dernièrement nous avons eu la preuve que les doutes émis jadis par nous avaient leur raison d'être. On se rappelle que l'origine de l'indignation des rédacteurs et de quelques hôteliers était la condition posée par la société des officiers allemands, comme quoi pour être reçu dans les „Facilités de voyage", l'hôtelier devait non seulement s'engager à accorder un rabais, mais encore verser une finance de 15 Mk. Or la dernière édition des „Facilités de voyage" ne contient pas moins de 228 hôteliers allemands et 214 étrangers, parmi lesquels des maisons de premier ordre, et qui non seulement ont accordé le rabais désiré, mais acquitté aussi la finance exigée de 15 Mk. Tous ces messieurs sont-ils donc des gens qui ne savent pas compter ou qui n'ont pas conscience de leur honneur professionnel? Ni l'un ni l'autre, à notre avis."

(*Réd.*: Ni l'un ni l'autre, à notre avis également; ni l'un, c'est-à-dire que 442 hôteliers allemands et étrangers aient passé sous les fourches des soi-disant „Facilités de voyage" et payé pour cela une finance; ni l'autre, c'est-à-dire que ces messieurs pussent, selon Adam Riese, taxer leur honneur professionnel. En admettant même qu'un chiffre plus élevé qu'on n'osait espérer d'hôteliers participent aux „Facilités", ce fait démontre tout bonnement et uniquement que le métier d'hôtelier se trouve dans une situation financière fort critique et regrettable au plus haut degré. „A défaut de grives, on mange des merles", ce proverbe s'adopte merveilleusement aux circonstances. Parmi les maisons de premier ordre citées par le „*Tourist*", figurent sans doute quelques hôtels par actions où la loi est faite par les conseils d'administration qui se préoccupent moins de l'honneur professionnel que de dividendes. Au surplus, on ne saurait discuter là-dessus avec le „*Tourist*". Nous sommes chacun à l'extrémité d'un arc de triomphe qui porte comme inscriptions d'un côté: „Soyez les bienvenus" et de l'autre: „Retourne d'où tu viens". Le „Tourist" et nous sommes chacun persuadés et pénétrés de la justesse de nos vues respectives).

„*Tourist*": Nous constatons aussi une augmentation du nombre des propriétaires d'hôtels qui — cela nous touche de plus près — accordent des faveurs spéciales aux membres des sociétés de touristes. Chaque nouvelle communication de ce genre a le don de mettre en fureur les journaux d'hôteliers qui s'empressent chaque fois de nous servir de vieux arguments réchauffés pour prouver que ces transfuges doivent ou bien écorcher leurs autres voyageurs ou bien se ruiner misérablement. La première de ces conclusions, suivant laquelle l'octroi de rabais ne peut être pratiqué qu'aux dépens des autres voyageurs, nous l'avons déjà pleinement réfutée; quant à la seconde, en dépit de toutes les assurances fournies d'autre part, la plupart des propriétaires d'hôtels eux-mêmes n'y ajoutent aucune foi.

(*Réd.*: Les arguments servis ne sont pas du réchauffé, les autres voyageurs ne sont pas exploités et l'hôtelier ne marche pas à sa ruine, mais les dupes, ce sont les voyageurs au rabais; en effet, dans 80 hôtels à rabais sur 100, il existe deux catégories de prix, l'une pour la clientèle connue et choisie, l'autre qui donne au rabais, sur la note, une apparence encore avantageuse.)

„*Tourist*": Nous croyons que le régime de nos hôtels allemands repose généralement sur des bases si solides que sa situation économique ne saurait être ébranlée par des mesures rationnelles tendant au relèvement du mouvement des étrangers, mesures qui naturellement exigent dans le présent certains sacrifices, que l'avenir d'ailleurs se chargera de compenser amplement."

(*Réd.*: La thèse relative aux solides fondations de l'hôtellerie allemande prouve simplement que son auteur comprend mieux son métier de rédacteur que la gestion d'un hôtel selon un mode rationnel. Il dit plus loin que l'hôtelier doit s'imposer certains sacrifices, mais qui aurait l'effronterie de lui en demander? Nous recommandons au „*Tourist*“ d'apprendre par cœur la divise de l'écrivain français *Conty*, auteur de manuels de voyages: „*Il y a des hôtels pour les grandes bourses, pour les bourses moyennes et pour les petites bourses.*“ Chacun trouve ce dont il a besoin. Celui qui élève des prétentions devra en fournir l'équivalent. La phase stéréotypique: „L'avenir nous en récompensera amplement“ ne profite à personne; d'aucuns l'interprétent autrement: „Amassez des trésors dans le ciel“. Ce principe est-il celui du „Tourist“ et le console-t-il de ses déboires? Si oui, nous sommes tout prêt à nous laisser convertir à ses idées.)

„*Tourist*“: „Il est évident qu'on ne peut traiter tous les hôtels d'une manière uniforme, les enquêtes des sociétés de l'Union l'ont démontré; on a constaté que dans certaines contrées il existe des hôtels simples et fort anciens dont on ne saurait vraiment exiger des rabais sur leurs prix déjà si modérés, mais personne ne s'avisera de généraliser ces cas isolés sans risquer d'aboutir aux conclusions les plus absurdes. Une feuille spéciale bien connue publiait récemment la note d'un hôtel viennois dont les prix étaient d'une horripilante exorbitance. Lorsque des prix fabuleux sont à l'ordre du jour pour bougie, service, chauffage, lorsqu'il faut payer 50 kreuzer la course d'un messager de l'hôtel au bureau de poste voisin, cela signifie ou bien que le propriétaire de l'établissement ne sait pas compter, ou bien que sa clientèle se compose de gens habitués à jeter l'argent par la fenêtre pour rendre la vie douce à un hôtelier. Dans tous les cas, les jérémiades sur les misérables bénéfices rognés encore par le rabais imposé, portent à faux.“

(*Réd.*: Dans tous les cas, ce qui porte à faux, c'est bien ce dernier argument. Voyez plutôt: une feuille spéciale bien connue (et faisant partie sans doute de la confrérie du „*Tourist*“) publie, à cause de son taux excessif, une note partiellement fort salée d'un hôtel de Vienne et la qualifie de normale pour prouver qu'il ne saurait être question de bénéfices misérables rognés encore par les conditions du rabais; que pensez-vous de ce moyen de preuve? n'est-il pas tendancieux et tout à fait conforme à la noblesse de sentiments du „*Tourist*“ qui ne demanderait pas mieux que de partager ces misérables bénéfices avec les hôteliers? Sans vouloir rompre une lance en faveur de l'hôtel inconnu de Vienne, nous croyons cependant qu'examinée de plus près, la chose se présenterait autrement. Il est possible qu'un voyageur à „*petite bourse*“ soit descendu en „*grand seigneur prétentieux*“ dans un hôtel pour „*grandes bourses*“ où il n'avait que faire. Peut-être aussi que le „*Tourist*“ ne fait pas de distinction entre un grand hôtel de résidence où chaque lit représente un capital de 6 à 9000 florins, et une auberge de campagne dont le capital de premier établissement ne se monte par lit qu'à 1500 ou 2000 Mk?)

(La fin prochainement.)

Den Gipfel der Unverfrorenheit

in Bezug auf Annoncenbettel hat ein Herr *G. Neumann,* Inhaber einer sog. „*International Central Agency*“ in *Aachen* erklommen. Ein charmanter Herr, dieser Herr Neumann, gescheidt und schlagfertig, ein Mann, der die Situation beim Schopf zu fassen und auszunützen weiss. Wenn Einer es versteht, alten Kohl an einer neuen Sauce so mundgerecht zu machen, dass man auf den ersten Blick glaubt, das als Gourmandise kürzlich eingeführte unübertreffliche chinesische Gemüse vor sich zu haben, so ist er doch gewiss ein Meister.

So ungefähr präsentiert sich uns Herr Neumann in seinem vor einigen Tagen von Stappel gelassenen Circular, welches also lautet:

„Seit dem Erscheinen unseres Mai-Circulars haben wir die Genugthuung gehabt, dass auf der am 11. Juni zu Köln abgehaltenen General-Versammlung des Internationalen Vereins der Gasthofbesitzer einer, genau unsere eigenen Ziele verfolgenden Abhilfe des bisherigen Reklame-Unwesens und der Anzeigen-Jägerei in beredter Weise das Wort gesprochen wurde. Auch von anderer, fachmännischer wie privater Seite wurde uns Anerkennung zu Teil und so senden wir heute das Juli-Circular unseres bedeutend verbesserten und vergrösserten *Hotel-Kollektiv-Inseraten-Systems* (in dreizehn ausländischen Zeitungen) mit den besten Glückwünschen hinaus und in der Erwartung, dass unsere durch langes Studium einer vernünftigen und zugleich erfolgreichen Reklame gezeitigten Prinzipien, Vorteile und Zwecke eine allgemeine Aufnahme zur Entlastung der bisherigen ungeheuern Reklamespesen finden werden.

Nur durch ein geschlossenes Zusammengehen der beteiligten Kreise kann diese Pestbeule — wie Herr Lehr-München auf der letzten Versammlung zu Köln das heutige Inseratenwesen so treffend bezeichnete — beseitigt werden, und sind wir, falls wir allseitige Unterstützung finden, in der angenehmen Lage, unseren verehrlichen Abonnenten noch weitere Vorteile und grössere Ersparnisse bieten zu können.“

Was also die HH. G. L. Daube in Köln unter „*Kollektiv-Annonce in 8 Zeitungen*“, Louis de Vries in Gand „*in 30 Zeitungen*“, M. Pœtzl in Frankfurt „*in 10 englischen Zeitungen*“ und noch Andere mehr, schon vor Jahren als unübertroffene und einzig zweckmässige Reklame empfohlen, teils aber wegen mangelndem Verständnis (sic) seitens der Hoteliers schon längst wieder als verbraucht beseitigten oder unter unsäglichen Wehen weiter vegetieren lassen, das entdeckt nun der neue Kolumbus, Herr G. Neumann, noch einmal.

Die Erfindung ist also nicht neu, jedoch ist die Form, in welcher sie bekannt gegeben wird, so *ingeniös,* dass es wirklich schade wäre, wollten wir dieses Rezept unsern Lesern vorenthalten. Vielleicht finden sich doch noch solche, denen der geniale Herr Neumann zu imponieren vermag.

Wenn wir nun noch beifügen, dass der Beschluss der Kölner Versammlung, Kollektiv-Reklame nach eigener Wahl und *ohne die Vermittlung irgend eines Agenten* voraussieht, so ist Jedem der Fingerzeig gegeben, wie er sich der Neumann'schen Entdeckung gegenüber zu verhalten hat.

Les listes d'étrangers.

(Correspondance.)

Dans le N° 29 de ce journal, un correspondant s'exprime en termes fort dédaigneux sur l'envoi de listes d'étrangers aux autres hôtels, pensions, etc. Son opinion est un point de vue auquel on *peut*, mais auquel on ne *devrait* selon nous pas se placer. Il nous semble toutefois infiniment puéril et égoïste de ne laisser pénétrer dans un salon de lecture aucune liste d'étrangers d'autres localités, de peur qu'un voyageur ne prenne l'envie de quitter l'endroit pour suivre le prince X ou le comte Y. A notre avis, ces appréhensions sont exagérées, sinon absolument dénuées de fondement. A ce point de vue égoïste, il faudrait proscrire toutes les listes collectives d'étrangers, car il pourrait arriver qu'un hôtel soufflât un voyageur à un autre hôtel. Les listes d'étrangers des stations climatériques des Grisons, des hôtels du lac des Quatre-Cantons et de l'Oberland bernois, feuilles généralement bien accueillies, ne seraient donc, suivant la théorie de l'honorable correspondant, que de la pure bêtise, tout comme les listes d'étrangers de certaines grandes localités avec plusieurs hôtels, p. ex. Ragaz, Baden, Louëche. Pour être logique, il faudrait également renoncer à toute annonce collective; en effet si l'insertion collective de dix hôtels engageait trois étrangers à se rendre dans la localité recommandée, il s'en suivrait que sept hôteliers au moins auraient payé de leur poche pour procurer des voyageurs à leurs concurrents.

On pourrait longuement développer ce sujet.

Pourquoi le maître d'hôtel exploite-t-il son établissement? Disons-le carrément et franchement: c'est pour faire de l'argent. Il atteindra le mieux son but, si sa maison héberge beaucoup de voyageurs de qualité supérieure. De son côté l'étranger retourne le plus volontiers là où il est traité le mieux et à des prix raisonnables. Parmi les agréments les plus recherchés de beaucoup de voyageurs figure le salon de lecture, non seulement en ce qui concerne la politique, les romans, etc., mais à cause aussi des listes d'étrangers dont un grand nombre de gens parcourent les longues colonnes pour y chercher le nom d'un ami ou d'une connaissance. Il y a de ces originaux et leur chiffre est considérable. Et pourquoi pas en définitive? Ces listes de noms sont pour le moins aussi intéressantes que les cours de la bourse. Quand le temps est mauvais, toute lecture est la bienvenue au pensionnaire condamné à la réclusion, car elle lui abrége les heures de la journée. Ch. St. peut être certain que les idées émises ici sont le résultat de l'observation et de l'expérience de longues années.

Ainsi donc, ne surchargeons pas trop le panier aux chiffons. Nous croyons qu'un hôtel ou tout établissement similaire n'agit point contre ses intérêts en permettant l'accès de son salon de lecture aux listes d'étrangers d'autres localités. *F.*

Unsere Fremdenblätter.

In No. 28 der „Hôtel-Revue“ bezeichnet eine Korrespondenz die „Fremdenblätter“ als „wertlos“ und „Schwindel“ und giebt den Herausgebern die wenig erfreuliche Versicherung, „dass in neun von zehn, wenn nicht in allen Fällen, sämtliche Fremdenblätter in den Papierkorb wandern“.

Über den Wert der Fremdenlisten resp. Fremdenverzeichnisse wollen wir uns mit Ihrem Korrespondenten nicht streiten. Wer vor der Konkurrenz derart Angst hat, dass er die Fremdenverzeichnisse eines andern Ortes in den Papierkorb wirft, den wollen wir nicht zu überzeugen suchen, dass es viele Fremde interessiert zu erfahren, wo sich Freunde oder Bekannte aufhalten, und dass sie doch nicht abreisen, wenn sie sich behaglich fühlen, da wo sie einlogiert sind. —

Wir haben denn auch einzig zur Feder gegriffen, um Ihren Korrespondenten und allfällige Gleichgesinnte zu bitten, die ihnen zugehenden Fremdenlisten einfach zu refüsieren. Es kostet sie dies nicht so viel Mühe, als die Hand zum Papierkorb auszustrecken. Ersteres hat *einmal* zu geschehen, letzteres aber wöchentlich, vielleicht täglich — und dazu kommt noch der sich stets wiederholende Ärger. Wir gehören zu denjenigen, die nicht zudringlich sein wollen und gerne das Geld für unnütze Porti sparen möchten. Wir wären daher sehr dankbar und mit uns gewiss auch unsere Kollegen, wenn derjenige, dem die Zeitung nicht genehm ist, dieselbe refüsieren würde, anstatt in den Papierkorb zu werfen. *Th. C.*

Anmerkung der Redaktion. In einer der nächsten Nummern werden wir uns erlauben, in dieser Angelegenheit ein Wort mitzusprechen.

Rundschau.

Vierwaldstättersee. Linksufrige Bahn. Nach dem „Basler Volksblatt“ soll die Ausführung der linksufrigen Vierwaldstätter-See-Bahn gesichert sein.

Zug. Bei den zuständigen Behörden liegt das Konzessionsgesuch für Errichtung einer elektrischen Strasseneisenbahn von Zug über Aegeri nach Sattel (Südostbahnstation). Damit würde eine ungemein ansprechende neue Touristenlinie eröffnet.

Tessin. Die „Riforma“ macht die Gotthardbahnreisenden darauf aufmerksam, dass auf der Station Chiasso Taschendiebe ihr Gewerbe betreiben, ohne dass es bis jetzt gelungen wäre, einen derselben habhaft zu werden.

Baselstadt. Der Regierungsrat hat die vom Baudepartement abgeschlossenen Vereinbarungen betreffend Bau und Betrieb der elektrischen Strassenbahn zwischen dem schweizerischen Centralbahnhof und dem badischen Bahnhof in Basel genehmigt.

Poststückverkehr mit dem Ausland. 1) Poststücke nach Portugal können wieder über Hamburg Beförderung erhalten. 2) Ferner können vom 1. August nächstkommend an Poststücke nach Serbien bis zum Gewichte von 5 kg. und mit einer Wertangabe bis 500 Fr. zur Spedition angenommen werden. Die Werttaxe beträgt 15 Rp. für je 300 Fr. der Wertangabe.

Eisenbahn Varese-Porto Ceresio. Diese neue Zufahrtslinie zum Luganersee ist am 19. ds. dem Betriebe übergeben worden. Die Linie misst bloss 14,2 km., hat eine Maximalsteigung von 19,89 Prozent, drei Zwischenstationen und weisst drei kleine Tunnel auf, von denen der grösste eine Länge von 323 Meter hat. Sie wird als Sekundärbahn betrachtet und behandelt. Der Betrieb derselben liegt in den Händen der Mediterranea.

Berner Oberland. Herbe Klagen ergehen wieder über ärgerliche Plackereien gegenüber den Touristen. Die Brücke über den Handeckfall ist abgesperrt und das Betreten derselben mit einer Busse von 6—75 Fr. bedroht. Die Regierung hat dem Pächter von Grimsel und Handeck die Erhebung einer Zutrittstaxe verboten. Nun lässt der Herr und die mit ihm verbündete Bäuert Guttannen die Brücke zerfallen; auch die Schutzmauer über derselben ist gänzlich zerstört. Um der Haftpflicht für etwaige Unfälle zu entgehen, verbieten die beiden einfach den Zutritt. So versteht man in einzelnen Teilen des Berner Oberlandes die Hebung des Fremdenverkehrs.

Französische und spanische Weine. Aus weinbautreibenden Kreisen der Westschweiz wird darauf aufmerksam gemacht, dass in Zukunft französische Weine zollfrei nach Spanien eingeführt werden können, um nachher mit spanischen Weinen gemischt oder auch pur, mit spanischen Ursprungszeugnissen versehen, überallhin als Produkte Spaniens versandt zu werden. Angesichts des Umstandes, dass französische Fassweine nach der Schweiz gegenwärtig mit dem Differenzialtarif von 25 Fr. belastet sind, während sie als spanische Weine nur den Vertragszoll von Fr. 3. 50 zu entrichten haben, ist die Angelegenheit von Bedeutung. Die welschen Blätter mahnen daher zum Aufsehen. Wie wir vernehmen, hat man auf dem Departement des Auswärtigen der Sache bereits volle Aufmerksamkeit geschenkt und das Generalkonsulat in Madrid um nähere Informationen über den Sachverhalt ersucht, damit nötigenfalls die erforderlichen Massnahmen getroffen werden können.

Druckluft-Strassenbahnen. In Paris giebt es Strassenbahnen, die durch Pferde, Dampf oder Elektrizität betrieben werden. Jetzt scheint Druckluft an die Reihe zu kommen, um den Sieg davon zu tragen. Die Probefahrt mit Druckluft auf den vom Louvre nach Sèvres, Saint-Cloud und Versailles führenden Bahnen sind beendigt und haben vollständig befriedigt. Dieser Tage wird der Betrieb ganz durch Drucklufmaschinen eingerichtet sein. Eine solche Maschine schleppt drei grosse Wagen mit bedachtem Verdeck zu je sechszig Personen, wozu bisher zusammen zwölf Pferde erforderlich waren. Drucklufmaschinen sind der Dampfkraft vorzuziehen, schon weil sie weniger Raum bedürfen. Dampfwagen ohne Feuerung versagen manchmal, da der mitgenommene Dampfvorrat nicht immer ausreicht. Die Elektrizität unterliegt oft Störungen durch die Witterung. Mittelst Druckluft wird auch baldigst die Strassenbahn nach Vincennes betrieben werden. Da dreiviertel der Ausgaben durch die Pferde verursacht werden, deren Leistungen dabei Schranken unterliegen, wird der Strassenbahnbetrieb mittelst Druckluft eine namhafte Ersparnis bedingen.

Litterarisches.

Wie bekannt, unterhält die **Jura-Simplon-Bahn-Gesellschaft** in Gemeinschaft mit anderen Interessenkreisen der Westschweiz ein speziell ihrem Réseau dienendes Auskunftsbureau in London und lässt sie es sich angelegen sein, durch das Mittel der Reklame auf die Hebung des Fremdenverkehrs der Westschweiz nach Kräften einzuwirken. Vor einigen Tagen sind zu diesem Zwecke diverse illustrierte „Führer“ und Pläne in Verbindung mit einem praktisch und übersichtlich zusammengestellten Fahrplanbuche in französischer und englischer Sprache erschienen. Namentlich ist der kleine „Führer“, der in gedrängter Form alles wissenswerte über eine Reise durch die Westschweiz enthält, ein Bijou unter seinesgleichen; originelle, geschmackvolle und höchst elegante Ausführung. Ferner eine sehr übersichtliche, das ganze Gebiet der Jura-Simplon-Bahn umfassende, mit einem hübsch illustrierten Umschlag versehene Reisekarte und im Anhang an das Kursbuch eine Fülle nützlicher, das Reisen erleichternde Ratschläge und Aufschlüsse.