Objekttyp: **FrontMatter**

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

Band (Jahr): **4 (1895)**

Heft 30

PDF erstellt am: **06.06.2024**

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 27. Juli 1895. — **Bâle,** le 27 Juillet 1895.

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

4. Jahrgang — 4me 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. 21, Basel. Telegramm-Adresse: „Hôtelrevue Basel.“ — TÉLÉPHONE No. 1573. — Rédaction et Expédition: Rue des Etoiles No. 21, Bâle. Adresse telegraphique: „Hôtelrevue Bâle.“

An die Herren Hoteliers der Schweiz!

Wir erlauben uns, an die baldige Einsendung der beantworteten Fragebogen für die Hotelstatistik der Genfer Landesausstellung zu erinnern.

Gruppenkomite 23
Subkommission „Statistik“
O. Hauser.

A Messieurs les Hôteliers de la Suisse!

Nous prenons la liberté de vous rappeler que les questionnaires relatifs à la statistique des hôtels pour l'Exposition nationale de Genève doivent être retournés, dûment remplis, dans le plus bref délai possible.

Comité du Groupe 23
Sous-commission de la „Statistique“
O. Hauser.

Mitglieder-Aufnahmen. Admissions.

		Fremdenbetten
1.	Herr Achille Mislin, Hotel National, Zürich	135
2.	„ H. Kimmel, Hotel Scholl, Ragaz	45
3.	„ Heinr. Müller, Hotel Krone, Ragaz	30

Eine praktische Anregung

kommt uns von Interlaken, von einem unserer dortigen Mitglieder, nämlich, wir möchten in der „Hôtel-Revue“ die Tagespreise der hauptsächlichsten Konsumartikel für den Bedarf in Hotelküchen periodisch veröffentlichen. Wir haben diesen Gedanken in Anbetracht der Nützlichkeit desselben sofort zu dem unserigen gemacht und geprüft, in welcher Weise sich derselbe am zweckentsprechendsten und zuverlässigsten verwirklichen lasse. Wir verhehlen uns nicht, dass namentlich der letztere Punkt, die Zuverlässigkeit, die Hauptschwierigkeit bietet; mit andern Worten, dass es wohl leicht sein wird, an den in Betracht fallenden Orten Personen (Hoteliers) zu finden, die sich bereit erklären, uns diesbezüglich an die Hand zu gehen. Hauptbedingung wäre dabei jedoch die, dass wir uns auf regelmässige und pünktliche Einsendung von zuverlässigen Preisen müssten verlassen können. Leider hat uns die Erfahrung schon zur Genüge gelehrt, dass die Zuverlässigkeit der Herren Hoteliers *ausserhalb* dem Rahmen ihres Geschäftes nicht ganz einwandfrei ist und deshalb macht uns die Verwirklichung obiger Idee einige Sorge. Immerhin wollen wir hoffen, dass sich Korrespondenten finden, welche den Wert einer solchen Preisliste einsehen und gerne bereit sind, uns nach Bedarf die nötigen Angaben zu übermitteln, um so eher, als wir denselben die Mühe so viel wie möglich erleichtern werden durch Herstellung von gedruckten Formularen, in welche nur die Zahlen einzutragen sind.

Als in Betracht fallende Orte bezeichnen wir: *Basel, Bern, Chur, Genf, Interlaken, Lausanne, Luzern, Montreux, Neuenburg, St. Gallen* und *Zürich.*

Als Hauptkonsumartikel würden aufgeführt: *Fleisch*: Rindfleisch, Kalbfleisch, Schweinefleisch und Schlaffleisch, worunter je zwei Hauptspezialitäten. Ferner *Geflügel*, mit Benennung der verschiedenen Sorten. *Fische*, unter Bezeichnung der gebräuchlichsten Spezies. *Butter*, Tafelbutter und Kochbutter. *Eier, Brot, Gemüse, Käse*; diese wiederum in mehr oder weniger detaillierter Aufführung.

Wir sind überzeugt, dass aus den Zusammenstellungen der Warenpreise aus den 12 benannten Orten ganz überraschende Resultate zu Tage gefördert werden, die für unsere Leser umsomehr von Interesse und Nutzen sein werden, je weniger die Zuverlässigkeit der Angaben bestritten werden kann. Selbstverständlich kann es sich hier nur um Angabe von Einheitspreisen handeln, was aber nicht ausschliesst, dass die Preisdifferenzen oft derart sein werden, dass, selbst die Frachtspesen hinzugerechnet, ein Bezug gewisser Artikel von anderswo her als dem gewohnten Orte, von Nutzen sein oder aber, dass man an Hand dieser Angaben bei seinem Lieferanten vorstellig werden kann.*)

*) Wir kennen einen Lokalverein von Hoteliers, dessen Mitglieder sich gegenseitig auf gedrucktem Formular die Preise ihrer Lieferanten mitteilen, und bei diesem Verfahren hat es sich schon zu wiederholten Malen herausgestellt, dass ein und derselbe Lieferant an verschiedene Abnehmer seines Ortes die gleiche Qualität Ware zu verschiedenen Preisen abgab.

Hiemit hätten wir die Anregung vor das Forum unserer Mitglieder und Leser gebracht in der Erwartung, es werde sich an jedem der benannten Orte jemand finden, der sich der Mühe zu unterziehen bereit erklärt, gleichzeitig aber auch die Pflicht übernimmt, regelmässig, pünktlich und mit zuverlässigen Zahlen des übernommenen Amtes zu walten.

Es soll uns angenehm sein, baldigst Namen von Bereitwilligen notieren zu können, damit die erste Preisliste noch diesen Sommer und dann in periodischer Weise alle 14 Tage erscheinen kann.

Journalistische Unkorrektheiten.

Von befreundeter Seite erhalten wir folgenden Zeitungsausschnitt aus einem deutschen Blatt, leider konnten wir nicht ausfindig machen, aus welchem, da der Ausschnitt unserm Gewährsmann von einem Reisenden ohne weitere Angaben zugesandt wurde. Die sehr tendentiös gehaltene Korrespondenz des betreffenden Blattes lautet:

„Ueber die zunehmende Unsicherheit in Luzern entwirft unser C-Korrespondent folgendes Bild: In geradezu unheimlicher Weise häufen sich jetzt hier in Luzern die Anfälle auf Frauen und Kinder, und zwar ist festgestellt worden, dass die Schuldigen fast ausnahmslos unter den in Luzern zeitweise mit Erdarbeiten beschäftigten Italienern zu suchen sind. Seit Monatsfristen haben schon vier solche Ueberfälle stattgefunden. Auf der Rehalp attakierte ein Strolch eine junge Frau am hellen Tage, als sie mit ihren Töchtern Blumen suchte. Zum Glück hatte sie genug Geistesgegenwart, das von ihm bereits gezückte Messer festzuhalten. Darauf aber suchte er die Dame zu würgen, als das Kind um Hilfe schrie und dadurch mehrere Passanten herbeirief, welche den Strolch nach heftiger Gegenwehr entwaffneten und dingfest machten. Infolge dieser Vorfälle herrscht in der ganzen deutschen Schweiz gegen die Italiener eine tiefe Erbitterung, und dürfte es soweit kommen, dass man sie zu Erdarbeiten überhaupt nicht mehr verwendet.“ —

— Sehr klassisch drückt sich auch ein Artikel der Januarnummer der in London erscheinden *„Review of Reviews“* aus. Die kurze, wesentliche Uebersetzung des Artikels betitelt *„The mediæval baths of Switzerland“* lautet:

„Nicht weit von Zürich liegen Schwefelquellen, welche sich heute noch unter der anständigen und seriösen Schweizerbevölkerung *eines bescheidenen Rufes erfreuen (mild reputation).* Dieselben wurden durch die Römer entdeckt, benannt und benützt und liegen in Baden im Aargau. Diese Quellen und Bäder waren von keiner grossen Be-

Feuilleton.

Les Américains en villégiature.

(Tiré du Supplément illustré du *„Petit Journal“* de Paris.)

L'hôtel est, en Amérique, une des plus puissantes *attractions*... pour les Américains et, surtout, les Américaines.

Quand nous voyageons, nous autres Européens, nous descendons à l'hôtel, parce que nous ne saurions avoir partout un pied-à-terre ou un ami prêt à nous recevoir; autrement dit, nous allons à l'hôtel parce que nous ne pouvons pas faire autrement. Quand nous quittons notre bon lit, notre bonne table, pour aller *tartariner* un brin, nous nous disons: „Ce qui est ennuyeux, c'est qu'il faudra vivre à l'hôtel pendant un mois ou deux; ma foi, tant pis, j'endurerai l'hôtel, je tiens à aller en Suisse, ou en Ecosse, ou en Italie.“ Le but du voyage c'est de voir des pays nouveaux, de faire de belles excursions, de gravir des montagnes, etc., et l'hôtel est le seul moyen d'arriver à ce but.

En Amérique c'est différent: le but du voyage, c'est l'hôtel.

On fait trois, quatre et cinq cents lieues pour aller passer quinze jours à l'hôtel. La conversation des Américains qui ont voyagé ne roule pas principalement sur les points de vue qu'ils ont découverts, sur les excursions et les promenades qu'ils ont faites, mais sur le mérite respectif des hôtels où ils sont descendus. Les hôtels sont pour eux ce que sont pour nous les cathédrales, les monuments, les ruines, les vieux châteaux, les lacs, les montagnes, et tout ce que la nature offre de plus beau aux yeux de l'homme.

Je suis allé voir les Américains en villégiature au mois de février. Pendant les mois de janvier, de février et de mars, toute la société de New-York, de Boston et des grandes villes du Nord se rend dans la Floride pour s'y chauffer à un soleil généreux et y contempler les orangers. Jacksonville et Saint-Augustin sont pour l'hiver ce que sont pour l'été Saratoga, Newport et Long-Branch, le rendez-vous de tout ce qui a la moindre prétention à une place dans le monde fashionable.

Mais que vont-ils faire à Jacksonville et à Saint-Augustin, tous ces Américains en quête de plaisir et de repos? Vous croyez peut-être que, le matin, ils partent en masse faire de longues excursions dans le vosinage ou sur la rivière, qu'ils organisent des pique-niques, des cavalcades et mille autres parties de plaisir?

Rien de tout cela. Ils se lèvent, mangent et vont sur les terrasses de l'hôtel se balancer pendant trois ou quatre heures sur des fauteuils à bascule; puis ils mangent et vont reprendre leurs sièges sur la terrasse; puis ils dînent et vont dans les salons écouter la musique d'un orchestre en se balançant jusqu'à l'heure du coucher. Et pourtant qu'il y a de choses à voir dans cette délicieuse petite ville de Jacksonville; qu'elle est jolie et pimpante cette forêt d'orangers émaillée de chalets!

Les femmes descendent vers huit heures du matin pour déjeuner, vêtues de robes de soie et couvertes de diamants. Et quel déjeuner! D'abord une orange et des bananes pour refraichir et huiler l'appareil digestif; puis du poisson, du lard et des œufs, un beefsteack ou des côtelettes aux pommes, des galettes d'avoine, des confitures et des marmelades.

En France, on regarde la carte, on l'étudie, on discute les plats, on les assortit discrètement et artistiquement dans l'esprit avant de leur faire faire plus ample connaissance dans l'estomac. On est gourmet. En Amérique, on se demande combien de ces plats on pourra se fourrer sur la conscience. C'est tant par jour. Les gens qui mangent modérément payent pour les gloutons. Nos tables d'hôte à prix fixe auraient vite à fermer boutique si leur clientèle était américaine.

— Que vous mangez peu, vous autres Français! me disait un jour un Américain en me voyant commander du café au lait et du pain et du beurre pour mon déjeuner.

— Mais, lui dis-je, vous vous trompez: à huit heures du matin je n'éprouve pas le besoin de dîner.

Plus l'hôtel est immense, plus il a de valeur aux yeux des Américains. Un petit hôtel tranquille, bien tenu, où la cuisine étant faite pour une vingtaine de personnes, et non pour mille, le bœuf n'a pas le même goût que le mouton, un hôtel où l'on vous connaît, où l'on vous appelle par votre nom et où vous êtes autre chose que n° 578 comme au bagne, ce genre d'hôtel n'attire pas l'Américain. Il lui faut du grand, de l'énorme, de l'immense. Il juge de tout par la grosseur.

Jacksonville et Saint-Augustin possèdent une vingtaine d'hôtels capables chacun d'accomoder de six cents à mille personnes. Ces hôtels sont bondés du 1er janvier au 31 mars. Toute la société américaine y est représentée: millionnaires, banquiers, hommes de lettres, ministres de tous les cultes, etc.[1])

[1]) Comme en Angleterre, vous verrez les ministres protestants, dans tous les bons coins, se reposer de leurs pénibles labeurs. Y a-t-il des pasteurs dans tel ou tel lieu? N'hésitez pas, allez-y. Ils savent dénicher tous les bons endroits.