Kleine Chronik

Objekttyp: **Group**

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

Band (Jahr): **6 (1897)**

Heft 13

PDF erstellt am: **26.05.2024**

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

Kleine Chronik.

Edinburg. Das Hotel Royal ging für 2 Millionen Mk. an eine Aktiengesellschaft über.

Lugano. Seit 18. März führt die Salvatorebahn ihre regelmässigen Fahrten wieder aus.

Vulpera. Wie die „N. Z. Z.“ berichtet, soll Hr. Kaspar Pinösch die Direktion des Waldhauses abgegeben haben.

Uetlibergbahn. Der Verwaltungsrat der Uetlibergbahngesellschaft beantragt für 1896 1 Prozent Dividende, gegen 2 Prozent im Vorjahre.

Bern. Das Hotel Schweizerhof wurde an Herrn E. Wagner-Wenger zum Preise von 770,000 Fr. verkauft. Auf 1. Mai findet die Uebernahme statt.

Genf. Der König von Siam mit Gefolge von 50—60 Personen wird gegen 25. Mai für längern Aufenthalt hier absteigen; er hat im Landhaus Louis Favre Zimmer bestellt.

Vevey. Une ligne téléphonique directe vient d'être établie entre Vevey et Martigny; elle est appelée à rendre de grands services aux hôtels du Valais où le résau s'organise, et dont Martigny sera le centre.

Locarno. Wie uns gemeldet wird, darf die Saison dieses Jahr infolge des ungewöhnlich schönen Wetters als eine ganz gelungene bezeichnet werden. Seit 4 Wochen sind alle Hotels und Pensionen angefüllt.

Basel. An Stelle des zurückgetretenen Direktors des Hotel Storchen, Herr L. Bazell, wurde unter 27 Bewerbern Herr P. Goerg, früher Besitzer des Hotel National in Ragaz, gewählt. Herr Goerg hat seine Stelle bereits angetreten.

Alpnachstad. Das Hotel und Pension Pilatus nebst Dependenzen, sowie das Hotel Klimsenhorn auf dem Pilatus sind von Hrn. Regierungsrat Britschgy an dessen Schwiegersohn, Hrn. Alois Müller-Britschgy (vom Hotel Furka) käuflich übergegangen.

Hertenstein. Das Hotel Hertenstein bei Weggis ist von Frl. Knörr an Hrn. Arthur Synnberg um 650,000 Fr. verkauft worden. Die erwerbende Firma beabsichtige weitere Hotelbauten; doch wird der gegenwärtige Pächter, Hr. Meyer, noch dort verbleiben.

Thunerhof und Bellevue in Thun. Die Jahresrechnung pro 1896 der Aktiengesellschaft Hotels Thunerhof und Bellevue in Thun schliesst mit einem Gewinnsaldo von Fr. 2121. 42, welcher auf neue Rechnung vorgetragen wird. Das Aktienkapital von 700,000 Fr. bleibt für 1896 ohne Dividende.

Frankfurt a. M. † Diese Woche ist Herr Theodor Drexel, Mitinhaber der Weingrosshandlung Gebrüder Drexel, im 61. Lebensjahre gestorben. Sein Name ist weit über die engeren Grenzen der Stadt hinausgedrungen, nicht nur als früheren Mitbesitzer des „Hotel Drexel“ und des „Russischen Hofes“, sondern auch als jahrelangen Vorsitzenden des Internationalen Vereins der Gasthofbesitzer.

Montreux. Die Kursaaldirektion steht mit der französischen Bühnenkünstlerin Sarah Bernhard in Unterhandlung behufs einer einmaligen Aufführung der „Tosca“. Die ganze Pariser „Renaissance“-Truppe soll engagiert werden. — Grosse Vorbereitungen werden auf das im Monat Mai stattfindende „Fest der Narzissen“ getroffen. Hauptnummern des Festes sind ein Festzug mit allegorischen Gruppen und ein Blumencorso.

Die Vitznau-Rigi-Bahn ist bis nach Rigikaltbad eröffnet. Seit dem 24. März kursieren täglich, wenn die Witterung es gestattet, zwei Züge nach folgender Fahrordnung. (Die frühere Bedingung, dass wenigstens für 5 Reisende Billete bezahlt werden müssen, besteht nicht mehr.) Fahrordnung:

Luzern	ab: 10.50	2.20	Rigikaltbad	ab: 2.16	5.45
Vitznau	an: 11.40	3.05	Vitznau	an: 3.03	6.32
Vitznau	ab: 11.43	3.10	Vitznau n. Luzern	ab: 3.55	6.45
Rigikaltbad	an: 12.30	3.58	Luzern	an: 4.55	7.45

Bern. Beim Brand des Bahnhofbuffets soll sämtliches Silber- und Glasgeschirr im Werte von 20,000 Fr. zu Grunde gegangen sein. Frau Weber hat bereits Vorsorge getroffen für den notwendigsten Ersatz der abgebrannten Restaurationslokalitäten. Ein Teil des Aussteigeplatzes beim Treppenaufgang wurde durch Anbringung einiger Wände in einen Restaurationsraum verwandelt. Die offene Eingangshalle gegenüber dem Schweizerhof wird mittels Anbringung von Glaswänden ebenfalls als Buffet eingerichtet werden und der Zeitungskiosk muss weichen. Ein anderer grosser Eckraum des weitläufigen Bahnhofes hat als Wartesaal zu dienen. Die Neubauten in den Restaurations- und Wartesälen hofft man in 3 Monaten vollendet zu sehen.

Briefkasten.

Nach Zürich. Das von dem Verband deutscher Beamtenvereine unter dem Titel „Vergünstigungen“ herausgegebene Buch ist schon zu wiederholten Malen als das hingestellt worden, was es ist: ein Verzeichnis *erpresster* Vergünstigungen, für dessen Herausgabe die Hoteliers die Kosten und noch einen hübschen Profit bezahlen.

A la Société de l'Industrie des Hôtels, Genève. Après examen de la convention que vous avez passée avec le „New York Herald“ pour une publicité devant être faite dans ce journal pendant 3 ans, nous estimons que vous ne pouvez pas vous soustraire à votre engagement. Dans ces conditions, et malgré la mise à l'index, par notre Société, de ce journal, vous êtes bien obligé de continuer encore cette année et la suivante la publicité que vous avez commancée au mois de Juin 1896, c'est-à-dire, avant que ce journal avait lancé ces infamies contre les hôteliers.

Nach Basel. Die „Wiener Medizinische Wochenschrift“ geht auch auf den Fang, sie ist überzeugt, dass die Grosszahl der Erholungsreisenden Oesterreich-Ungarns von jetzt ab nur noch nach der „schönen Schweiz“ reist, (wie hübsch das klingt) es ist daher von „eminenter“ Bedeutung, dass man ihre Spalten mit Annoncen füllt. Die Aufnahme eines Inserates nach dem Schema, wie im Buche „Die Hotels der Schweiz“ offeriert sie bei 16maligem Erscheinen während 4 Monaten in einer Auflage von 3000 Exemplaren für „nur 80 Franken“ mit dem Bemerken, dass der normale Insertionspreis 200 Fr. betragen würde. Nach dem Ausnahmetarif der „Medizinischen Wochenschrift“ berechnet, würde eine Annonce in die „Hotels der Schweiz“ mit der zukünftigen Auflage von 60,000 Exemplaren 20 × 80 Fr. = 1600 Fr. betragen.

Nach Baden. Das von Dr. A. Kühner in Frankfurt herausgegebene Büchlein „Sommerfrischen und Erholungsstätten haben wir bereits schon einmal erwähnt. Es ist ja sehr bezeichnend, dass der Verfasser einen Vergleich zieht zwischen Baden-Baden, Baden bei Wien und Baden in der Schweiz und dass er dabei zu dem Schluss kommt, Baden-Baden gebühre gegenüber Baden bei Wien die Palme und was Baden in der Schweiz betreffe, so könne dessen landschaftliche Schönheit überhaupt nicht in Betracht kommen. Das Büchlein ist hauptsächlich geschrieben, um für die Kurorte Deutschlands Reklame zu machen; es werden deshalb auch nur diese als „Blechmusik“ herbeigezogen worden sein, andernfalls hätte der Verfasser gewiss auch das schweizerische Baden ins richtige Licht zu stellen gewusst. Mensch ärgere Dich nicht.

Nach Interlaken. Das Reklamebuch „*Health and Pleasure Ressorts of Europe*“ haben wir in Nr. 19 vorigen Jahres unter dem Titel „Um mindestens 10 000 Fr. erleichtert“ einer Kritik unterzogen, die, nachdem wir den Inhalt des Buches gelesen hatten, selbstverständlich abfällig ausfallen musste, gerade so abfällig, als das Urteil des Verfassers des betr. Buches über die Reiseverhältnisse in der Schweiz lautet. Wir hatten am Schlusse unserer Kritik die Bemerkung eingeflochten, dass unsere Warnung kaum etwas nützen dürfte, man werde sie lesen und dabei denken: „so, da bin ich mit meiner Annonce wieder einmal schön reingefallen“, das nächste Mal aber werde man dem Reisenden neuerdings unterzeichnen. Es ist dann auch richtig so gekommen; die neue Auflage bringt nicht nur die früheren Annoncen wieder, sondern noch einige Dutzend neue dazu. Wir verzichten deshalb darauf, dieses „Werk“ nochmals zu beleuchten.

Nach Chur. Das kürzlich in Budapest im Hotel Royal entstandene „Bäder-, Kurorts- und Reisebureau“ reiht sich würdig der Grosszahl der schon bestehenden an, deren Zweck weiter nichts ist, als „im Interesse des Fremdenverkehrs“ Geld zu machen. Es sieht sich bald ein jeder berufen, an dem „leicht verdienten“ Gelde des Hoteliers zu partizipieren. Wir möchten daher den Vorschlag machen, dass sämtliche Rabatt-Gesellschaften einmal ein Jahr den Betrieb aller Schweizer Hotels übernehmen sollten unter Zusicherung derjenigen 20 Proz. von den Einnahmen an die Hoteliers, welche sie von ihnen für die Zuweisung von Fremden verlangen. Sie würden ein zweites Mal den Tausch kaum eingehen wollen. Demjenigen Gastwirt, der seine Gäste ungleich behandelt, indem er vom einen den vollen Preis verlangt, dem anderen aber 20 Proz. nachlässt, darf man mit Fug und Recht ins Gesicht sagen, dass er einen Teil seiner Gäste überfordert. Und da klage man noch über Mangel an Ansehen beim Publikum. Wie Du Dich bettest, so liegst Du.

Nach Luzern. Das von Ihnen erhaltene Zirkular des Reisebureaus Schenker & Co. in Wien ist uns in mehreren Exemplaren von verschiedenen Seiten zugegangen und müssen wir uns sehr darüber verwundern, dass eine so achtenswerte Firma zu einem solchen Mittel die Zuflucht nimmt, um sich Annoncen für ihr Reisebulletin zu verschaffen. Erstens sind ihr die zur Verteilung bestimmten Bücher „Die Hotels der Schweiz“ nicht von unserem Bureau aus zugesandt worden, sondern Herr H. Meiss, der Generalvertreter des „Norddeutschen Lloyd“, der sich um die Verbreitung des Buches sehr bemüht, hat der betreffenden Firma, weil mit ihr in Geschäftsverbindung stehend, vorläufig etwa 50 Exemplare übermittelt. Dass dieselbe nun aus dem verhältnismässig geringen Dienst Kapital schlägt, indem sie zu glauben machen versucht, als sei ihr die gesamte Auflage unseres Buches zum Vertrieb übergeben worden, finden wir nichts weniger als delikat. Herr Meiss selbst hat seine Verwunderung über dieses Vorgehen laut werden lassen. Weitere Sendungen von Büchern an die Firma werden künftig wohl unter Schenker bleiben. Wenn wir übrigens in einem früheren Artikel die Hoteliers auf die Zweckmässigkeit aufmerksam gemacht haben, welche darin bestehe, mit den grossen Transportanstalten in Reklamesachen Hand in Hand zu gehen, so meinten wir damit keineswegs auch die Reisebureaux, die ja mit wenigen Ausnahmen alle unter die Verleger von mehr oder weniger nützlichen Reisebüchern gehören, denn diese sind es ja gerade, gegen welche wir uns im Interesse der Hotellerie wehren.

Nach Luzern. So schwer es hält, etwas im Entstehen Begriffenes zu beurteilen, so glauben wir doch, dass Sie auf die Offerte der „*Agence Internationale des Grands Hôtels*“ in Paris einzutreten keinen Vorteil haben. Wenn Sie die Sache vom rein objektiven Standpunkte aus betrachten, so müssen Sie sich in erster Linie fragen, wie es komme, dass gerade Ihr Haus, welches doch eigentlich noch nicht zu den „Grands Hôtels“ im Sinne des Prospektes der betreffenden Gesellschaft gehört, von dieser auserwählt worden sei. Sie dürfen mit ziemlicher Sicherheit annehmen, dass vor Ihnen die „Grands Hôtels“ in Luzern angefragt wurden, dass diesen aber jedenfalls der Beitrag von 800 Fr. zu hoch erschien, oder dass ihnen diese neue Gesellschaft überhaupt kein Zutrauen einflösste. Auch aus dem Umstande, dass die Gesellschaft von den verlangten 800 Fr. nun auf einmal auf 200 Fr. heruntergeht, dürften Sie den Schluss ziehen, dass sie überhaupt noch im Trüben fischt und selbst noch nicht weiss, was sie eigentlich will; wir meinen dies inbezug auf ihre Leistungen, denn hinsichtlich ihrer Begehren weiss sie es, nämlich: so viel als möglich. Sie werden auch gelesen haben, dass es im Prospekt heisst, die Miete für die Gesellschaftsbureaux dürfe nicht unter 15 000 Fr. betragen, und auf Ihre Reklamation hin entschuldigt man sich damit, dass die Lokalmieten in Paris sehr teuer seien. Für die blosse Einverleibung der Photographie Ihres Hauses in einem aufzulegenden Album ist der verlangte Betrag von 200 Fr. um 160 Mark zu hoch. Wenn die Gesellschaft schliesslich glauben machen will, dass ihre Hotelphotograhien-Ausstellung in den Schaufenstern ihrer Bureaux, wofür sie 800 Fr. per Jahr verlangt, das *non plus ultra* der Reklame bedeute, indem sie anführt, dass sie die Photographien täglich 20,000 Passanten vor Augen führe, so wollen wir ihr an folgendem Rechenexempel beweisen, wie wenig Wert dieser Behauptung, wenn sie auch wahr wäre, beizumessen ist. Nehmen wir an, die Bureaux seien 10 Stunden im Tag offen, also 600 Minuten oder 36,000 Sekunden, so dürfte, wenn es während 10 Stunden beständig von 20 Personen belagert wäre, jeder Einzelne sich nicht länger als 36 Sekunden aufhalten, damit jede der 20,000 Personen an die Reihe käme, vorausgesetzt, dass ein jeder der Passanten das grosse Wunder zu sehen begehrte.

Nach Interlaken. Das Neueste vom Neuen im Reklameschwindel finden wir in dem uns von Ihnen eingesandten Schriftstück. Der Kuriosität halber lassen wir dessen Inhalt hier folgen:

„Es ist unbestrittene Thatsache, dass die Zahl der die Schweiz besuchenden Amerikaner alljährlich wächst.

Es liegt daher in Ihrem Interesse, die Aufmerksamkeit solcher heute schon in ihrem „home“ auf Ihr Hotel zu lenken, was durch Inserieren in amerikanischen Zeitungen viel zu teuer, durch Gudes sehr unvollkommen, in vollem Masse aber nur geschieht:

1. Durch Zusendung Ihrer Geschäftskarte, und zwar
2. an die Privat-Adresse, auf welche Weise solche in die Hände der Ladies gelangt und gut aufgehoben ist, während sie von Seite der Herren gewöhnlich in den Papierkorb wandert.

Wir sind nach langem Sichten im Besitz von mehr als 1000 Privatadressen der reichsten, alljährlich „abroad“ gehenden Amerikaner, für deren Richtigkeit auf den heutigen Tag wir garantieren, und offeriren Ihnen je 100 à $ 25.—, bei 2 und mehr Hundert à $ 20.— mit der Verpflichtung, die nämlichen Adressen keinem anderen Hotel Ihres Platzes zu verkaufen.

Da der jetzige Moment zum Versenden der günstigste ist, bitten um gefl. umgehende Antwort.

J. L. Schliesser & Co., New-York.“

Es ist eine altbekannte Thatsache, dass in Prospekten von Reisehandbüchern die Zeitungen als nichtsnutzige und teuere Reklamemittel erklärt werden, wogegen diese wieder den Annoncenanhang der Reisebücher als Ballast bezeichnen, und so geht es in allen Tonarten weiter und schliesslich haben sie alle recht, denn was heute an Reklameobjekten wirklich gut ist, lässt sich an den 10 Fingern herunterzählen, aber interessant ist es doch, zu sehen, welche Raffiniertheit entwickelt wird, um diejenigen, die nicht alle werden, dran zu kriegen. Ein kleines Rechenexempel sagt Ihnen, wie profitabel für Sie diese Reklame sein würde. Setzen wir den günstigen Fall, dass von je 100 eingeladenen Amerikanern, für deren Adressen Sie 125 Fr. bezahlt haben, zehne der Einladung folgen und Ihr Hotel besuchen, so haben Sie zum voraus für jeden Gast Fr. 12. 50 ausgelegt, es wäre dies gleichbedeutend, wie wenn Sie sich anheischig machten, jeden Gast einen Tag und eine Nacht frei zu halten. Es nimmt uns nur Wunder, dass noch kein findiger Hotelier auf den Gedanken gekommen ist, seine Reklame dahin auszudehnen, dass er jedem Gast für den ersten Tag freie Kost und Logis gewährt, oder dass er publiziert, jeder 10. oder 12. Gast geht bei mir frei aus. Wer weiss, ob's sich nicht einer zu Herzen nimmt. Die Konkurrenz hat schon viel zu Wege gebracht, vielleicht auch dies. Im übrigen braucht die amerikanische Adressenfirma mit ihren 1000 disponiblen Adressen nicht zu protzen, denn es kommen ja jährlich über 100,000 Amerikaner nach Europa herüber, was bedeuten somit die 1000 Adressen, welche mit dem Porto der zu versendenden Einladungen 1050 Fr. kosten würden?

Verantwortliche Redaktion: Otto Amsler-Aubert.

Theater.

Repertoire vom 28. März bis 4. April 1897.

Stadttheater Basel. Sonntag 3 Uhr: *Hasemanns Töchter*, Volksstück. Sonntag 7½ Uhr: *Dr. Klaus*, Lustspiel. Montag 7½ Uhr: *Der Bettelstudent*, Operette. Mittwoch 7½ Uhr: *Die verkaufte Braut*, Oper. Donnerstag 7½ Uhr: *Der Veilchenfresser*, Lustspiel. Freitag 7½ Uhr: *Donna Juanita*, Operette. Sonntag 3 Uhr: *Die Räuber*, Trauerspiel. Sonntag 7½ Uhr: *Der Trompetsr von Säckingen*, Oper.

Stadttheater Bern. Sonntag 7½ Uhr: *Undine*, Oper. Montag 7½ Uhr: *Die Hugenotten*, Oper. Mittwoch 7½ Uhr: *Renaissance*. Donnerstag 7½ Uhr: *Don Juan*, Oper. Freitag 7½ Uhr: *Oberon*. Samstag 7½ Uhr: *Eva*. Sonntag 7½ Uhr: *Oberon*.

Stadttheater Zürich. Sonntag 3½ Uhr: *Wohlthätige Frauen*, Lustspiel. Sonntag 7½ Uhr: *Die Königin von Saba*, Oper. Montag 7½ Uhr: *Hochzeit des Figaro*, Oper. Mittwoch 7½ Uhr: *Wohlthätige Frauen*, Lustspiel. Donnerstag 7½ Uhr: *Das Nachtlager in Granada*, Oper; *Cavalleria rusticana*, Oper. Freitag 7½ Uhr: *Der Postillon von Lonjumeau*, Oper. Samstag 7½ Uhr: *Krieg im Frieden*, Lustspiel. Sonntag 3½ Uhr: *Götterdämmerung*, Oper.

Hiezu eine Beilage.

Zeugnishefte und Anstellungsverträge
stets vorrätig für Mitgliedern.
Offizielles Centralbureau in Basel.

Die Seide ist verbrannt!

sagen die Damen, wenn die betreffenden Kleidungsstücke sehr oft nach nur **2–3maligem Tragen** Risse etc. in den Falten bekommen oder **„wie Watte“** auseinandergehen; das ist aber kein zufälliges „Verbrennen“ der Rohseide! sondern dieselbe wird **absichtlich**, um die Seide dicker und billiger **erscheinen** zu machen, mit **Zinn** und **Phosphorsäure** überladen, die den Nerv des Rohseidenfadens zerfrisst; man nennt ein solches Färben: **„Chargieren!“** — je mehr die Seide chargiert werden soll, durch desto mehr **Zinn-Bäder** muss sie gezogen werden, um dieses Gift recht innig **aufsaugen** zu können. Die gefärbte Seide — **das edelste Gespinnst!** — hat also den **Todeskeim** schon in sich, ehe sie auf den Webstuhl kommt!! — Die daraus gefertigten **sogenannten** Seidenstoffe **müssen** nach kurzem Gebrauch wie Zunder reissen, je nachdem die Seide mehr oder weniger chargiert worden ist. — Die teure Robe (inkl. Macherlohn!) ist **total** wertlos. — Muster von meinen **echten Seiden** sende ich umgehend. Die Stoffe werden **franko** zugesandt.

G. Henneberg's Seiden-Fabriken, Zürich.