"The Hôtels of the World"

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

Objekttyp: **Article**

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

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

Heft 6

PDF erstellt am: **27.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-521600

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

№ 6.

Basel, den 6. Februar 1897. Bâle, le 6 Février 1897.

Erscheint Samstags

Paraissant le Samedi

Abonnement:
Für die Schweiz:
2 Monate Fr. 5.—
6 Monate „ 3.—
3 Monate „ 2.—
Für das Ausland:
12 Monate Fr. 7.50
6 Monate „ 4.50
3 Monate „ 3.—
Vereinsmitglieder erhalten das Blatt gratis.

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

Abonnements:
Pour la Suisse:
12 mois Fr. 5.—
6 mois „ 3.—
3 mois „ 2.—
Pour l'Etranger:
12 mois Fr. 7.50
6 mois „ 4.50
3 mois „ 3.—
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

6. Jahrgang | 6me Année

Organe et Propriété de la Société Suisse des Hôteliers

Redaktion und Expedition: Sternengasse No. 21, Basel. ✻ TÉLÉPHONE 2406. ✻ Rédaction et Administration: Rue des Etoiles No 21, Bâle.

A nos Sociétaires.

Nous avons le vif regret de vous faire part de la perte douloureuse que vient de faire notre société en la personne de

Mr François Pilloud,

Propriétaire de l'Hôtel de la Gare & Terminus à Fribourg,

décédé le 21 Janvier.

En vous donnant connaissance de ce qui précède, nous vous prions de conserver un souvenir bienveillant de notre défunt collègue.

Au nom du Comité:
Le Président:
J. Tschumi.

AVIS.

Par suite de la décision prise par l'Assemblée générale du 5 Novembre 1896, **le Bureau central officiel de la Société Suisse des Hôteliers cessera de placer du personnel à partir du 1er Janvier 1897.**

Nous recommandons à MM. les Sociétaires en cas de besoin de personnel les bureaux suivants:

Bureau de placement de l'„Union Helvétia“:
Lucerne, rue de Zurich 4.
Bureaux de placement de la Société, dite „Genevoise“:
Genève, rue Gevray 4,
Zurich, Lintheschergasse 23.

Pour le bureau central officiel:
Le chef: **O. Amsler-Aubert.**

„The Hôtels of the World“

ist das neueste Produkt der durch die Gründung einer Unzahl von Reklamebüchern bei unseren Hoteliers bekannten Verlegerfirma *Darlington & Co. in Llangollen* (Wales) England. Eine Firma, die jedes Jahr mit „Neuheiten“ auf den Plan rückt, sollte durch ihre Erfahrungen in den Stand gesetzt sein, einmal etwas wirklich brauchbares auf den Büchermarkt zu bringen; hier ist aber das gerade Gegenteil der Fall. An dem Büchlein „The Hôtels of the World“, welches, wie die stereotype Redensart lautet, auf Verlangen einer grossen Zahl von Reisenden herausgegeben wurde, haben wir nichts rühmend hervorzuheben, als den hübschen Umschlag. Schlägt man aber das Büchlein auf, so erinnert einen dessen Inhalt an „Where to stop“ von Moses King in Boston, denn in der That enthält dasselbe nichts anderes, als die getreue Kopie des in ersterem enthaltenen trockenen Namensverzeichnisses von ca. 2000 Hotels der Welt. Dem Darlington'schen Buche bleibt dabei nicht einmal das Verdienst, etwas System in den Wirrwar von Annoncen gebracht zu haben. Selbst die im „Where to stop“ enthaltenen Unrichtigkeiten in Bezug auf Ortschaften und Hotelnamen hat er getreulich nachgedruckt, so dass er z. B. bei Grindelwald zwei Hotels, von denen das eine „Bear-Hotel“ und das andere „Hôtel-Pension de l'Ours“ heisst, als zwei ganz verschiedene aufführt, und so noch andere Unrichtigkeiten mehr, die zur Evidenz beweisen, dass es sich bei Herausgabe solcher „Neuheiten“ einzig darum handelt, Geld zu machen.

Der Köder, den die betreffende Firma zum Angeln von Annoncen auswirft, besteht darin, dass sie sich in ihren Cirkularen damit brüstet, die Königin von England, der Prinz von Wales und andere Fürstlichkeiten bedienen sich dieser Führer, und dabei haben diese hohen Häupter nichts anderes gethan, als dass sie sich durch ihre Privatsekretäre für ein erhaltenes Freiexemplar bei Herrn Darlington bedankt haben. Man ist an Höfen höflich und unterlässt es nicht, für jede derartige Zusendung danken zu lassen, mehr will man aber damit nicht sagen. Es wird daher ein jeder Empfänger des Darlington'schen Cirkulares diese Anpreisungen für das ansehen, was sie sind: eine leere Höflichkeitsbezeugung für ein erhaltenes Geschenk.

Auch in Bezug auf das „Sichbezahltmachen“ tritt diese Firma in die Fussstapfen von Moses King und verlangt für das Büchlein, welches nicht den zehnten Theil von dem bietet, was „Where to stop“, einen Shilling. Dieser Preis interessiert uns nur insofern, als er den Absatz des Buches und somit auch den Wert der Annoncen in Frage stellt. Die Höhe der Auflage anzugeben, findet man gar nicht für nötig; mehr als ein Beleg-Exemplar zu sehen, hat der Inserent kein Recht, das übrige ist „Vertrauenssache“. Und nun noch der Insertionspreis. Eine Bagatelle! Acht englische Pfund und 8 Shilling für eine Drittelseite, mehr nicht.

Echos des rives du bleu Danube.

C'est de Vienne en effet et pour changer, que nous apprenons la venue au monde d'une nouvelle entreprise de publicité. Pour la réclame, Vienne est à proprement parler une vraie pépinière. Cette fois il s'agit d'une *„Liste consulaire internationale“*, dont la valeur intrinsèque réside uniquement dans un volumineux appendice d'annonces d'hôtels. Au dire des éditeurs, de nombreux propriétaires ont compris la chose et se sont concertés pour combler une „lacune béante“ par la publication de cette liste consulaire. Qui sont ces hôteliers, qui est cette Direction chargée d'encaisser les fonds? Les astrologues seuls pourraient nous répondre; c'est d'ailleurs un point secondaire, l'essentiel est qu'une foule d'hôteliers expédient leurs pistoles à Vienne, bien que les seuls hôtels „réellement recommandables“ soient admis à profiter de ce moyen de réclame jusqu'ici „sans rival“. Suivant le prospectus, un grand nombre des principaux consulats ont exprimé aux entrepreneurs leurs plus grands regrets de la non-existence de cette liste, car le besoin impérieux de celle-ci a été vivement ressenti par eux. Il ne faut donc pas s'étonner que les éditeurs (ce sont eux qui le disent) se trouvent dans un cruel embarras par le fait de l'affluence des demandes d'hôteliers, qui les oblige à recommander qu'on se hâte si l'on ne veut pas risquer d'être refusé (ô malheur!) pour cause de surabondance d'annonces. La Direction n'est pas en peine de fournir la preuve que ce mode de réclame est le meilleur qu'on ait jamais inventé. Une image annexée au prospectus conduit le lecteur dans la salle d'attente d'un consulat, contre une paroi est affichée la liste des hôtels et pensions „recommandables“; malgré ses dimensions, cette liste est à peine visible, car la vue en est obstruée par une partie de la foule qui s'agite dans la salle, tandis qu'une autre partie joue des coudes pour se frayer passage, de sorte que le laquais du consulat est obligé de rappeler à ces gens qu'ils sont venus pour voir le consul, mais tout est inutile, ils veulent préalablement apprendre par cœur la liste entière, car ils ignoraient naturellement l'existence d'hôtels dans les grandes villes figurant sur le tableau et il fallait cette ingénieuse „invention“ pour leur révéler ce secret. C'est l'impression qu'on a en examinant avec attention cette belle illustration. Sans aucun doute elle fera son effet sur la gent impérissable des gobeurs et aura pour conséquence immédiate la signature du contrat d'insertion ainsi que l'allégement simultané du portemonnaie des hôteliers naïfs. Tant pis pour les retardataires. Ici également on peut dire: rira bien qui rira le dernier — c'est-à-dire, dans le cas particulier, les fondateurs anonymes.

Die Flotte des Norddeutschen Lloyd Bremen.

Welche riesigen Fortschritte die deutsche Schifffahrt und der deutsche Schiffsbau machen, beweist am besten die Thatsache, dass der Norddeutsche Lloyd in den letzten 3 Jahren nicht weniger als 19 grosse Oceandampfer erbauen liess, welche alle mit diesem Jahre in Betrieb gesetzt sein werden. Es sind dies die Reichspostdampfer *Prinz Heinrich* und *Prinz Regent Luitpold*, welche nebst den rühmlichst bekannten Dampfern *Bayern, Sachsen* und *Preussen* regelmässig nach Ostasien und Australien fahren. Dann sind es die neuen Postdampfer *Crefeld, Aachen, Bonn, Halle* und *Willehad* für den direkten Verkehr zwischen Bremen, New-York und Baltimore; ferner die Salondampfer *Mark, Pfalz* und *Wittekind*, welche regelmässig zwischen Bremen, Antwerpen und dem La Plata-Montevideo und Buenos-Ayres kursieren. Ferner kommen hinzu die 4 grossen Doppelschraubendampfer *Friedrich der Grosse, Barbarossa, Königin Luise* und *Bremen*, sämmtlich für den Dienst zwischen Bremen und New-York bestimmt. Ausser diesen Dampfern werden sich im Laufe dieses Frühjahrs die beiden grossen Doppelschrauben-Schnelldampfer *Kaiser Wilhelm der Grosse* und *Kaiser Friedrich* der renommierten Schnelldampferflotte des Norddeutschen Lloyd anreihen. Diese beiden letztern sind bestimmt, die grössten und raschesten Schnelldampfer zu werden, welche gegenwärtig existiren. Die Dimensionen des Dampfers *Kaiser Wilhelm der Grosse*, des grössern der beiden Schnelldampfer, sind: Länge über Alles 198 Meter, Breite 20 Meter, Tiefe 12 Meter. Der Raumgehalt des Schiffes beträgt ca. 13,800 Register Tonnen, das Deplacement über 20,000 Tonnen. Für die regelmässigen Fahrten nach Brasilien sind die neuen Doppelschraubendampfer *Coblenz, Mainz* und *Trier* im Bau begriffen, wovon der Erste seine Fahrten im Mai beginnen wird. Zu erwähnen sind endlich noch die umfassenden Umbauten bezw. Verlängerungen der Dampfer *Sachsen, Preussen, Pfalz, Bayern* und *Wittekind*, mit denen eine durchgreifende Veränderung der Passagierräume Hand in Hand ging. Gleichzeitig mit der Anschaffung der neuen Dampfer hat der Norddeutsche Lloyd eine Anzahl älterer Dampfer verkauft, so dass die bestehende Flotte dieser Gesellschaft an Qualität und Grösse in jeder Hinsicht weitaus den ersten Rang einnimmt. Es ist selbstverständlich, dass beim Bau dieser neuen Schiffe bezüglich Konstruktion und Einrichtung auf die modernsten und bewährtesten Erfindungen im Schiffsbau volle Rücksicht genommen und nichts gespart wurde, was zur Sicherheit, Beschleunigung der Fahrt und zum Komfort der Reisenden aller Klas-