Objekttyp: **FrontMatter**

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

Band (Jahr): **7 (1898)**

Heft 47

PDF erstellt am: **27.05.2024**

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

Basel, den 26. November 1898. * № 47. * Bâle, le 26 Novembre 1898.

Erscheint Samstags

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

Inserate:
20 Cts. per 1 spaltige Petitzeile oder deren Raum. — Bei Wiederholungen entsprech. Rabatt.
Vereins-Mitglieder bezahlen 10 Cts. netto per Petitzeile oder deren Raum.

Hôtel-Revue

Organ und Eigentum des Schweizer Hotelier-Vereins | 7. Jahrgang | 7me Année | Organe et Propriété de la Société suisse des Hôteliers

Paraissant le Samedi

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 10 Cts. net par petite-ligne ou son espace.

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

Un nouvel Almanach des Hôtels

de l'Allemagne, de l'Autriche-Hongrie, de la Suisse et des Principautés danubiennes vient d'être publié par la „Première Officine internationale d'adresses“ à Zurich. L'éditeur nous prie de soumettre ce volume à une critique en rapport avec la valeur de celui-ci, et nous déférons d'autant plus volontiers à ce vœu, que nous estimons rendre par là un service à nos hôteliers.

Dans la préface, M. le rédacteur et directeur de la „Première Officine internationale d'adresses“ décrit les difficultés et l'indifférence des hôteliers avec lesquelles il a eu à lutter et auxquelles il attribue les lacunes et les erreurs dudit almanach. Nous connaissons par expérience ces difficultés, mieux que personne nous savons qu'il est non seulement difficile de confectionner un annuaire parfait à tous égards, mais que c'est matériellement impraticable, parce qu'il n'est pas possible d'obtenir tous les renseignements demandés et parce que l'état des choses subit, pendant l'impression même, de notables modifications.

Dans cet ordre d'idées, on ne saurait donc faire aucun reproche à l'éditeur; en revanche, sa préface contient des promesses en contradiction flagrante avec ce qu'il offre; en voici quelques exemples: „Grâce à ce livre, chaque hôtelier est à même d'indiquer à ses hôtes les localités appropriées de passage ou de séjour dans les diverses contrées des pays prénommés“. „Tout voyageur, possesseur de cet almanach peut, sans avoir à questionner personne, trouver l'hôtel qui convient à ses exigences, voire même fixer chaque fois d'avance l'établissement où il descendra au cours de son voyage“. „Les commerçants en relations d'affaires avec des hôtels ou désireux de se créer de telles relations, peuvent utiliser les adresses pour l'envoi de leurs circulaires; dans ce cas il sera préférable d'adresser celles-ci à l'hôtel même et non au propriétaire ou gérant, même dans le cas, où le nom de ce dernier y figure aussi“.

Si l'on envisage ces trois points et examine le contenu du livre, on reconnait bientôt qu'il n'a de valeur pratique ni pour l'hôtelier, ni pour le voyageur, ni pour le commerçant; sans valeur pour l'hôtelier, parce qu'il ne mentionne généralement que le nom de l'hôtel et ne renferme aucune indication permettant de constater si tel ou tel établissement convient à tel ou tel voyageur; par la même raison, l'almanach ne peut servir au voyageur de guide ou de conseiller, à moins cependant que celui-ci désire être renseigné seulement sur le nombre des hôtels dans telle localité donnée; aucune possibilité pour lui de découvrir dans ce livre l'hôtel *approprié* à ses exigences et besoins, à moins qu'il ne connaisse déjà le rang, les prix et les installations de tous les établissements; dans ce cas alors, il na pas besoin d'un livre d'adresses.

Il y a lieu de remarquer en plus que cet almanach énumère pour ainsi dire tous les établissements suisses possédant le droit d'héberger, même ceux de localités reculées où les lièvres et les renards se souhaitent réciproquement „bonne nuit“ et qu'il ne contient aucun renseignement permettant de distinguer un hôtel de premier ordre d'un autre de cinquième rang; à force d'arbres on ne voit pas la fôret.

En ce qui concerne enfin les commerçants, auxquels l'opuscule serait également précieux pour l'envoi de circulaires, que l'auteur nous permette de lui dire qu'en engageant les négociants à mettre sur l'adresse le nom de l'hôtel de préférence au nom du propriétaire, il leur donne là un conseil au rebours du bon-sens. C'est précisément le contraire qu'il devrait leur recommander. Chacun sait en effet que les paniers à papier des bureaux d'hôtel abritent principalement des imprimés adressés de cette façon et que, le plus souvent, personne n'a même ouverts. Si, par contre, l'adresse porte aussi le nom de l'hôtelier, il y a quelque probabilité à ce que tout au moins ce dernier retire le pli de l'enveloppe. Nous avons en Suisse à peu près 5000 établissements possédant le droit d'héberger. Offrir sa marchandise à tous ces établissements par voie de circulaire, cela équivaudrait, pour le négociant faisant des affaires avec les hôtels, à jeter son argent par la fenêtre; dans la règle, les hôtels desservant le mouvement des touristes y compris ceux, fréquentés par les voyageurs de commerce, lui suffissent amplement, ils sont au nombre d'environ 1500, mais de ces 1500 plus d'un ne présente, pour le négociant, aucune valeur pratique. Comment alors va-t-il découvrir les hôtels qui l'intéressent, dans le fouillis des 5000 adresses du livre qui ne met à sa disposition pas le plus petit fil d'Ariane? Il suit de là qu'à cet égard également l'almanach a manqué son but.

Chose bizarre, la Suisse ne figure, soit sur le frontispice, soit dans le volume même, qu'*après* l'Allemagne et l'Autriche et pourtant l'auteur consacre à notre pays 183 pages, tandis que l'Autriche doit se contenter de 20 pages et l'Allemagne de 14 pages même. On voit donc que dans cet almanach la Suisse occupe le premier rang.

Dans les annonces-réclame en faveur de ce livre, on lit que „le prix du volume élégamment relié en *toile* est de fr. 4“. A cela il n'y a rien à redire, il est curieux seulement, que sur l'exemplaire qui nous a été envoyé, la toile brillait par son absence.

Avant de terminer nous devons encore reparler de la „peine extrême“ que l'auteur a eue, comme il le prétend, à recueillir les matériaux destinés à son travail. Pour autant qu'il s'agissait de réunir les adresses des hôtels de la Suisse, ce „grand effort“ a consisté purement et simplement à copier les noms des hôtels figurant dans l'annuaire publié en 1896 par la Société suisse des hôteliers. Malheureusement, l'auteur a négligé de tenir compte des changements survenus depuis cette époque, fermeture de certains hôtels, ouverture de nouveaux établissements, etc., mais le plus amusant, c'est qu'il a reporté „consciencieusement“ dans son „œuvre“ les erreurs, regrettables mais inévitables, qui se trouvent dans le volume de la Société des hôteliers.

L'auteur nous avait demandé par écrit de soumettre le nouvel almanach à une critique *en rapport avec la valeur* de l'ouvrage, nous estimons avoir exaucé ce vœu légitime.

Die Automaten.

(Korrespondenz)

Die in neuerer Zeit immer mehr um sich greifende Modekrankheit der Ansichtspostkarten hat in den Hotels, Restaurationen etc. den Bureauangestellten, Portiers, Kellnern u. s. w. eine bedeutende Mehrarbeit gebracht. Es ist deshalb kein Wunder, wenn man vielerorts Automaten eingeführt hat, bei welchen der Gast sich gegen Einwerfen eines 10- oder 20-Cts.-Stückes selbst eine Ansichtskarte erwerben kann, wenn nicht gerade ein dienstbarer Geist zur Hand ist oder solche anderweitig sehr beschäftigt sind. An den Bahnhöfen, Landungsplätzen und vor Hotels kommen nun zu den Blumen- und Obsthändlern auch noch Ansichtskarten-Verkäufer und Verkäuferinnen, die die Fremden und Reisenden oft auf unangenehme Weise belästigen.

Ein Hotelier, an einem namentlich von Passanten zahlreich besuchten Fremdenplatze des Vierwaldstättersees, hatte auch unter diesen Uebelständen zu leiden und musste oft Klagen seiner Gäste hören über die Zudringlichkeit der Verkäufer, die sogar die Passage versperrten und oft bis zu den Tischen der Veranda und des Gartens an die Gäste vordrangen.

Dem Uebel etwas zu steuern und bei grossem Fremdenandrange den Gästen Gelegenheit zu geben, sich selbst mit Karten zu bedienen, stellte daher der betr. Hotelier auch 2 Automaten mit Ansichtskarten auf seinem Terrain auf.

Doch siehe da! Das bemerkt sofort die findige Polizei! Die gleiche Polizei, die nie keine Augen hatte für Belästigungen der Fremden und Touristen und die noch nie einen Schelmen erwischen konnte, obwohl im gleichen Hotel zu verschiedenen Malen eingebrochen worden ist. Die hohe Regierung des so schon sehr weise regierten Kantons, allem Neuen natürlich prinzipiell abhold, ausgenommen wenn's etwa Geld einbringt, beschliesst: *Automaten gehören unter das Hausiergesetz und sind daher patentpflichtig.* Jeder Automat zahlt 15 Franken Patentgebühr. Unser guter Hotelier musste also für seine 2 unschuldigen Dinger baare 30 Franken bezahlen. Ob bei der kurzen Saison überhaupt 30 Fränklein in die Automaten gekommen sind oder nicht, das ist der weisen vorsorglichen Regierung natürlich gleichgültig.

Bisher wurde doch allgemein angenommen, dass Hausierpatente nur an Personen verabfolgt werden und obwohl ich das hierauf bezügliche Gesetz jenes Kantons nicht kenne, so ist sicherlich auch nichts anderes darin vorgesehen. Unser bekannter Zürcher Rechtsgelehrte Dr. Meili sagt auch in einer juristischen Abhandlung über Automaten: „*Der Automat ist keine Person, sondern eine leblose Maschine*“; und doch soll diese Maschine nun steuerpflichtig sein?

Die Besteuerung der Automaten in den Hotels ist aber auch aus einem andern Grunde ungesetzlich.

Betreffender Hotelier muss ja, wie alle seine Leidensgenossen, jährlich eine ziemlich hohe Wirtschaftspatenttaxe bezahlen. Der Bezug dieser Extrasteuer im Hotelgeschäfte, einer Steuer, welche alle andern Gewerbe nicht kennen, kann zwar rechtlich nie richtig begründet werden, wird aber damit entschuldigt: Der Hotelier erwerbe sich durch Bezahlung der Patenttaxe das Recht zur Beherbergung von Gästen und des Verkaufs von Speisen, Getränken etc. an dieselben. Ohne Zweifel berechtigt aber dieses Patent den Hotelier dann auch zum Verkaufe aller andern dem Gaste nötigen Bedürfnisse, also auch der Ansichtspostkarten. Ob der Hotelier dieses Recht nun durch einen Angestellten oder durch einen Automaten ausüben lasse, bleibt sich in Wirklichkeit doch vollständig gleich. Das Hausierpatent des Automaten ist also einfach eine neue Doppelbesteuerung und der Bezug der Taxe ungesetzlich.

Dass die lebenden Hausierer, die Blumen-, Obst- und Ansichtskarten-Verkäuferinnen aber nach wie vor die Gäste obigen Hotels umschwärmten, selbst aber kein Hausierpatent besassen, sondern erst auf erfolgte Reklamation des Hoteliers hin, auch ihr Patent bezahlen mussten, das gehört eigentlich nicht hierher und hat auf die Rechtsfrage keinen Einfluss, kennzeichnet aber doch die Regierungsweise in gewissen, nicht gar grossen Staatswesen und ist ein neues Beispiel, was man dem Hotelier- und Wirtestande, trotz allen Fortschritten, heute noch zu bieten wagt.

Ich hoffe aber, dass diese Zeilen jenen Hotelier veranlassen werden, seine mit teuerem Gelde bezahlten und für dieses Jahr versteuerten Automaten, nicht wie beabsichtigt, auf den Estrich zu werfen, sondern sich für sein gutes Recht zu wehren.

? ? ?

Vom Bureau des Vereins Homburger Gasthofbesitzer gelangten dieser Tage an eine Anzahl Hoteliers der Schweiz, der Riviera und wohl auch anderswo Zirkulare folgenden Inhalts:

„Bad Homburg, am 15. November 1898.
Sehr geehrter Herr Kollege!

Der Verein Homburger Gasthofbesitzer ist mit der Herstellung eines Büchleins über Bad Homburg beschäftigt, welches schön ausgestattet und reich illustriert sein wird und in einer Auflage von mindestens fünftausend Exemplaren an Hotels und Privatpersonen versendet, sowie in den Homburger Hotels, in den Reise- und Verkehrs-Bureaus, auf den Schiffen verschiedener Dampferlinien (Norddeutscher Lloyd, Hamburg-Amerikanische Packetfahrt-A.-G. etc.), sowie in vielen ärztlichen Wartezimmern aufgelegt wird. — Dem Buche soll ein Verzeichnis wirklich empfehlenswerter Hotels beigefügt werden, das nicht nur für die Fremden selbst, sondern auch für die Hotelbesitzer und ihre Angestellten ein sicherer Wegweiser bei Auskunftserteilung an ihre Gäste sein wird. Wir verfehlen nicht, Sie auf diese vorzügliche Insertions-Gelegenheit aufmerksam zu machen, und ersuchen Sie höflichst, uns den Text Ihres Inserates umgehend zuzustellen, da das Buch sich im Druck befindet und die Versendung desselben sofort nach Neujahr beginnen soll. Preis per Viertelseite 25 Mk., halbe Seite 50 Mk., ganze Seite 100 Mk.“

So sehr es zu begrüssen ist, dass die Hoteliers vom Bad Homburg ebenfalls das System der Kollektiv-Reklame befolgen und so sehr es allen denjenigen auswärtigen Kollegen schmeicheln muss, die zur Beteiligung an dem Unternehmen eingeladen worden, weil ihnen dadurch das Zeugnis ausgestellt wird, dass ihre Etablissemente zu den „wirklich empfehlenswerten“ Hotels gehören, ebensosehr ist die Frage berechtigt, welche uns von mehreren Seiten gestellt wird, nämlich: „Herrscht im Homburger Gasthofbesitzerverein wirklich die Absicht vor, einen *sichern Hotelführer*, auch ausserhalb Homburg, zu schaffen oder erblickt man in der Beteiligung von auswärts nur eine willkommene finanzielle Entlastung der zunächst Interessierten?“

Vom Schweizerdorf in Paris ist seit der Fundation des Unternehmens durch die Versammlung in Genf wenig mehr vernommen worden. Indessen braucht es hiefür, wie uns aus Zürich geschrieben wird, nicht des Ansporns unseres eifrigen Generalkommissärs, Hrn. Ador, wie für die Beschickung der Ausstellung. Wir können vielmehr melden, dass die Vorarbeiten im besten Gange sind. Mit dem gleichen Entgegenkommen wie für die Industriellen hat man auch den Leitern dieser Attraktion einen Platz gewählt, der in direkter Nähe und Verbindung mit der Ausstellung die Garantie des schönsten Erfolges bietet. Es ist ein Areal von 20,000 Quadratmeter und liegt dem grossen Festsaal gegenüber, der den Mittelpunkt der Maschinengallerie bildet. Ueberhaupt wird die Ausstattung des Marsfeldes mit Amüsements ersten Ranges unsern Landsleuten nur zu Gute kommen. Unter diesen neuen Attraktionen sind besonders zu nennen: die Rekonstruktion des alten Paris, das Riesenrad, Andalusien zur Maurenzeit. Ganz erhebliche Förderung erwächst aber dem Unternehmen aus jener Verkehrsgestaltung, welche der gesamten Ausstellung bedeutende Vorteile gegenüber allen frühern verschafft. Es ist die Anlage einer Brücke, Pont Alexander III., als direkte Verbindung zwischen elyseeischen Feldern und Marsfeld, welche die Entfernung vom Centrum der Stadt auf das denkbar knappste Mass beschränkt.