

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Band: 1 (1892)
Heft: 18

Titelseiten

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 17.11.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Abonnement:
5 Fr. per Jahr,
3 Fr. per Halbjahr.
Fürs Ausland mit
Portozuschlag
Vereinsmitglieder
erhalten
das Blatt gratis.

Inserate:
25 Cts. per 1spaltige
Petitzelle
oder deren Raum.
Bei Wiederholungen
Halb.
Vereinsmitglieder
bezahlen die Hälfte.

Abonnements:
5 frs. par an,
3 frs. pour 6 mois.
Pour l'étranger
le port en sus.
Les sociétaires
reçoivent l'organe
gratuitement.

Annonces:
25 cts. pour la
petite ligne
ou son espace.
Rabais en cas
de répétition de la
même annonce.
Les sociétaires
payent moitié prix.

Hôtel-Revue

1. Jahrgang. — 1^{re} ANNÉE.

Organ und Eigenthum

Organe et Propriété

des
Schweizer Hotelier-Vereins.

de la
Société Suisse des Hôteliers.

Redaktion & Expedition: St. Albananlage Nr. 7, Basel.
Telegramm-Adresse: „Hotelrevue, Basel.“

Téléphone No. 1370.

Rédaction & Expédition: Avenue St. Alban No. 7, Bâle.
Adresse télégraphique: „Hôtelrevue Bâle“.

Nachdruck der Originalartikel nur mit Quellenangabe gestattet.

Die Stellenvermittlungsbureaux.

Dem Umstände, dass von Seite der Privat-Platzirungsbureau für Hotelpersonal gegenüber den Hoteliers, wie namentlich auch gegenüber den Angestellten auf unqualifizirbare Art vorgegangen und Letztere in unerhörter Weise geschöpft wurden, verdankt das Central-Stellenvermittlungsbureau des Schweizer Hotelier-Vereins seine Entstehung. Wenn dieses Institut der Gemeinnützigkeit seit seinem kurzen Bestande auch einen kleinen Theil der erhofften Besserung bewirkt hat, so scheint aber gerade dieser Umstand die Ausbeutung seitens der Privatplaceure noch zu höherer Blüthe getrieben zu haben, was folgende Thatsache, die uns zur öffentlichen Behandlung unterbreitet wurde, beweist.

Vor einigen Wochen wurde durch ein gewisses «Bureau National» die Chefstelle in einem Hotel zweiten Ranges besetzt und dem Platzirten vor Antritt der Stelle die «Kleinigkeit» von 40 Fr. abverlangt. In den ersten paar Tagen stellte es sich aber heraus, dass der betr. Chef überall hingepasst hätte, nur nicht in eine Küche; ein Umstand, der dem betr. Placeur bekannt sein musste, doch was kümmerte ihn das, er hatte seine 40 Fr. eingesackt und das Uebrige ist ihm «schnuppe». Einige Tage später wurde dem betr. Placeur von der Unfähigkeit des Chefs Anzeige gemacht und zugleich angefragt, ob vielleicht eine bessere Kraft zur Verfügung stehe. Die Frage wurde eiligst bejaht und Tags darauf nahm der zweite, ebenfalls um 40 Franken erleichterte Chef fragliche Stelle in Besitz, aber nicht für lange, denn die neue «Kraft» litt an erheblicher «Schwäche» in Bezug auf körperliche Konstitution, hatte sie doch einige Tage vorher den Spital verlassen, in der Absicht, wieder dahin zurückzukehren, sobald einige Franken verdient seien. Wir wollen annehmen, dass der Placeur von dieser Absicht keine Kenntniss hatte, hingegen musste ihm der krankhafte Zustand des Platzirten bekannt sein, ein Umstand, der vielleicht wesentlich dazu beitrug, den Betreffenden unterzubringen, da ja ein baldiges Changeement und damit weitere 40 Fränklein zum Voraus in Aussicht standen.

Aber o weh! Diesmal hatte der ehrenwerthe Placeur die Rechnung ohne den Wirth gemacht. Letzterer, ein human denkender Mann, der das gehabte «Pech» weniger den beiden Chefs, dem «angehenden» und dem «kranken», als vielmehr dem leichtfertigen Vorgehen des Placeurs zur Last legte, stellte den beiden Angestellten je einen Schein aus, durch welchen der Placeur aufgefordert wurde, die erhobenen Taxen, mit Abzug der gehaltenen Spesen, den Betreffenden zurückzuerstatten, da weder der Eine noch der Andere die gesetzliche Probezeit von 14 Tagen zur Befriedigung habe bestehen können. Die Rückerstattung der Taxen an die Betreffenden soll seither erfolgt sein, jedoch erst auf die Androhung hin, dass gerichtliche Klage erhoben werde. Der humane Zweck, den beiden Angestellten gegenüber, war somit erreicht, die Geldgierde des Placeurs damit aber keineswegs gestillt und in nichts weniger als liebenswürdiger Stimmung machte letzterer seinem Unwillen in einem Briefe an den betr. Hoteliers Luft, in welchem er wörtlich schrieb:

«Schon zwei Mal haben Sie die von mir zu Ihnen platzirten Angestellten überredet, dass

sie die von mir verlangte Taxe nicht zu bezahlen hätten. Sie werden begreifen, dass ich nach solcher Handlungsweise Ihrerseits keine Lust mehr verspüre, Ihnen fernerhin Personal zu verschaffen.»

Achtungsvoll

X. X.

Es sind dies von hunderten von Fällen, die sich alle Jahre wiederholen, nur zwei und wohl noch nicht einmal die Bemerkenswerthesten, sowohl in Bezug auf die Leichtfertigkeit der Platzirung als namentlich auch in Bezug auf die Höhe der Taxen. Wie oft schon wurde uns geklagt, dass für Stellen von nicht gerade pekuniärer Bedeutung Hundert und noch mehr Franken «geblecht» werden mussten.

Zum Unglück macht dann der so Geprellte noch gute Miene zum bösen Spiel, aus Furcht, durch Intriguen und besondere «Kniffe» des betr. Placeurs von seinem «theuern» Posten «wegbugsiert» zu werden, eine Befürchtung, die leider nur zu begründet ist. Was gibt es Wünschbareres für einen Privatplaceur, als wenn er ein und dieselbe Stelle während einer Saison 3—4 Mal für 50—100 jedesmal verkaufen kann?

An diesem krassen Uebelstande tragen aber nicht wenig die Hotelangestellten selbst dazu bei, denn Niemand zwingt sie, sich diesen Molochs mit Haut und Haar in den Rachen zu stürzen, umsonst da doch das unentgeltliche Stellenvermittlungsbureau des Hotelier-Vereins besteht und auch die Bureau der Angestelltenvereine nicht auf Gewinn sehen. Freilich besteht namentlich dem Bureau des Hoteliervereins gegenüber ein «Wenn» und ein «Aber», dem sich viele Angestellten nicht zu fügen trauen. Dass dieses Bureau über alle Angemeldeten Erkundigungen einzieht, um über Capazität, Charakter und Betragen der Stellesuchenden unterrichtet zu sein, davor schreckt Mancher zurück und wendet sich lieber an die weniger gewissenhaften Privatplaceure. Es ist dieses Vorurtheil gegenüber dem Centralbureau des Hoteliervereins in keiner Weise gerechtfertigt, denn in neunzig von hundert Fällen erkundigt sich auch derjenige Hotelier, der sein Personal von Privatplaceuren nimmt, vorerst bei dem Prinzipal der zuletzt innegehabten Stelle; der Unterschied besteht also nur darin, dass das Bureau des Hoteliervereins die Erkundigung selbst einzieht und damit eine Zeitersparniss für den Hotelier erzielt. Im einten wie im andern Falle aber tritt oft die unliebsame Thatsache zu Tage, dass die Erkundigungen dem Inhalt der Zeugnisse widersprechen, ein Umstand, den wir einer spätern Spezialbehandlung würdig finden.

Durch die Gründung der «Hotel-Revue», als Organ und Eigenthum des Schweizer Hoteliervereins und die damit ermöglichte grössere Verbreitung der Vakanz- und Personaliste, hat die Nachfrage nach Personal erheblich zugenommen, so dass die Vorschrift, nur für die Mitglieder des Vereins thätig zu sein, nicht mehr stricte gehandhabt wird, sondern nur mehr ein Vorzugsrecht für dieselben besteht. Es liegt dieses Vorgehen namentlich im Interesse der Angestellten, führt aber auch zeitweise zu der Kalamität, Mangel an gutem Personal zu haben. In diesen periodischen Fällen ist man dann versucht, den bei Privatplaceuren eingeschriebenen und durch diese «ge-rupften» Angestellten, ihr Loos zu gönnen, bis sie zu der Erkenntniss kommen, dass bei guter

Aufführung auch unentgeltlich für sie gesorgt wird.

Eine Hauptmassregel gegenüber den Privatplaceuren bestände darin, dass sich die Hoteliers gegenseitig verpflichteten, diesen Privatbureau keine Aufträge mehr und dem auf dem Centralbureau des Hoteliervereins angemeldeten Personal, so weit möglich, den Vorzug zu geben.

La réclame et le charlatanisme.

Pour finir ce sujet, nous ajoutons à ces entreprises de réclames douteuses que nous avons discutées dernièrement encore quelques-unes qui en sont «dignes».

En premier lieu, nous voulons faire mention de quelques établissements qui se présentent d'une manière fastueuse et qui cherchent à imposer seul par leur titre pompeux, mais qui par là atteignent habituellement le contraire: «Société internationale des hôteliers siégeant à Bruxelles»,*) voilà le titre d'un tel établissement dont l'existence n'a pas encore été publiée, outre par cette publication-ci, par laquelle il annonce d'être en possession d'une patente de chasse aux annonces qu'il s'est donnée lui-même. On voit très bien dans la circulaire que le titre sonore ne sert que de palliation.

Une autre institution se présente sous le glorieux patronage d'une Altesse impériale. Si cela ne prends pas, alors sûrement on ne saurait plus qu'offrir aux hôteliers peu généreux, afin qu'ils y mordent.

Un troisième écrit tout modestement: Les hôteliers et les directeurs d'établissements de bains, dans la juste connaissance que les annonces d'hôtels et d'établissements de bains disparaissent dans la masse d'insertions des gazettes politiques et des grands journaux illustrés, et qu'on y fait peu attention, nous ont fait parvenir de telles recommandations avec succès depuis nombre d'années pour être insérées dans notre journal hebdomadaire. Cependant il paraît que l'éditeur ait trouvé cette «glorification» des journaux et gazettes politiques insuffisante; car à la fin de son épître il ajoute qu'il serait prêt de bon gré à accorder encore 50% de rabais sur les prix évalués.

Si un quatrième désire de barbouiller le mur nu d'une maison, et puis, s'il écrit que plusieurs grands établissements étrangers ont concouru pour la surface, mais qu'il préfère des établissements suisses, alors nous n'estimons ni sa personne, ni sa surface de mur, mais d'autant plus son patriotisme, c'est-à-dire, si cela peut lui servir.

Il est étonnant et curieux, que parmi ces recommandations il y ait toujours quelque chose qui s'y glisse, par quoi le caractère loyal de l'entreprise souffre.

Ainsi, par exemple, chaque hôtelier qui lance des réclames coûteuses sait qu'elle importance qu'ont le «Times», le «Standard», le «Daily Telegraph», le «World», le «Morning Post», le «Graphic», le «New-York-Herald», le «Figaro» etc. etc. C'est pourquoi nous ne pouvons pas comprendre, qu'une entreprise qui se présente sous de tels noms, ait encore besoin de tenir des discours surabondants.

Au début de la circulaire, il est dit avec

*) Ne pas confondre avec la société internationale des hôteliers à Cologne, dont les efforts et les tendances dans le domaine des réclames sont précisément contraires à ceux de la société nommée ci-dessus.