

Offizielle Nachrichten = Nouvelles officielles

Objekttyp: **AssociationNews**

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

Band (Jahr): **3 (1894)**

Heft 3

PDF erstellt am: **11.07.2024**

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>

Abonnement:

Schweiz:
Fr. 6.— jährlich.
Fr. 5.— halbjährlich.
Ausland:
Unter Kreuzband
Fr. 7.50 (6 Mark) jährlich.
Deutschland,
Österreich und Italien:
Bei der Post abonniert:
Fr. 5.— (4.—) jährlich.
Verlagsmitglieder
erhalten das Blatt gratis

Inserate:

20 Cts per 1 spaltige Petit-
zeile oder deren Raum.
Bei Wiederholungen
entsprechenden Rabatt.
Verlagsmitglieder
bezahlen die Hälfte.

Abonnements:

Pour la Suisse:
Fr. 5.— par an.
Fr. 3.— pour 6 mois.
Pour l'Étranger:
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.

Hôtel-Revue

3. Jahrgang 3^{me} ANNÉEOrgan und Eigentum
desOrgane et Propriété
de la

Schweizer Hotelier-Vereins.

Société Suisse des Hôteliers.

Redaktion und Expedition: Sternengasse No. 23, Basel.
Telegramm-Adresse: „Hôtelrevue Basel.“

TÉLÉPHONE No. 1373.

Rédaction et Expédition: Rue des Etoiles No. 23, Bâle.
Adresse télégraphique: „Hôtelrevue Bâle.“Offizielle
Nachrichten.Nouvelles
officielles.

An die Vereinsmitglieder.

Diejenigen Herren Kollegen — Inhaber von Jahres-
geschäften — denen unser Zirkular vom 26. Dezember
zugegangen ist, werden um gefällige pünktliche Einsendung
der erbetenen Antworten ersucht.

Dabei betonen wir nochmals, dass durchaus keinerlei
Indiskretion möglich ist, wenn alle Antworten, also auch
diejenigen bezüglich der Tagesrechnung auf den ver-
schiedenen Fragebogen, in getheilten Ziffern, d. h. in der
Weise angegeben werden, dass die Summe aller aus-
gefüllten Bogen die gewünschte Antwort auf eine Frage
ergibt.

Luzern, den 7. Januar 1894.

Schweizer Hotelier-Verein:
Der Präsident:
J. Döpfner.

A nos Sociétaires.

Ceux des membres de notre Société — propriétaires
ou gérants d'établissements ouverts toute l'année — qui
ont reçu notre circulaire du 26 décembre, sont instamment
priés de nous faire parvenir leur réponse dans le délai
indiqué.

Nous tenons à répéter encore une fois que la possi-
bilité d'indiscrétions, de quelle nature que ce soit, est
absolument exclue, si toutes les réponses, ainsi d'au-
cunement celles relatives à la note quotidienne d'un
voyageur sont libellées sur les divers questionnaires en
chiffres partiels, c'est-à-dire de telle façon que la somme
résultant de tous les questionnaires remplis représente la
réponse désirée pour la question respective.

Lucerne, le 7 Janvier 1894.

Société Suisse des Hôteliers,
Le Président:
J. Döpfner.

Reform-Vorschläge für das Hotelwesen.

Der rege Verkehr, den wir seit ca. einem Jahre
mit den in- und ausländischen Verlegern und Ver-
lagsanstalten von Zeitungen, Zeitschriften und Reise-
büchern etc. unterhalten behufs Vervollständigung
des für die im Arbeitsprogramm des Centralbureaus
vorgesehene „Regelung des Reklamewesens“; dieser
Verkehr, sagen wir, hat uns schon manchen Schleier
gelüftet, hat uns schon vielerorts einen Blick hinter
die Coullissen gestattet, überhaupt schon so viel des
Wissenswerten eingetragen, dass wir mit dem Er-
folge vorderhand zufrieden sein dürfen. Dass wir
jedoch bei unsern Nachforschungen mitunter an die
unrichtige Adresse gelangen, weil uns in mancher
Hinsicht selbst die geringsten Anhaltspunkte fehlen,
muss Niemanden wundern; es kann dies übrigens
auch seine gute Seite haben, wie wir im Nach-
stehendem zu beweisen im Falle sind.

Eines unserer Schreiben gelangte nämlich anstatt
an den Verleger an den Mitarbeiter oder Korrespon-
denten eines gewissen Blattes und dieser Herr be-
ehrte uns hierauf mit einem Schreiben, dessen Inhalt
wir, und mit uns auch der Vorstand, der Mühe
wert finden, der Öffentlichkeit zu übergeben, resp.
öffentlich die einzelnen Punkte näher ins Auge zu
fassen, zu erörtern und wo nötig zu widerlegen, in
der Hoffnung, es werde die Wichtigkeit der berührten
Punkte andern Meinungsäusserungen rufen und auf
diese Weise vielleicht der Kern zu einer engeren oder
weitem Reform gelegt werden.

Unser Gewährsmann, dessen Namen wir ver-
schweigen, weil wir zur Veröffentlichung desselben
nicht autorisiert sind, giebt sich als vielgeräucher Mann
zu erkennen, der eine mehr als zwanzigjährige,
speziell auf den Fremdenverkehr in der Schweiz Be-
zug habende journalistische Thätigkeit hinter sich
hat. Wir haben absolut keinen Grund, diese Quali-
ficationen in Zweifel zu ziehen, im Gegenteil, es hat
uns das Schreiben den Eindruck gemacht, als trage
es den Stempel der Unparteilichkeit und mehr noch,
als liege darin nicht nur der Ausdruck einer persön-
lichen, sondern vielmehr einer bei der Grosszahl
der Touristen wirklich vorhandenen Meinung und
Ansicht. Aus diesem Grunde verdienen diese Reform-
vorschläge volle Beachtung und teilweise Würdigung.

Unser Korrespondent äussert sich u. A. wie folgt:
„Die Schweiz verliert von Jahr zu Jahr von ihrem
Zauber auf die Reisewelt. Der Grund hiefür ist haupt-
sächlich bei den Hotels zu suchen, welche einander in den
Preisen überbieten, welche das ganze Vergnügen einer
Reise verderben, dadurch, dass sie dem Reisenden „Ueber-
raschungen“ vorbehalten bis zum Momente der Abrechnung.
In Frankreich macht man grosse Anstrengungen für Savoyen,
l'Auvergne, die Pyrenäen, Corsika, überhaupt für alle
billigen Nestchen. Niemand liebt, sich „rupfen“ zu lassen;
ich bemerke dies hauptsächlich in Bezug auf die Hotels,
Gasthäuser und Handelsgeschäfte des Oberlandes. In
Skandinavien und in den Rheingegenden hat man die
Verkehrtheit dieses Systems bereits eingesehen.“

Ich für meinen Teil halte die Saison der Schweiz für
die Zukunft für sehr gefährdet, wenn sich die Hoteliers
nicht zu Folgendem bequemen:

- I. Aufstellung eines Generaltarifs für Hotels I., II. und
III. Ranges, abgeteilt in drei Kategorien:
 - a) Hotels in Städten und der Ebene;
 - b) Hotels mit weniger leichten Verkehrsmitteln;
 - c) Höhenhotels.

Die Preise haben dabei nichts zu sagen, es sind
einzig nur gewisse „Ueberraschungen“, welche den Rei-
senden empören.

II. Gänzliche Abschaffung des Trinkgeldes und der
Extraberechnung für „Bougie“; dafür dürfe eine andere,
weniger marktschreierische Kombination gefunden werden.

III. Am dem Tage, an welchem der Reisende der I.,
II. und III. Klasse nach Feststellung seines Reiseplanes
die gesamten Kosten der Reise auszurechnen imstande ist,
wird er dieselbe mit Vergnügen antreten und ohne sie
nachher bedauern zu müssen.

IV. Mit einem Wort, Abschaffung aller „extra's“. Der
Gast eines Hotels II. Ranges (an seinem Aeussern, seinen
Manieren etc. erkenntlich) verlangt keine Preise I. Ranges,
das Gegenteil ist bis jetzt wenigstens noch nicht erwiesen.

V. Der Tarif kann je nach den Monaten, je nach der
Höhenlage des Hotels, je nach der Frequenz aufgestellt
werden, aber aufgestellt und kundgegeben soll er sein,
damit man es weiss.

An dem Tage, an welchem diese Reformen sich ver-
wirklichen, wird man uns Journalisten in den vordersten
Reihen derjenigen finden, die an der Hebung des Fremden-
verkehrs arbeiten und die Schweizerreisen werden wieder
zur Mode werden überall.“

„Die Schweiz verliert von Jahr zu Jahr von ihrem
Zauber auf die Reisewelt“, diese Behauptung unseres
verehrten Korrespondenten kann unmöglich Stand
halten vor der Thatsache, dass durch die immer sich
mehrenden Verkehrsmittel, durch die stetig sich
steigernden Verkehrsverbesserungen und durch die
unermühtlichen Bestrebungen der Verkehrsvereine die
Zahl der Besucher der Schweiz nicht nur nicht zurück-
gegangen, sondern statistisch nachgewiesenermassen
sich von Jahr zu Jahr vermehrt hat, somit von einer
stetigen Zunahme des Zaubers auf die Reisewelt
gesprochen werden kann.

Deshalb müssen wir dem Vorwurf, als ver-
derben die Hotels durch Überbieten in den Preisen
das Vergnügen einer Reise, die bedauernde Thatsache
gegenüberstellen, dass die Konkurrenz, die sich
von Jahr zu Jahr mehrt, ein System geboren hat,
bei welchem nicht das Über-, sondern Unterbieten
an der Tagesordnung ist; damit wird nun allerdings
auch etwas verdonnert, aber weniger das Vergnügen
des Reisens, als vielmehr die Existenz der Urheber
und Nachfolger dieses Systems, sowie diejenige ihrer
Kollegen und das Ansehen des gesamten Standes.

Gleichzeitig mag damit auch der Fräulein des
Reisens etwas Eintrag gethan werden, nämlich in-
sofern, als der Reisende sich mitunter darüber ärgern
wird, dass er da oder dort nicht noch mehr ge-
marktet habe.

Die schon erwähnten Verkehrsverbesserungen
haben denjenigen anerkennenswerten Erfolg gehabt,
dass die Mode oder besser gesagt die Wohlthat des
Reisens immer mehr und mehr auch den untern
Klassen des Volkes sich zugänglich macht. Der
Nachtwächter wie der Minister, der Kaminfeger wie
der Rentier will seine Sommerreise, so kurz und
so beschränkt sie sein mag; aus dieser Thatsache er-
giebt sich jedoch, dass unser Korrespondent eher
hierin einen Grund zu suchen hätte für das gestörte
Reisevergnügen der Mitglieder der obern Klassen.
Man vergegenwärtige sich die Zeit zwischen Mitte
Juli bis Ende August, denke an diese Schwärme von
Vergnügungsreisenden, die vielerorts zu wahren Über-
schwemmungen werden und wenn es auch nur an
gewissen Tagen ist, gleichviel; wer will leugnen, dass
da der Fremde, der Erholungsbedürftige, der Ruhe-
suchende in seinem „Vergnügen“ nicht gestört wird,
und wenn es auch nicht in direkter Beziehung ge-
schieht; wer will ferner leugnen, dass durch solch
enormen Verkehr an ein und demselben Punkte die
strikte Grenze, die zwischen den verschiedenen Ge-
sellschaftsklassen zu bestehen pflegt, unverletzt, die
Scheidewand unübersteigbar oder undurchsichtbar
bleibe? Auf der andern Seite aber müssen wir fragen:
wer möchte den vom Glücke weniger begünstigten
Menschen eine Erholungs- oder Vergnügungsreise
missgönnen? Wer heisst sie nicht willkommen diese
Gäste, die heute kommen und vielleicht morgen wieder
gehen? Sie bilden eine Plage für den Gast höherer Klasse
und deshalb ist seine Freude eine verdorbene, wie
der verehrte Korrespondent sagt.

Als Bestätigung dieser unserer Widerlegungen
führen wir noch einen Ende letzter Saison in der
„Swiss and Nice Times“ erschienenen und aus eng-
lischer Feder stammenden Artikel an. Derselbe be-
handelt zwar speziell die Verkehrsverhältnisse der
Stadt Luzern, die darin enthaltenen Argumentationen
sind aber gerade deshalb um so massgebender. Die
„Swiss and Nice Times“ äusserte sich wie folgt:

„Betrachtet man die Leistungen des Verkehrs-
bureaus, so erscheint es befremdlich, dass es hier in Luzern Leute
gibt, die bereit sind, seine Geschäftsprinzipien, wenn nicht
die Art seines Vorgehens zu verurteilen. Diese allerdings
kleine Gruppe von Leuten argumentiert damit, es komme
für Luzern nicht auf die Menge der Fremden an; einige
wenige Familien alten Stils wügen ein ganzes Regiment
moderner Touristen auf, und das Verkehrs-bureau ver-
scheuche nur die gute Kundschaft, indem es die billige
mit seiner Publizität anlocke.“

Das klingt recht plausibel; wenn aber hiefür die dies-
jährige Saison als Beleg angeführt wird, so verrät sich
damit die Haltlosigkeit des Arguments. Richtig ist, dass
die diesjährigen Touristen eine gemischte Gesellschaft
bildeten, und dass die „obern Zehntausend“ darunter fast
gar nicht vertreten waren. Aber diese beiden Thatsachen
stehen nicht in Verbindung mit einander. Die Gegner des
Verkehrs-bureaus gehen weit hinter die letzte Saison zu-
rück; sie greifen auf eine Zeit zurück, da kein Fremder
ihre Geschäft betrat, ohne hundert bis tausend Franken
darin zurückzulassen.

Sicherlich ist Luzern auf Kosten der reichern Ge-
schäfts-Inhaber popularisiert worden. Aber darauf kommt
es nicht an; die Gegner des Verkehrs-bureaus haben eben
viel mehr die Interessen ihres Geldsackes als diejenigen
der Stadt im Auge.

Die Aussichten dieser Leute sind keine rosig. Die
Zeit ist für immer vorbei, da die amerikanischen Millionäre
bürstendick auf dem Schweizerhofquai herumliefen und der
halbe Adel einer englischen Grafschaft auf einem Stock-
werk des „Hotel National“ sich zusammenfand. Luzern
ist bekannt und leichter zugänglich gemacht worden, und
damit ist sein exklusiver Charakter dahin. Luzern, als
gesamter Fremdenplatz betrachtet, stellt sich deswegen
nicht schlechter.

Da nun offenbar die Publizität an diesem Wandel der
Dinge schuld ist, und das Verkehrs-bureau im Dienste dieser
Publizität steht, so wenden sich die Anklagen der Ge-
schädigten gegen dieses Institut, wobei die angeblich ge-
schädigten Interessen der Stadt vorgeschoben werden. Der