

Objekttyp: **FrontMatter**

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

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

Heft 29: **w**

PDF erstellt am: **06.08.2024**

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.

Abonnement:

Schweiz:
Fr. 5.— jährlich.
Fr. 3.— halbjährlich.

Ausland:

Unter Kreuzband
Fr. 7.50 (6 Mark) jährlich.Deutschland,
Oesterreich und Italien:Bei der Post abnommt:
Fr. 5.— (Mk. 4.—) jährlich.Verlagsmitglieder
erhalten das Blatt gratis

Inserate:

20 Cts per 10paltige 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.Rébats en cas de répétition
de la même annonce.Les sociétaires
payent moitié prix.

Hôtel-Revue

3. Jahrgang

3^{me} ANNÉE

Organ und Eigentum

des

Schweizer Hotelier-Vereins.

Organe et Propriété

de la

Société Suisse des Hôteliers.

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

TÉLÉPHONE No. 1573.

Rédaction et Expédition: Rue des Étoiles No. 23, Bâle.
Adresse télégraphique: „Hôtelrevue Bâle.“

Die Mitarbeit der Gastwirte an der Hebung des Fremdenverkehrs.

Unter diesem Titel schreibt der in Berlin erscheinende „Tourist“ in seiner Nummer vom 1. Juli Folgendes:

„Als wir im November v. J. in einem längeren Artikel die Angemessenheit des von der Hauptversammlung des Verbandes deutscher Touristenvereine beschlossenen Vorgehens behufs Erlangung von Rabattvergünstigungen für die Verbandsmitglieder darlegten, gestatteten wir uns, einen Zweifel auszusprechen, ob die in der Gastwirtspressen vertretenen Ansichten tatsächlich die Stimmungen und Meinungen der Gasthofbesitzer richtig wiedergäben. Wie ein Mann sind damals sämtliche Fachblätter aufgestanden und haben feierlich versichert, dass ihre Leser völlig eins mit ihnen seien.“

(Anmerk. d. Red.: Dies ist auch tatsächlich der Fall und erweist sich aus dem unbegrenzten emittierten Applaus, den die beiden Referate über Rabattwesen, und moderne Schleuderpreise, sowie über Reklameunwesen an der am 11., 12. und 13. Juni in Köln stattgehabten Generalversammlung des Internationalen Vereins der Gasthofbesitzer, gerneet haben. Wäre es anders, d. h., wären die Fachblätter nicht völlig eins mit ihren Lesern und Contribuenten, so wäre es jammerschade auch für das weggeworfene Geld für die von den Gasthofbesitzervereinen geschaffenen und unterhaltenen Centralbureaux und deren Chefs, Redaktoren und Fachblätter, welche ihre Interessen zu wahren und zu verteidigen haben.)

„Tourist“: „Unlängst ist nun der Beweis geliefert, wie recht wir mit unserem damals geäußerten Zweifel hatten. Es ist noch erinnerlich, dass der Ausgangspunkt für die Entrüstung der Redakteure und einzelnen Hotelbesitzer das Ansinnen des deutschen Offiziervereins gewesen war, für die Aufnahme in die sog. „Verkehrserleichterungen“ ausser der Verpflichtung zur Rabattgewährung auch noch eine Gebühr von Mk. 15 zu erlegen. Wir zählen nun in der unlängst herausgekommenen neuen Auflage der „Verkehrserleichterungen“ nicht weniger als 228 deutsche und 214 ausländische Hoteliers, darunter erste Firmen, die nicht nur den gewünschten Rabatt bewilligen, sondern auch die verlangten 15 Mk. bezahlt haben. Sind das nun alles Herren, die nicht rechnen können oder ihrer Standeshere nicht bewusst sind? Wir glauben weder das eine noch das andere.“

(Red.: Wir glauben auch weder das eine noch das andere; weder, dass 442 deutsche und ausländische Hoteliers sich der sog. „Verkehrserleichterung“ unterzogen und dafür eine Gebühr entrichteten; noch, dass sie, nach Adam Riese, ihre Standeshere berechnen konnten. Zugegeben, dass eine mehr als zu erhöhende Anzahl Hoteliers sich an der „Erleichterung“ beteiligten, so erkennen wir in diesem Faktum nur die höchst bedauerliche, finanziell kritische Lage des Gasthofgewerbes. Das Finanzwort: „In der Not frisst der Teufel Fliegen.“ dürfte hier ganz gut angebracht sein. Unter den vom „Tourist“ genannten ersten Firmen werden wohl auch einige Aktienhotels stehen, allwo der Verwaltungsrat, der weniger mit der Standeshere als mit Prozenten rechnet, die Gesetze macht. Hierüber lässt sich mit dem „Tourist“ überhaupt nicht streiten. Wir stehen Beide auf der entgegengesetzten Seite eines Triumphbogens, auf der einen Seite die Inschrift: „Willkomm“ und auf der andern: „Scheere Dich, woher Du kommst.“ Beide sind überzeugt von der Richtigkeit ihrer Anschauung.)

„Tourist“: „Es mehrte sich ja auch stetig die Ziffer derjenigen Gasthofbesitzer, welche — was uns näher liegt — den Mitgliedern der deutschen Touristenvereine besondere Vergünstigungen gewähren. Jede neue Kunde dieser Art wird von den Gastwirtszeiten mit Empörung aufgenommen, und es wer-

den jedesmal wieder die verbrauchten Argumente aufgetischt, um zu beweisen, dass diese Abtrünnigen entweder ihre anderen Gäste ausbeuten oder jämmerlich zu Grunde gehen müssen. Die erste Schlussfolgerung, die Rabattgewährung könne nur auf Kosten der übrigen Gäste erfolgen, haben wir bereits ausführlich widerlegt — die zweite wird trotz aller gegenseitigen Versicherungen von den meisten Gasthofbesitzern selbst nicht geglaubt werden.“

(Red.: Die aufgetischten Argumente sind keine verbrauchten, die andern Gäste werden nicht ausbeutet, und der Wirt geht nicht zu Grunde, aber — der Rabatttreisende ist der Geleitete; denn in 80 von 100 Rabatt-hotels werden zweierlei Preise gemacht, solche für die bekannte und angepasste Klientel und solche, welche den Rabatt auf der Rechnung noch günstig erscheinen lassen.)

„Tourist“: „Wir halten unsern deutschen Gastwirtsstand für einen durchweg so gut fundierten, dass rationale Massnahmen zur Hebung des Fremdenverkehrs, welche selbstverständlich mit gewissen Opfern in der Gegenwart verknüpft sind, die sich in der Zukunft reichlich lohnen, sie in ihren wirtschaftlichen Verhältnissen nicht unzuwerfen vermögen.“

(Red.: Der Satz von der guten Fundation des Gastwirtsstandes beweist nur, dass der Verfasser desselben von seinem Beruf als Redaktor mehr versteht, als von der Führung eines Hotels nach rationeller Weise. Ferner heisst es, dass der Wirt gewisse Opfer bringen soll. Wer erfrecht sich dazu, diese zu verlangen? Wir empfehlen dem „Tourist“, sich die Devise des französischen Reiseschriftstellers Conti zu merken: „Il y a des hôtels pour les grandes bourses, pour les bourses moyennes et pour les petites bourses.“ Es findet Jeder, was er braucht. Wer Ansprache macht, soll eine Gegenleistung bringen. Mit der bekannten Phrase: „Die Zukunft wird es reichlich lohnen.“ ist Niemandem gedient, es wird dieselbe von anderer Seite auch anders gedeutet: „Sammelt Euch aber Schätze im Himmel.“ Ob wohl der „Tourist“ diesen Grundsatz befolgt und sich damit tröstet? Wenn ja, dann wollen wir uns gern von ihm überzeugen lassen.)

„Tourist“: „Man kann, — das haben die Anfragen und Untersuchungen seitens der Verbandsvereine ergeben — freilich nicht alle Hotels gleichmässig behandeln; es hat sich herausgestellt, dass es in manchen Gegenden alte einfache Touristengasthöfe gibt, denen allerdings ein Rabatt auf ihre ohnehin sehr niedrigen Preise nicht zugemutet werden kann, — niemand wird aber aus diesen Einzelfällen eine Verallgemeinerung ziehen können, ohne zu den schlimmsten Fehlschlüssen zu gelangen. In einem bekannten Fachblatt war unlängst die Rechnung eines Wiener Hotels abgedruckt, und die Ansätze in derselben spotteten jeder Beschreibung. Wenn exorbitante Preise für Licht, Bedienung, Heizung nötig sind, wenn sogar ein Botenlohn für einen Gang vom Hotel bis zum benachbarten Postamt mit 50 Kreuzer bezahlt werden muss, dann versteht entweder der Gründer des Hotels nicht zu rechnen oder er muss ausschliesslich auf ein Publikum reflektieren, das gewohnt ist, mit dem Gelde zu schleudern, um einem Hotelier das Leben angenehm zu machen. Auf alle Fälle ist die Klage von dem elenden Verdienst, der noch durch Rabattansinnen geschmälert werden soll, eine übel angebrachte.“

(Red.: Auf alle Fälle ist dieses letzte Argument ein übel angebrachtes. Wenn in einem bekannten Fachblatt (doch sicher von der Gesinnungsart des „Tourist“) eine aussergewöhnlich hohe Berechnung einzelner Posten einer Hotelrechnung in Wien, welche wegen ihrer Abnormität veröffentlicht wurde, als normale bezeichnet, um damit zu beweisen, dass von elendem Verdienst, durch Rabattansinnen geschmälert, nicht die Rede sein könne, so ist diese Art der Be-

weisleistung eine tendenziöse, ganz angepasst der elenden Gesinnung des „Tourist“, der gerne diesen elenden Verdienst mit den Hoteliers teilen möchte. Ohne für das unbekannt Wienerhotel eine Lanze zu brechen, liesse sich bei Licht betrachtet die Sache vielleicht anders ansehen. Es ist ja möglich, dass da ein Gast mit einer *petite bourse* als *grand seigneur* mit Pretentionen in ein Hotel für *grandes bourses* geratet, wo er nicht hingehört. Oder auch macht der „Tourist“ keinen Unterschied zwischen einem Grand Hotel einer Residenzstadt, mit einer Kapitalanlage, wobei ein Bett 6—9000 Gulden zu verzinsen hat, gegenüber einem Landgasthause in Krähwinkel, bei welchem das Anlagekapital auf das Bett berechnet, nur 1500 bis 2000 Mark beträgt.)

(Schluss folgt).

Die Fremdenblätter.

(Eingesandt.)

Ein Korrespondent in No. 28 der „Hotel-Revue“ spricht sich sehr abschätzig über die Versendung der Fremdenblätter an andere Kurorte und Kurhotels aus. Seine Ansicht ist auch ein Standpunkt, den man einnehmen kann, aber unseres Erachtens nicht einnehmen soll. Es will uns denn doch ungemiss kleinlich und engherzig dünken, deshalb keine Fremdenblätter aus anderen Kurorten aufzulegen, weil etwa ein Gast sich verleiten lassen könnte, das eigene Geschäft zu verlassen, um dem Prinzen und Grafen soundso nachzureisen. Wir glauben, die Besorgnis hier sei viel zu gross, wenn nicht ganz und gar unbegründet. Von diesem engherzig-philistherhaften Standpunkte aus wären alle Kollektiv-Fremdenblätter zu verpönnen; denn es könnte ja einmal der Fall eintreten, dass auch da ein Geschäft einem andern einen Kunden abjagte. Die Fremdenlisten der Graubündner Kurorte, das Fremdenblatt der Hotels um den Vierwaldstättersee und im Berner Oberland, die man doch sonst allgemein begrüssigt, wären nach der oben ausgesprochenen Theorie barer Unsinn, auch die Fremdenblätter grösserer Kurstationen mit mehreren Hotels, z. B. Ragaz, Baden, Leuk, müsste man dahin zählen. Eine logische Konsequenz würde es ferner sein, keine Kollektiv-Annoncen zu machen; denn wenn eine solche Annonce von zehn Hotels drei Fremde veranlassen sollte, den angekündigten Kurort zu besuchen, so hätten mindestens sieben Hoteliers mit ihrem eigenen Gelde nur ihren Konkurrenz-Gäste verschafft.

Man könnte dieses Thema weiter ausspinnen!

Warum betreibt jeder Hotelier sein Geschäft? Sagen wir es kurz und nackt: er will damit Geld machen. Dieses Ziel erreicht er am besten, wenn er möglichst viel und gute Gäste hat. Der Gast geht aber wiederum am liebsten dahin, wo er bei qualitativem Preise am besten bedient wird. Zu den gesuchtesten Annehmlichkeiten vieler Gäste gehört aber auch das Lesezimmer und zwar nicht allein für die politische und für die Unterhaltungs-Lektüre, viele verfolgen mit Interesse auch die langen Namenreihen der fremden Listen, ob sie irgendwo einen Bekannten oder einen Freund aufstöbern. Es giebt eben auch solche Käuze, und zwar nicht wenige. Und warum sollte es nicht so sein? Ist doch das Durchgehen solcher Namenreihen mindestens so unterhaltend als die Lektüre der Kurs- und Börsenzettel. — Wie manchmal ist dem Kurgaste bei minderwertigem Wetter jede Lektüre recht, die ihm überhaupt die Zeit verkürzt. Herr Ch. St. mag versichert sein, dass wir aus langjähriger Erfahrung und Beobachtung sprechen.

Also nur sachte mit dem Papierkorb. Wir meinen, eine Kuranstalt handle nicht gegen ihr Interesse, wenn sie Fremdenblätter aus andern Orten auflegt. F.