

# Feuilleton

Objektyp: **Group**

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

Band (Jahr): **4 (1895)**

Heft 7: **A**

PDF erstellt am: **05.08.2024**

## **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.

Basel, den 16. Februar 1895.

Bâle, le 16 Février 1895.

Erscheint Samstags.

Paraissant le Samedi.

N<sup>o</sup> 7.

Abonnement:

Schweiz:  
Fr. 6.— jährlich.  
Fr. 5.— halbjährlich.

Anstalt:

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

Inserate:

50 Cts per 1 spatige Petit-  
celle o'ler deren Raum.  
Bei Wiederholungen  
entsprechenden Rabatt.  
Vereinsmitglieder  
bezahlen die Hälfte.

Abonnements:

Pour la Suisse:  
Fr. 6.— par an.  
Fr. 5.— 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. 6.— 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

4. Jahrgang 4<sup>me</sup> ANNÉE

Organ und Eigentum

Organe et Propriété

des

de la

Schweizer Hotelier-Vereins.

Société Suisse des Hôteliars.

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

TÉLÉPHONE No. 1573.

Redaction et Expédition: Rue des Etoiles No. 23, Bâle.  
Adresse telegraphique: „Hôtelrevue Bâle.“

## Offizielle Nachrichten.

### An die Vereinsmitglieder!

Wir bringen hiermit zu Ihrer Kenntnis, dass die revidierten Vereinsstatuten, sowie das neue Mitgliederverzeichnis heute per Post an Ihre verehrl. Adressen abgegangen sind. In soweit solche nicht in Ihre Hände gelangen sollten, wollen Sie uns gefälligst Mitteilung machen.

Gleichzeitig benachrichtigen wir die neuen, seit Oktober in unsern Verein eingetretenen Mitglieder, dass wir in den nächsten Tagen das Eintrittsgeld (nach § 10 der Statuten) per Postnachnahme ein-kassieren werden.

Hochachtungsvoll

Lucerne, den 14. Februar 1895.

Schweiz. Hotelier-Verein,  
Der Präsident:  
J. Döpfner.

### A nos Sociétaires.

Nous vous prévenons que nous expédions ce jour à votre adresse les statuts révisés de la Société ainsi que la nouvelle liste des membres. Les sociétaires auxquels ces imprimés ne parviendraient pas, sont priés de nous en aviser le plus tôt possible.

En même temps nous informons les membres admis dans la Société depuis le mois d'Octobre dernier, que d'ici à quelques jours nous encaisserons par remboursement postal le montant de leur cotisation d'entrée (§ 10 des statuts).

Lucerne, le 14 Février 1895.

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

### Zur gefl. Beachtung.

Die Herren Vereinsmitglieder und Abonnenten der „Hotel-Revue“ möchten wir hiermit höfl. ersuchen, sich bei Benützung unseres Stellenvermittlungsbureaus der ihnen vor einiger Zeit zugesandten „Auftrag-Formulare“ zu bedienen. Es liegt dies im Interesse einer prompteren und zweckentsprechenderen Erledigung der Aufträge und Erleichterung der damit verbundenen Korrespondenzen.

Namens des Centralbureau:  
Der Chef:  
O. Amster-Aubert.

## Wie ist den Angriffen seitens der Presse gegenüber dem schweiz. Hotelwesen am wirksamsten zu begegnen?

Bei der Behandlung dieser Frage haben wir weniger diejenigen Angriffe im Auge, die von der Presse direkt herrühren, denn solange die Vertreter derselben, wenn sie auf Reisen, so pretentiösen Anforderungen huldigen und an den Hotelier Ansprüche stellen, die sich mit dem Gerechtigkeitsgefühl und der Selbstachtung des Gastgebers nicht immer vereinbaren lassen, solange wird es eben unzufriedene Reporter geben und solange wird sich auch diese Unzufriedenheit in Form von redaktionellen Schmäh-artikeln Luft machen.

Anders verhält es sich mit denjenigen Angriffen, die als Korrespondenzen oder Feuilletons ihren Weg in die Presse finden, oder solche, die anscheinend redaktionell, thatsächlich aber nur inspiriert sind. Diesen gegenüber lässt sich unserer Ansicht nach etwas thun und wenn wir auch die Ueberzeugung noch nicht haben, sie ganz beseitigen zu können, so lassen sie sich doch durch richtiges Vorgehen auf ein Minimum reduzieren.

Kaum hat jeweilen die Saison begonnen, so hat man auch schon Gelegenheit, in der Presse „freund-nachbarlicher“ Staaten Skizzen aus den Erinnerungen „Vielgereister“ oder gar Reise-„Studien“ gedruckt zu sehen und was ist dabei leichter, als hie und da einen „Hieb“ auf unser Hotelwesen einzuflechten oder zwischen den Zeilen durchblicken zu lassen, dass man gut thue, sich während des Aufenthaltes in der Schweiz, auf „Ueberraschungen“, „Ueberforderungen“ und wie die „Liebenswürdigkeiten“ alle heissen, gefasst zu machen. Glücklicherweise, wenn es bei diesen Bezeichnungen bleibt.

Andere wieder, die nicht zu den „Vielgereisten“ gehören, sondern die gerade ihres „Zuweniggereist-seins“ halber eigentlich kein Urteil haben, sich aber doch ein solches ammassen, setzen sich in der Auf-regung ihres ersten „Erlebnisses im Hotel“ nieder und schreiben an ihr „Leibblatt“ eine fulminante Korrespondenz, in welcher an dem Schweizerländen und seinen Gepflogenheiten auch nicht die geringste gute Eigenschaft mehr gelassen wird.

Ferner gibt es noch Reisende zwischen den „zu viel“ und den „zu wenig“ Gereisten und mit diesen hat man ebenfalls zu rechnen, und zwar um so mehr, als wir sie die „besonnenen“ Reisenden nennen können, die sich Rechenschaft ablegen, ehe sie klagen, die mit den örtlichen Verhältnissen einer Gegend

oder eines Hotels und den sonstigen mitwirkenden Fak-toren zu rechnen wissen, die aber trotz alledem doch hie und da noch zu klagen haben, denn, sagen wir es nur rund heraus, es giebt Fälle, wo die Klagen nicht unbegründet sind. Mancher einzelne Hotelier hat es zufolge einer mehr oder weniger absichtlichen ungerechtfertigten Handlungsweise gegenüber dem Gast auf dem Gewissen, zu einer öffentlichen Klage Anlass gegeben und so sich selbst und dem ganzen schweizerischen Hotelwesen geschadet zu haben.

Wie wäre es nun, wenn der soeben beschriebene leichte Weg zur Presse abgeschnitten, oder besser gesagt, wenn neben diesem noch ein anderer, ein nach leichterem Weg eröffnet würde und den zu be-treten der sich zu Klagen berechtigt glaubende Reisende sogar eingeladen würde? — Das Centralbureau des Schweizer Hotelier-Vereins wäre das Endziel dieses Weges und würde ihm die Aufgabe zufallen, quasi als Untersuchungsforum zu fungieren.

Der Schweizer Hotelier-Verein hat sich durch seine rege Thätigkeit auf dem Gebiete des Hotel-wesens und des Fremdenverkehrs in den letzten Jahren ein hohes Ansehen zu erringen gewusst, welches über die Grenzen der Schweiz hinausgeht und auf dieses Ansehen möchten wir unsere An-regung stützen, die dahin geht, es sei unser Central-bureau zu beauftragen, Reklamationen, soweit die-selben speziell auf das Hotelwesen resp. über den Aufenthalt in den Hotels der Schweiz Bezug haben, von Reisenden entgegen zu nehmen und durch ge-nauen Untersuchung und unter Berücksichtigung der örtlichen Verhältnisse des jeweilen in Frage kommenden Hotels aufzuklären, eventuell zu schlichten zu suchen. In dieser Arbeit hätte dem Centralbureau die aus-erfahrenen Fachmännern bestehende Aufsichtskom-mission mit Rat und That zur Seite zu stehen.

Es soll mit dieser Anregung nun keineswegs ge-sagt sein, dass wenn einmal ein Fremder glaubt, für ein Ei oder für ein Schinkenbröckchen zu viel haben bezahlen zu müssen, er dann ein Recht habe, oder das Centralbureau gar von ihm erwarte, diesen Fall als „Klage“ lang und breit zu schlagen, nein, sondern es müsste dafür gesorgt werden, dass nur wichtige, prinzipielle Fragen und Differenzen behufs Erörterung und Ausgleich an unser Bureau gelangen.

Wir glauben, dass durch ein derartiges Vorgehen manche gehässige Zeitungskorrespondenz ungeschrie-ben bleiben würde. Das reisende Publikum wäre durch das Mittel der Reisehandbücher und ähnlicher Publikationen auf das Bestehen dieses „Bureau zur Entgegennahme von Klagen“ aufmerksam zu machen. So gut wie die Herren Verleger der in Betracht fallenden Reisehandbücher etc. sich schon dankbar

## Feuilleton.

### Neue Menus.

Aus Paris werden wiederum Neuheiten von Menus beschrieben, die auch Interesse für die Leser der „Hotel-Revue“ bieten. Bei den grösseren und kleineren Dinners, welche man giebt, legt man wiederum Wert auf Blumenschmuck und Eleganz, doch dabei bringt die Mode allerhand Bizarreien mit sich. Das Service, bisher einheitlich, womöglich mit dem Monogramm des Gastgebers versehen, ist jetzt von Gang zu Gang verschieden. Suppen-Terrinen und -Teller von Sévres-Porzellan, Fischschüsseln aus Majolika nebst eben-solchen Tellern, deren jeder mit irgend einem Fisch, Krebs oder anderem Seegethies bemalt ist, zu den „Entrees“ Silbergeschirr, für den Braten besonders geformte Schüsseln, so für Geflügel, Wildpret, eigen dekorierte, für Dessert spitzenähnlich durchbrochene Porzellankörbe von Meissener Porzellan. Je bunter

und gemischerter das Service ist, desto moderner (!) und beliebter ist es. Die Tischtücher zeigen Zwischen-sätze und Einlage-Bordüren aus Spitzen, bunten Seidenstoffen und Metallgeweben.

Von besserem Geschmacke als diese bunte Pracht erscheint das einfache Damasttuch mit breiten Hohl-säumen und venetianischer Guipure. Die Tischläufer sind gestickt oder wie die Tischtücher mit Gold oder Silber inkrustiert; aus alter Guipure gefertigt lassen sie eine buntfarbige Seidenunterlage durchschimmern. Der Hauptschmuck des Tisches sind natürlich immer noch Blumen, und es gilt ein Blumenkorb als Mittel-punkt für ebenso elegant wie ein silberner Tafel-aufsatz. Moderner ist es jedoch, das Centrum seiner Tafel mit einem flachen Porzellankorb zu besetzen und diesen mit allerlei Obst zu füllen. Frische Blätter zwischen den Früchten und ein um den Henkel des Korbes gewundenes Blumenbouquet vervollständigen den Obstkorb. Reizend ist ein solcher ganz aus den blühenden Zweigen des Apfelbaumes gebildet und mit kleinen rothbackigen Franzäpfeln besteckt und gefüllt.

Auf die Menus, die in silbernen Haltern, mit der Chiffre oder dem Wappen des Gastgebers versehen,

vor jedem Couvert stehen, legt die Maitresse de Maison grossen Wert. Eine der bekanntesten Pariser Ele-ganten hatte zum letzten „Réveillon“ 12 Gäste ge-laden. Vor jedem der an ihrer Tafelrunde Platz-nehmenden stand ein in Aquarell ausgeführtes Menu, jedes von einem anderen Künstler gefertigt. Einen solchen Kunstaufwand können nur wenige mit den kleinen Speisekarten treiben; es giebt aber viele gute, nur noch nicht gerade berühmte Maler, die ihren Pinsel gern in den Dienst der modernen Tischdekoration stellen und die Liste der Speisen und Getränke illu-strieren. Gemalte Blumen müssen dann mit denen der Tischdekoration überhaupt übereinstimmen; Jagd-szenen, Manöverbildchen, Watteau'sche Schäferszenen, Erinnerungen an Oper, Dramen und Ballet inspirieren den Menükünstler, je nach den Gesellschaftskreisen, denen die Tischgäste angehören. Bei intimen Dinners, d. h. bei solchen, wo Wirte und Gäste in sehr regen freundschaftlichen Beziehungen zu einander stehen, ist es höchster Chic, wenn die Speisekarten durch ihre malerische Ausschmückung direkt auf die Per-sönlichkeit oder Lebensstellung des Gastes anspielen, vor dem sie stehen.