

**Zeitschrift:** Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels  
**Band:** 15 (1906)  
**Heft:** 38

**Artikel:** Für das Leben im Hotel  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-523137>

### **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>**

N<sup>o</sup> 38.

Abonnement

Für die Schweiz:
1 Monat Fr. 1.25
3 Monate „ 3.—
6 Monate „ 5.—
12 Monate „ 8.—

Für das Ausland:
(inkl. Portozuschlag)
1 Monat Fr. 1.50
3 Monate „ 4.—
6 Monate „ 7.—
12 Monate „ 12.—

Vereins-Mitglieder erhalten das Blatt gratis.

Inserate:

7 Cts. per 1 spaltige Millimeterzeile oder deren Raum. — Bei Wiederholungen entsprechender Rabatt. Vereins-Mitglieder bezahlen 3 1/2 Cts. netto per Millimeterzeile oder deren Raum.



N<sup>o</sup> 38.

Abonnements

Pour la Suisse:
1 mois . Fr. 1.25
3 mois . „ 3.—
6 mois . „ 5.—
12 mois . „ 8.—

Pour l'Etranger:
(inclus frais de port)
1 mois . Fr. 1.50
3 mois . „ 4.—
6 mois . „ 7.—
12 mois . „ 12.—

Les Sociétaires reçoivent l'organe gratuitement.

Annances:

7 Cts. par millimètre-ligne ou son espace. Rabais en cas de répétition de la même annonce.

Les Sociétaires payent 3 1/2 Cts. net p. millimètre-ligne ou son espace.

Organ und Eigentum des Schweizer Hotelier-Vereins.

15. Jahrgang | 15<sup>me</sup> Année

Organe et Propriété de la Société Suisse des Hoteliers.

Erscheint Samstags. Paraît le Samedi.

Redaktion und Expedition: Sternengasse No. 21, Basel. \* TÉLÉPHONE 2406. \* Rédaction et Administration: Sternengasse No. 21, Bâle.

Inseraten-Aufnahme nur durch die Expedition dieses Blattes und die „Union-Reklame“ in Luzern — Les annonces ne sont acceptées que par l'admin. de ce journal et l'„Union-Réclame“ à Lucerne

Verantwortlich für Redaktion und Herausgabe: Otto Amsler, Basel. — Redaktion: Otto Amsler; K. Achermann. — Druck: Schweiz. Verlags-Druckerei G. Böhm, Basel.

Aufnahme-Gefuche. Demandes d'Admission.

- Monsieur James Calame, propr. de la Pension Villa des Paquerettes aux Brenets 45
Parrains: MM. G. Walz, Hôtel Central, Chaux-de-Fonds et Louis Jehlé, Hôtel du Soleil, Neuchâtel.
Monsieur Charles Hayn, propr. de l'Hôtel de la Dent du Midi, Bex-les-Bains 35
Parrains: MM. E. Gurtner, Hôtel du Roc, St. Léger et E. Brun-Monnet, Hôtel du Châtelard, Clarens.
Herrn A. Morosani, Besitzer des Hotel Post, Davos-Platz 30
Paten: HH. E. Baebler, Direktor, Sanatorium Schatzalp und E. Lutz, Direktor, Sanatorium Dr. Turban, Davos-Platz.

An die tit. Mitglieder

und Abonnenten, die jeweils den Winter über ihren Wohnort wechseln, richten wir hiemit die höf. Bitte, uns rechtzeitig ihre Abreise anzuzeigen, damit die Aenderungen in der Spedition des Vereinsorgans vorgenommen werden können und der regelmässige Erhalt desselben keinen Unterbruch erleidet.

Die Expedition.

MM. les Sociétaires

et abonnés qui, pendant l'hiver, changent leur domicile, sont priés d'aviser à temps notre bureau de leur départ, afin d'éviter des irrégularités dans l'expédition de l'organe social.

L'Administration.

Die Reklame der Hotels.

Von H. Behrmann. (Fortsetzung.)

Beim Durchblättern von Gemälde-Reproduktionen oder künstlerischen Photographien wird der Hotelbesitzer hin und wieder auf ein Bild stossen, das in Vorwurf und Auffassung für die Darstellung seines Hauses in irgend einer Richtung in Betracht kommen könnte, und er wird die ganz unterhaltensame Suche darnach in Anbetracht des Wertes einer guten Reklame nicht seiner als Geschäftsmann für unwürdig halten. Angenommen, es handle sich um die Darstellung eines grösseren, architektonisch reich behandelten Hotelbaues in der verhältnismässig engen Strasse einer inneren Grossstadt, in der es unmöglich ist, das Gebäude auf eine einzige photographische Platte zu bekommen. Vielleicht wird der Hotelier durch ein ihm unter die Hände kommendes Bild belehrt, dass es keineswegs notwendig ist, sämtliche vier Stockwerke samt Erd-, Keller- und Dachgeschoss peinlich genau aufzunehmen, um den Eindruck des grossen, des architektonisch anziehenden zu vermitteln. Vielleicht findet er den Mut, das Bild seines Hotels mit dem zweiten Stock abzuschneiden zu lassen und die Ergänzung dem Beschauer zu überlassen; das Ganze diesem näher liegend darzustellen, etwa wie sich das Haus dem Fremden vom gegenüberliegenden Fusssteig aus zuerst präsentiert. Statt auf die Vollzähligkeit der Dachluken, wird er sein Augenmerk auf wirkungsvolles Herausarbeiten der Fenster- und Türformen und der Balkons richten, hinter denen man behagliche Räume vermuten soll,

und wird es durch den beigedruckten Zusatz „90 Zimmer“ den Mathematikern im Publikum anheimstellen, die Anzahl der Frontfenster rechnerisch herauszufinden.

Der Besitzer einer grösseren Fremdenpension am See wird vielleicht seinerseits finden, dass es der Darstellung seines Hauses nicht zum Nachteil gereicht, wenn ein paar hohe Bäume den grösseren Teil seiner im Prospekt so liebevoll herausgestrichenen windgeschützten Veranda verdecken; indem der Beschauer hinter den Bäumen die Fortsetzung der nur zu einer Ecke sichtbaren Veranda vermutet, wird er eine nur umso festere Ueberzeugung von ihren Annehmlichkeiten gewinnen.

Die beiden angeführten Fälle erschöpfen natürlich auch nicht im Entferntesten die vorhandenen Möglichkeiten. Sie sind jedoch insofern als typisch zu betrachten, als in dem ersten Fall eine zeichnerische Komposition erforderlich ist, während für den zweiten Fall angenommen ist, dass eine gute photographische Aufnahme genügt. Die photographische Aufnahme des Gebäudes wird auch der zeichnerischen Arbeit stets vorausgehen müssen, da sie als Grundlage dafür nicht gut entbehrt werden kann, um die Einzelheiten der Konstruktion richtig wiederzugeben. Statt aber, wie es die Regel ist, zuerst die Aufnahmen zu machen und dann diese dem Zeichner zu übergeben, der das Gebäude noch nie gesehen hat und nun an Hand von Plänen, Grundrissen und Photographien sich eine Vorstellung davon machen muss, sollte sich der Besteller vorher über die Auffassung des Bildes klar sein oder wenigstens mit dem Photographen der Kunstanstalt Beratung darüber pflegen, damit die Aufnahmen auf die spätere Zeichnung Rücksicht nehmen können, soweit dies möglich ist.

Woran es den zeichnerischen Kompositionen hinterher meist gebricht, ist die Natürlichkeit der Darstellung, eben was bereits mit „Stimmung“ bezeichnet worden ist. Sie wird durch die mit dem Lineal erzielte Sauberkeit der Arbeit totgeschlagen. Die Konturen treten in einer der Wirklichkeit krass widersprechenden Weise auffällig hervor, die Farbenwerte sind nicht wiederzuerkennen, und die Darstellung ermangelt der Tiefe und Luft. Eine weiche, flächige Behandlung würde ihr viel besser zu statuen kommen, als die übliche spitze Bleistiftmanier. Noch eine weitere Eigentümlichkeit der jetzt üblichen Hotelbilder ist der verlaufende Rand. Er leitet seine Berechtigung aus der vielfach bestehenden Notwendigkeit her, nahe am Gebäude liegende Teile, die nicht mit in das Bild kommen sollen, leichter fortlassen oder doch nebensächlich behandeln zu können. Auch technische Gründe haben dabei mitzusprechen. Zuweilen gibt es ganz hübsche Wirkungen, im allgemeinen aber steht das verlaufende Bild an künstlerischer Wirkung nicht sehr hoch. Viel vornehmer wirkt es, wenn eine hübsche Umrandung durch das Bild vollständig ausgefüllt wird, und es braucht nur auf das moderne Plakat hingewiesen zu werden, bei denen ebenfalls das Bild die ganze Fläche ausfüllt und das alte süsslichen verlaufenden Chromobilder fast völlig verdrängt hat. Nur sei auch hier nochmals eine Warnungstafel vor den Helden des „Jugendstils“ aufgepflanzt, die das Verlangen nach einer Umrandung zu ornamentalen Ausschweifungen missbrauchen.

Um den Eindruck der Natürlichkeit noch weiter zu steigern, stehen auch künstliche Hilfen zur Verfügung. Bekannt ist das bei Landschaften oft und immer mit Erfolg angewendete Mittel, im Vordergrund eine oder mehrere Personen zu Trägern der Stimmung zu machen, die sich aus der Landschaft dem

Beschauer mitteilen soll, also gewissermassen die Personen im Bilde die Rolle des Beschauers spielen zu lassen, sie mit ihm zu identifizieren. Auch bei der Hotelansicht mag das Mittel einer wirksamen Staffage mit gutem Erfolg zur Anwendung gelangen, um ein belebendes Element ins Bild zu tragen. Um Motive braucht man nicht verlegen zu sein: ankommende Reisende, ein imponierender Portier, ein eleganter Hotelwagen, im Freien duiende Gäste, auch etwa die belebte Strasse vor dem Hause, eine Volkstracht ergeben eine Fülle von Material. Aber! ... die Behandlung der Staffage ist eine Aufgabe, die man den handwerklichen Zeichnern nicht mehr überlassen kann, weil sie das Durchschnittsmass ihrer Fähigkeiten übersteigt, die vielmehr das sichere Können eines Künstlers erfordert, wenn nicht etwas gänzlich veraltetes herauskommen soll. Nichts hindert indessen den Hotelier, sich von vornherein einer wirklich berufenen künstlerischen Kraft zu versichern, um ein Bild von bleibendem Wert zu erhalten.

Die Natürlichkeit der Darstellung ist der photographischen Aufnahme von Hause aus eigen. Wenn mit solcher allein ein befriedigendes Bild zu erzielen ist, dann umso besser. Mit den modernen Apparaten wird dies auch in vielen Fällen möglich sein, denen früher schlecht beizukommen war. Frei und hochstehende Gebäude z. B., die mit Nahaufnahmen nicht zu bezwingen sind, erschliessen sich von einem weiter entfernten Standpunkt aus, etwa auf der andern Seite des Tales, in vollem Ueberblick dem für Fernphotographie eingerichteten Apparat und lassen sich dem Beschauer scheinbar ganz nahe bringen. Dieses einfache Hilfsmittel findet nur selten Verwendung, erfordert aber auch einen sehr tüchtigen Photographen.

Die Photographie besitzt ferner den für den Fremden höchst wichtigen Vorzug der Verlässlichkeit. Dem Hotelier allerdings wird die Wahrhaftigkeit des Bildes oft verbesserungsbedürftig erscheinen, er wird wünschen, dass sich sein Haus mehr aus der Umgebung heraushebt. Da kann dann ein geschickter Retoucheur helfend eingreifen, störende Stellen beseitigen, wichtige Einzelheiten herausheben und überhaupt die Bedeutung des Hauses etwas handgreiflicher machen. Auch die Staffage vermag der Photograph ins Bild zu bringen, ja, für ihn sind dabei viel weniger gefährliche Klippen zu umschiffen, als für den Zeichner. Eine mit Geschick zusammengestellte Gruppe von Personen vermag oft Wunder zu wirken; sogar einige Phantasie darf sich der Photograph erlauben, indem er weitauf vom Hause aufgenommene Szenen oder einzelne Personen kühn auf das Bild an passender Stelle aufklebt. Nach erfolgter Retouche wird in der Reproduktion niemand mehr die Hexerei erkennen, mit der aus zwei eins gemacht wurde.

Mit der Photographie auszukommen hat die für manche Besteller sehr willkommene Annehmlichkeit der grösseren Billigkeit gegenüber einer zeichnerischen Arbeit. Wenn gar, wie oben vorgeschlagen, eine erste künstlerische Kraft für die Hotelansicht herangezogen wird, so wird sich das Verhältnis natürlich noch weit mehr zu Gunsten der Photographie verschieben. Es sollte aber kein Zweifel darüber obwalten, dass es grundfalsch ist, gerade an diesem Punkte das Sparsamkeitsprinzip anzusetzen. Für die Schaffung der Ansicht, die die Grundlage aller weiteren Reklame bildet, darf nur die Frage der Zweckmässigkeit und Schönheit, nicht die der Billigkeit ausschlaggebend sein. Sonst ist die Rechnung falsch; denn die teure künstlerische Arbeit wird vermög ihrer grösseren Ueber-

zeugungskraft das billige Machwerk an Reklamewirkung und Wert weit überholen. Leider sind durch ganz unverantwortliche Angebote von Kunstanstalten geringeren Ranges die Gemüter vielfach verdorben worden, und es herrscht die Ansicht vor, es könne ohne weiteres unberechnete Lieferung von „Skizze und Gravure“ beansprucht werden, wenn nur der Auftrag auf die Druckarbeiten erteilt wird. Unverantwortlich sind die dahin gehenden Angebote deshalb, weil keine Druckerei ihren Kunden etwas schenken kann und die Kosten einer nicht besonders berechneten Ansicht auf irgend eine Weise, sei es in dem Preis der Druckarbeiten, sei es durch geringere Arbeit, wieder hereinbringend werden müssen. Es gibt dann eine Ware, der man die Sparsamkeit auf den ersten Blick ansieht. Wenn man die Wirkung auf das Publikum in Anschlag bringt, so wird die schöne, die künstlerische Arbeit immer auch die billigste sein.

Künstlerische Forderungen und nüchterne, rein geschäftliche Erwägungen begegnen sich hier. Wie weit das für den einzelnen Besteller Geltung hat, mag dieser selbst entscheiden, denn nicht immer ist eine ausgedehnte Reklame am Platze und nutzt das in die Ansicht gesteckte Kapital aus. Da mag dann die Billigkeit mit vollem Recht den Ausschlag geben.

Über die Verwendung der Ansicht und die verschiedenen Arten der Reproduktion soll im weiteren gesprochen werden.

(Fortsetzung folgt.)

Für das Leben im Hotel

gibt ein Artikel der in Paris erscheinenden Zeitschrift „Revue de la Famille“ und „La Mode Pratique“ dem reisenden Publikum verschiedene Räte, deren Befolgung dem Gast einen angenehmen Aufenthalt im Hotel sichern solle. Die Rubrik ist überschrieben „Chronique de l'Élégance“ und der Artikel unterzeichnet „Princesse de Clèves“. Gemäss dieser Ueber- und Unterschreibung sollte man erwarten können, dass lautere Noblesse die Ausführungen diktiert habe und aus ihnen sich lesen lasse. Aber wie so oft, so trügt der Schein auch hier. Allerdings hat der Artikel die Hotelverhältnisse in Frankreich vor Augen und spricht zum französischen Reisepublikum, bewegt sich also im internen französischen Leben. Aber wenn die Räte von den reisenden Franzosen auch in andern Ländern mit andern Verhältnissen befolgt würden, so wäre diese Praxis sehr geeignet, Differenzen zwischen Gast und Hotelier zu schaffen und mit dem angenehmen Aufenthalt wäre es für beide Teile vorbei. Dafür einige Beispiele aus diesen Räten der „Prinzessin“.

Der eine geht dahin, der Gast soll sich, auch wenn punkto Logis alles im Detail abgemacht ist, die Möglichkeit vorbehalten, gleich zu changieren, wenn bei seiner Ankunft die Zimmer ihm nicht gefallen sollten. Welcher Wirrwarr daraus für das Hotel erwachsen kann, ist leicht einzusehen.

Weiter wird geraten, vom offerierten Preise immer einen Viertel abzumarkten, wodurch immer eine Reduktion erreicht werde! Die „Prinzessin“ scheint eine erfahrene Maklerin zu sein, aber von einem richtigen, geordneten, kaufmännischen Hotelbetrieb hat sie kaum eine Ahnung. Das beweist auch ihr weiterer Rat, für eine Familie immer einen Pauschalpreis auszusenden, keinen Preis per Kopf anzunehmen. Auf diese Art könnten der Hotelier unter Umständen noch Geld drauflegen!

## Propagandawesen.

Unter diesem Titel lesen wir im „Bund“ vom 13. September folgendes:

Bekanntlich wurde seinerzeit von Schweizer Hotelier-Verein und dem Verband Schweizer Verkehrsvereine die Schaffung einer Propaganda-Zentrale angeregt. Ein bezügliches Projekt war bereits ausgearbeitet und sollte der Delegiertenversammlung der Schweizer Verkehrsvereine zur Genehmigung unterbreitet werden, als eine Delegation des Schweizer Hotelier-Vereins bei den Schweizerischen Bundesbahnen vorstellte, um ein Zusammenspannen mit diesen anzubahnen. Die Bundesbahnen ihrerseits, gestützt auf die guten Erfahrungen, die sie mit ihren Bureaux in London und Paris machen, beabsichtigen nun, dem längst empfundenen Bedürfnis, in New-York ein Propaganda-Bureau zu errichten, nachzukommen, und verlangen zu diesem Zwecke vom Schweizer Hotelier-Verein die Partizipation von  $\frac{1}{2}$  an die budgetierten Kosten im Gesamtbetrage von Fr. 120,000 jährlich. Leider sollen sich nun die Unterhandlungen zerschlagen haben, da eine grosse Zahl der Hoteliers den Standpunkt vertritt, die amerikanische Kundschaft gehe nur in die bessern Hotels. Diese Auffassung ist jedenfalls unbegründet, denn wir haben diesen Sommer wahrnehmen können, dass ein beträchtlicher Prozentsatz der amerikanischen Kundschaft bescheidene Häuser aufsucht.

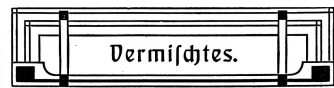
Bedenkt man, wie gross das Feld jenseits des Ozeans ist und wie herzlich wenig bis jetzt an Propaganda geschehen ist, so wäre es wirklich sehr bedauerlich, wenn wegen der Stellungnahme der Hoteliers die Gründung des Bureaus aufgegeben würde.

Um irrthümlichen Auffassungen über die Stellungnahme des Hotelier-Vereins in dieser Frage zu begegnen, haben wir dem „Bund“ folgende Berichtigung, die in der Nummer vom 19. d., erschienen ist, zugehen lassen:

„Tit. Redaktion des „Bund“!  
In Ihrer Nummer vom 13. d. bringen Sie eine Korrespondenz, in welcher gesagt ist, dass die von den Bundesbahnen geplante Gründung eines Propagandabureaus in New-York wegen ungenügender finanzieller Mitwirkung seitens des Schweizer Hotelier-Vereins gescheitert sei. Es bedarf diese Einseitigkeit einer Berichtigung.

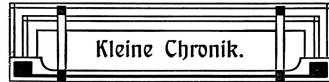
Der Schweizer Hotelier-Verein hatte in seiner diesjährigen Generalversammlung beschlossen, durch Extrabeiträge seiner Mitglieder jährlich ca. Fr. 50,000 zusammenzubringen, um sie in Gemeinschaft mit den Bundesbahnen zu Propagandazwecken für den Fernverkehr zu verwenden. Eine hierfür ernannte Propagandakommission wurde beauftragt, über diese Summe in zweckmässiger Weise zu verfügen und Rechenschaft abzulegen. Als hierauf die Bundesbahnen vom Hotelier-Verein Fr. 40,000 als Drittel der für das Bureau in New-York in Aussicht genommenen Auslagen erwartete, glaubte die Propagandakommission, es dem Verein gegenüber nicht verantworten zu können, wenn sie von dem ihr zur Verfügung gestellten Betrag 80 Prozent allein für das Bureau in New-York veransagte und dies um so weniger, als die Propaganda in Amerika nur dem kleinen Teil der Mitglieder zugut kommen würde. Damit ist aber nicht gesagt, dass wenn für dieses Jahr die Frage unerledigt geblieben, sie nicht nächstes Jahr vielleicht doch ihre Lösung finden wird.“

Bei dieser Gelegenheit sei noch mitgeteilt, dass die erste Sitzung der Propagandakommission des Hotelier-Vereins diesen Monat in Bern stattgefunden hat. Ueber die Verhandlungen und anderweitig getroffenen Dispositionen wird an nächster Generalversammlung Bericht erstattet werden.



**Die Herstellung von Acetylen auf trockenem Wege** ist einer Mittelung des „Prometheus“ zufolge dem Engländer Atkins gelungen. Die Erzeugung von Acetylen aus Calcium-Carbid durch Zuführung von Wasser führt insbesondere bei transportablen kleinen Beleuchtungsanlagen (Wagen- und Fahrradlampen) zu mancherlei Unzulänglichkeiten. Nach dem neuen Verfahren von Atkins lässt sich aber Acetylen herstellen, indem man das Calcium-Carbid mit Stoffen vermischt, welche in richtigem Verhältnis die Elemente des Wassers (Wasserstoff und Sauerstoff) enthalten. Ein solcher Stoff ist die vielgebrauchte kristallisierte Soda, bei welcher auf ein Molekül Kristallsubstanz zehn Moleküle gebundenes Wasser treffen. Bei der Verwendung von Soda als Entwickler, entsteht ausser Acetylen noch Aetznatron, kohlen-saurer Kalk, Aetzkalk und eine geringe Menge Wasser. Die zur Verwendung kommenden Apparate sind sehr einfach. Das Mischen des Carbid mit Soda erfolgt in Trommeln aus Stahleblech, die durch senkrechte Wände in drei Abteilungen geteilt sind. Das nach dem Verfahren hergestellte Gas ist sehr rein und ergibt ein schönes gleichmässiges Licht. Eine Reihe von Stationsgebäuden englischer Eisenbahngesellschaften werden schon durch Acetylen beleuchtet, welches nach dem Atkins'schen Verfahren hergestellt wird.

**Bakterienreines Wasser.** Eine Entdeckung von weittragender Bedeutung hat nach einer Notiz im vierten Heft der illustrierten naturwissenschaftlichen Monatsschrift „Himmel und Erde“ der amerikanische Bakteriologe Dr. Moore gemacht: dass zur Vernichtung von Bakterien im Trinkwasser eine erstaunlich geringe Kupfermenge erforderlich ist, die nach Erfüllung ihres Zweckes so rasch aus dem nunmehr desinfizierten Wasser verschwindet, dass dasselbe ohne Schaden getrunken werden kann. Es genügt ein Zusatz von 1 Teil Kupfertrichlorid zu 1 Million Teilen Wasser, oder die Anbringung von Kupferplatten am Eingang eines Reservoirs, das mit einem mikrobenvergifteten Zufluss gespeist wird. Im Staate Kentucky wurde ein Reservoir von 1,140,000 Hektolitern dadurch gereinigt, dass man ein Boot, an dessen Heck Säcke mit einem Metzertrichlorid Kupfertrichlorid (— etwa 27 Liter Sulphat) herabhingen, mehrere Stunden auf dem Wasser hin und her rudern liess. Nach drei Tagen war das Wasser rein, wohlgeschmeckt, keimfrei, und schon wenige Stunden nach der Desinfektion verschwand jede Spur von Kupfer aus dem Wasser. Das Verfahren kostete nur 12  $\frac{1}{2}$  Dollars! Die Reinigung der Röhrenleitungen und Zisternen von Typhus- und Choleraabzallen erfolgt anderwärts durch eine Kupferlösung von 1 : 100,000 binnen 4–5 Stunden. Daher besitzen die Chinesen gegen Choleraerkrankung vielfach Kupferzisternen. Sollten einschlägige Versuche bei uns zu gleich guten Resultaten führen, dann braucht in Zukunft kein Ort mehr unter infiziertem Wasser zu leiden.



**St. Moritz.** Das Hotel Westend wird auch dieses Jahr, während des ganzen Herbstes offen bleiben.

**Kandergrund.** Die Besetzung Blausee geht laut „Berner Intelligenzblatt“ an eine Aktiengesellschaft über.

**Köln a. Rh.** Die Allgemeine Fachausstellung für das Gastwirtsgewerbe, verbunden mit Kochkunstausstellung und Musterküchebetrieb, ist am 15. September eröffnet worden und dauert bis 7. Oktober.

**Chur.** In der neu geschaffenen Handelsschule für Mädchen, die von Bund und Kanton subventioniert wird, sollen die Schülerinnen auch für den Dienst in der Hotellerie (Hotel-Sekretärinnen etc.) vorbereitet werden.

**In grosser Verlegenheit** befinden sich gegenwärtig die Hotels Deutschlands, da infolge der Auftritte der Klauensoche in Frankreich die Einfuhr französischer Geflügels verboten ist. Was das Geflügel mit der Klauensoche zu tun hat, dürfte manchem unbegreiflich sein.

**An Vierwaldstättersee** hat man aus dem Morde in Inhaberkonsequenzen zu ziehen, eine Lehre gezogen, berichtet das „Oberl. Volksbl.“. Bereits an mehreren Hotels sind Plakate angebracht worden, welche anzeigen, dass dort „keine Russen“ herbeigeht werden können.

**Pure Erhaltung.** In einigen kleineren Bädern der Schweiz sind die Konsequenzen zu ziehen, eine Lehre gezogen, berichtet das „Oberl. Volksbl.“. Bereits an mehreren Hotels sind Plakate angebracht worden, welche anzeigen, dass dort „keine Russen“ herbeigeht werden können.

**Freundenverkehr in Tirol.** Bei der jüngst abgehaltenen Jubiläumssitzung des Tiroler Landesverbandes für Fremdenverkehr hat der dabei anwesende Regierungsvertreter die Einnahmen Tirols aus dem Fremdenverkehr in den letzten zwei Jahren auf 10 Millionen Schilling angegeben, was mit einer halben Milliarde Kronen veranschlagt.

**Luzern.** Beim Grossen Rat des Kantons Luzern ist schon seit zwei Jahren eine Motion anhängig, welche die Revision des Wirtschaftsgesetzes bezweckt, im Sinne etwelcher Entlastung der Wirte und Hoteliers. Nun hat der kantonale Wirtverein einer Spezialkommission den Auftrag erteilt, gemeinsam mit dem Luzerner Hotelierverein alles Notwendige und Wünschenswerte anzuhängen zur Förderung der Angelegenheit.

**Heimatschutz.** Zur Beseitigung des groben Reklame-Unfugs, der hauptsächlich mit den Chokoladenplakaten getrieben wird, schlägt die „Schweizerische Wirt-Zeitung“ als bestes Mittel ein möglichst hohe Bestauration der Plakate vor. Ferner wird der Antrag gestellt, der Schweizerische Wirtverein möchte wünschenswert gemeinsam mit dem Schweizerischen Hotelierverein alle jene Firmen boykottieren, die sich am Reklame-Unfug beteiligen.

**„Tra Berna Oberlando“.** Eine neue, eigenartige Erscheinung der Gegend der Levente, die das speziell des Fremdenverkehrs, ist ein kleiner, illustrierter Führer durch das Berner Oberland in Esperanto. Jüngst hat die Schweiz die Ehre, die Esperantogäste zu empfangen, und zwar in Genf, vom 28. August bis 2. September. Speziell zum Andenken an ihre Oberländer-Reise ist der Führer „Tra Berna Oberlando“ verfasst worden.

**Gegen unläutern Wettbewerb.** In Köln hat sich eine „Vereinigung der Hotelbesitzer gegen unlauteren Wettbewerb“ gebildet, deren Mitglieder sich durch notariellen Akt, unter Festsetzung einer namhaften Konventionstrafe verpflichteten, keine Trinkgeld- und Zuzug-Verbringungen von Fremden zu bezahlen. Die Hotelbesitzer-Vereinigung wird in allen Fällen, die zu ihrer Kenntnis gelangen, ausser der Anzeige gegen den Angestellten bei der Behörde auch wegen unlauteren Wettbewerbs gegen die sündigen Hotelbesitzer vorgehen.

**Vom Vierwaldstättersee.** Am 20. September sind es 70 Jahre, seitdem der Vierwaldstättersee zum erstenmal von einem Dampfschiffe befahren wurde. „Jenes Schiff hiess „Stadt Luzern“ und ist im Jahre 1851 nach 45-jährigen Dienst wegen zu geringer Brauchbarkeit ausserdienst gestellt worden. Welcher Unterschied zwischen jenem ersten Dampfer und dem heutigen prächtigen Salon-Dampfer gleichen Namens! Ebenso gross oder grösser ist der Unterschied der Frequenzzeit, mit welcher jenes erste Schiff und die heutige statische Flotte zu rechnen hat.

**Wieder ein Hotelbrand.** Samstag, den 15. Sept. gegen 11 Uhr, brach in der Dachstuhl und das oberste Stockwerk des Hotel St. Georges am Höhepunkt in Interlaken ab. Der Besitzer erleidet einen Schaden von 40,000 bis 50,000 Franken. Das Feuer war in der Portierzimmer entstanden. Das „Oberl. Volksbl.“ meint, dass es u. a. mit höchster Wahrscheinlichkeit ist Fabrikarbeit die Ursache des Brandes anzunehmen und zwar unvorsichtiges Manipulieren mit Zündhölzchen seitens eines Hotelangestellten. Zum Glück konnten die sämtlichen noch anwesenden Fremden rechtzeitig sich selber und ihre Effekten in Sicherheit bringen.

**Ein „elektroisiertes Hotel“** ist seit mehreren Wochen das Kurhaus „Nassauer Hof“ in Schlagenbad. Ein Flügel des Hotels wird ständig von starken vagabundierenden Strömen heimgesucht, die sich in sämtlichen Metallteilen bemerkbar machen. Der Wasserbehälter über dem Wasserbecken im Klosett ist mit blosser Hand nicht zu öffnen, weil das Metall schmerzhafte Stromschläge in die Hand sendet. Auch zwei grosse Säulenstrahler im Flurraum sind stark elektrisiert. Auf diese Weise ist Schlagenbad ein einzigartig fühlbares Sehenswürdigkeit reicher, denn ein „elektroisiertes Hotel“ gibt es wohl nirgends zum zweiten Male.

**Ein deutscher Tourist,** der seit 20 Jahren regelmässig in die Schweiz kommt, schreibt dem „Genfer Journal“, die Hotels in der Schweiz seien zahlreicher und grösser geworden, doch habe die Verpflanzung nicht gleich Schicht gehalten. Von erster Qualität fand er nur noch das Geflügel. Im „Oberl. Volksbl.“ wird hierzu bemerkt: Es wird eben nicht möglich sein, es allen recht zu machen; es hat vor jeder Küche gegeben, die mit Ausstattungen nicht aufleben können. Um so schöner ist es von dem Beschwerdeführer, dass er trotzdem jedes Jahr in die stets schlechter werdenden Hotels wiederkehrte. Sie müssen allem nach doch noch immer besser sein als „bei uns draussen“.

**Vom dem Zuviel in Hotelbauten** warnt das „Chur.“ „Allg. Fremdenblatt“ nur für Grundbesitzer, sondern auch anderwärts darf die Warnung gelten. Es steht nun einmal nirgends geschrieben, dass man so viele Hotels aufbauen dürfe, als man wolle und alle eine grosse Klientel finden müssen. Die Zahl der Leute, die sich einem Ferienaufenthalt gestatten können, steigt überhaupt nicht ins Ungemessene, wie man ins Ungemessene Hotels erstellen kann; zwar ziehen die Hotels die Gäste herbei, aber es besteht keine innere Notwendigkeit, dass alle neu entstehenden Hotels eine neue Gäste schaffen, als neuer Raum geschaffen wird.

**Ausnahmestellung der Hotels.** Eine neue Verordnung des Bundesrats schreibt vor, dass für Erstellung und Betrieb von Automobil-Unternehmungen, Aufzügen und Luftseil-Bahnen und ähnliche Unternehmungen, wenn diese regelmässig und periodisch Personen auf Grund eines Fahrplanes und eines Tarifes befördern, eine Konzession notwendig ist. Nicht erforderlich ist eine solche, wenn das Unternehmen im Zusammenhang mit einem Gasthofbetrieb steht und für letzteren ausgeführt und betrieben wird. Die Konzessionen werden, unter Rekursvorbehalt, von der Eisenbahndirektion des Post- und Eisenbahndepartements erteilt, und zwar regelmässig auf fünf Jahre für Automobil-Unternehmungen und auf 20 Jahre für Aufzüge und Drahtseil-Bahnen, welche feste Einrichtungen erfordern.

**Propaganda für Dalmatien** wird in letzter Zeit im grossen Stil betrieben, wie das „Neue Wiener Tagblatt“ berichtet. Auf Veranlassung des österreichischen Reiseauskunfts-bureaus in London haben bereits mehrere englische Journalisten und Schriftsteller Studienfahrten nach Dalmatien unternommen und deren Ergebnisse in langen Zeitungsartikeln veröffentlicht. Auf Einladung der Südbahn von zahlreichen Journalisten und Schriftstellern Deutschlands geschehen. Für den heurigen Herbst wird wieder die Studienreise einer ganzen Gesellschaft von englischen Journalisten und Schriftstellern nach Dalmatien angesetzt. Aber man muss besorgen, dass diese umfassende publizistische Propaganda vorzeitig Wirkung tut, da an den unzulänglichen Unterkunfts- und Verpflegungsverhältnissen des Landes der ganze Erfolg scheitern kann, bemerkt genanntes Blatt hinzu.

**Ein raffinierte Hoteldieb** ist der italienischen Polizei in Mailand ins Garn gefallen. „Die Dame“, namens Sarah Braun, ist eine sehr ungarische Stadt und hat in Gemeinschaft mit ihrem Manne die Gasthöfe systematisch bestohlen in der Weise, dass sie sich jedesmal zu der Stunde unauffällig in die Küche abgeben, um dort ein Glas Wasser, ein Glas Wein oder abstrahieren. Bei ihrer Verhaftung fand man über 60,000 Franken, Juwelen und ungezählte kostbare Pelze und ähnliche Objekte in ihrer Wohnung, die durch doppelte Koffer- und Möbelböden, durch allerlei Diener, die die Gäste geschraubte Dielen zu einem rechtlichen Diebstehn hergerichtet war. Ihr Mann hat das Weite gesucht, während sie mit grösserer Seelenruhe Kleptomani plüdiert, was ihr indessen wenig nützen dürfte. Um in den Zimmern, die sie heimlich in den Gasthäusern betrat, sofort die Verhältnisse öffnen zu können, besass sie ein ganzes Arsenal von falschen Schlüsseln, Dietrichen und ähnlichen Instrumenten. Wie verlautet, handelt es sich um eine ganze ungarische Diebsbande, die seit Monaten schon in den grossen Fremdenzentren operiert und zu der die Verhaftung gehören.

**Ein Prozess um ein Beestek.** Das „Westf. Tpt.“ meldet ein interessantes Urteil deutscher Richter. Ein Reisender betrat ein Restaurant in der Nähe eines Bahnhofs und bestellte dem Keller ein Beestek mit der ausdrücklichen Betonung sofortiger Lieferung, da er in genau 37 Minuten mit dem Zuge fahren müsse. Der Keller fog davon, desto länger liess das Essen auf sich warten. Es war auch noch nicht zur Stelle, als der Reisende unbedingt aufbrechen musste, um den Zug zu erreichen. Keller und Wirt verlangte die Beestek bezahlt, der Reisende verweigerte das standhaft und liess seine Adresse zurück. Daraufhin klagte der Wirt, und das Ergebnis war die Verurteilung des Reisenden. Er musste also wohl oder übel das Beestek bezahlen, was er noch nicht zu bezahlen imstande war, geschwehe in den Magen bekommen hatte. Nach Auffassung der Richter habe der Reisende bei der Kürze der Zeit mit der Möglichkeit rechnen müssen, das Essen nicht rechtzeitig zu erhalten. Es genüge nicht, dem Keller zu sagen, man müsse das Beestek sofort haben, um den Zug noch erreichen zu können. Der Reisende habe von vornherein die Lieferzeit genau bestimmen, also erklären müssen, er nehme das Essen nur innerhalb zehn Minuten. Das Urteil ist für jeden, der Bestellungen in den Bahnhofrestaurationen machen will, von Wichtigkeit und verdient allgemeine Beachtung.

**Vertragsbruch. — Rupture de contrat.**

**Pauline Ritz, Zimmermädchen, Katharina Ritz, Saaltochter,** beide von Niederwald (Wallis).  
Greter & Miltchi, Hotel Germania, Luzern.

Avant d'engager  
**Pierre Carrupt, portier d'étage** (Valaisan)  
adressez-vous, pour renseignements, à  
Ls. Rueck, Directeur de l'Hotel National,  
Montreux.

Hiezu eine Beilage.

**Zur gefl. Beachtung.**

Bevor Sie ein Hotel, Pension oder Kuretablissement kaufen oder mieten, verhehlen Sie nicht, vorher vom Hotels-Office in Genf Auskunft und Schätzung über das Ihnen proponierte Geschäft zu verlangen. Das Hotels-Office in Genf wird von einer Gruppe bekannter Hoteliers geleitet und bezweckt, Käufer durch erfahrene, uninteressierten Rat zu unterstützen.

Ein seltsamer und bei uns jedenfalls unbefragter Rat ist der, keinem anderen Angestellten Aufträge zur Besorgung zu geben, als dem Portier. Dieser hätte auch die Vermittlung zum übrigen Personal zu besorgen, z. B. auch mit dem Kutscher etc. etc. Der Portier ist in den Augen der „Princesse“ die Hauptperson für die Bedienung und soll punkto Trinkgeld gut gehalten werden. Mit dem Zimmermädchen will sie nichts zu schaffen haben, auch nicht betreffend Reinigung von Kleidern und Schuhwerk.

Als sicherstes Mittel, gute Bedienung zu erwirken, rat die hohe Dame an, auch bei der geringsten Kleinigkeit zu reklamieren. Das Reklamieren schafft Aufmerksamkeit. Nichts fürchtet der Hoteldirektor mehr als den Unzufriedenen, den Reklamanten, den Kritiker. Der Gast scheue sich nicht, sich direkt an den Geranten zu wenden, im Falle etwas zu reklamieren ist.

Also das Querulanten-System in aller Form und Kraassheit, — das ist das sicherste Mittel, das diese „Princesse“ anwenden will, um im Hotel gut bedient zu sein! Ein nettes Geständnis!

Die Schweizer Hoteliers werden keine Sehnsucht nach dieser Art Eleganz und Noblesse von Gästen haben. Unser Rat für solche, wie die „Princesse“ ist, lautet: Bleibt zu Hause!

A. N.

## Das Rauchen in den Hotels.

Wir finden über dieses Kapitel im „Fremdenblatt für Ragaz und Pfäfers“ folgende zutreffende Ausführungen:

„So wie ein jeder Staat seine Gesetze hat, um das Leben seiner Bürger zu schützen und zu regeln oder ihre geschäftliche Tätigkeit zu ordnen, so auch hat ein jedes Geschäft sein kleines Gesetzbuch, nach welchem der Lauf der Tätigkeit oder die Sitten und Gebräuche der betreffenden Unternehmung geordnet und geleitet werden. Und so wie es in jedem Staate Leute gibt, welche willkürlich oder unwillkürlich gegen das Gesetz verossen und sich dadurch einer strafbaren Handlung schuldig machen, so auch gibt es in den Instituten und Geschäften kleine „Uebelthäter“, die gerne bei und über die Grenzen des Gesetzes „hinwegwipfen“.

Ein jedes Hotel, ob klein oder gross, hat zur Aufrechterhaltung der Ordnung einige „Gesetz-Paragrafen“ aufgestellt, die oft von Gästen wissentlich oder unwissentlich übertreten werden, ohne dass es dem Hotelier möglich ist, anders gegen die „Missstäter“ vorzugehen, als ihnen mit freundlich lächelnder Miene unter Anwendung aller möglichen und unmöglichen Höflichkeitsbezeugungen Vorhaltungen zu machen. Dass er da manchmal auf Widerspruch gefasst sein muss und der Gast die Miene eines Beleidigten aufsetzt, das weiss er sehr wohl; aber ein verständnisvoller und fester Blick lässt den Gast erkennen, dass er sich zu fügen habe.

Einer der wichtigsten Paragraphen, über den viel und oft gestritten wird, lautet: „Es wird gebeten, hier nicht zu rauchen“. Man muss nicht im Hotelfach selbst tätig sein, um die Notwendigkeit dieses Verbotes zu begreifen, um die Berechtigung desselben einsehen zu können, es gehört dazu bloss ein wenig guter Wille und Einsicht. Die Verschiedenartigkeit der Räume in den Gasthöfen, als da sind: Speise- und Restaurationssäle, Lese-, Empfangs-, Musik- und Rauchsalons usw. erfordert, dass bezüglich des Rauchens bestimmte Grenzen gezogen werden müssen. Abgesehen davon, dass man im Hotel nicht „zu Hause“ ist, wo man schalten und walten kann, wie es einem gutdünkt, so muss doch auch der Verschiedenartigkeit der Gäste selbst und ihren Eigenarten Rechnung getragen werden. Es ist nicht nach jedermanns Geschmack, in einem Raume zu essen, wo zugleich geraucht wird; ferner ist auf das weibliche Geschlecht besondere Rücksicht zu nehmen, welches gewöhnlich (allerdings mit einigen Ausnahmen) dem rauchigen Raume entflieht. Dann gibt es wieder Gäste, die aus gesundheitlichen Rücksichten mit Rauch erfüllte Räume meiden müssen. Dann sind die Räume selbst nicht immer danach eingerichtet (z. B. die Tapeten, Decke, Möbel, Vorhänge, Teppiche usw.), dass sie den Rauch vertragen könnten. Aber trotz alledem betrachten es viele Raucher als eine Art Bevormundung, wenn man ihnen in Wort und Schrift nahelegt, dass in diesem oder jenem Raume nicht geraucht werden darf. Aber was auf der Eisenbahn, in den Tramwagen, Banken, Wartezimmern usw. notwendig und möglich ist, warum soll es denn in einem anständigen Hotel nicht auch durchzusetzen sein? Den Rauchern ist doch wahrlich Genüge geleistet, wenn man ihnen ein besonderes Rauchzimmer zur Verfügung stellt und wenn sie auch im Billardsaal, Vestibül usw. oder auf ihrem eigenen Zimmer genug Gelegenheit haben, ihrer Leidenschaft zu fröhnen.

Es wird, besonders von Deutschen, mit Nachdruck darauf hingewiesen, dass diese Einschränkungen der Rauchfreiheit von den Engländern auf dem Kontinent, besonders in der Schweiz, eingeführt worden seien und die Hoteliers sich gern deren „Launen“ fügen. Nun, wir wollen das Erstere nicht bestreiten, zumal diese Nation in mancher andern Hinsicht auf dem Gebiete anständiger Hotelsitten und Gebräuche als Vorbild diente und wir von ihr manches Nützliche und Praktische lernen können. In der Hauptsache aber muss man sagen: hier spielen englische „Launen“ in keiner Weise mit, hier handelt es sich einfach um notwendige und praktische Einrichtungen auf hygienischem Gebiete, die ein verständnisvoller Hotelgast ganz natürlich und begreiflich finden sollte.“