

# Mitteilungen betr. die Propagandakasse des Vereins = Communiqué concernant la caisse de propagande de la Société

Autor(en): [s.n.]

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): **16 (1907)**

Heft 33

PDF erstellt am: **05.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-523014>

## **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.

N<sup>o</sup> 33.

Abonnement

Für die Schweiz

- 1 Monat Fr. 1.25
- 2 Monate „ 2.50
- 3 Monate „ 3.50
- 6 Monate „ 6.—
- 12 Monate „ 10.—

Für das Ausland:

- (inkl. Postzuschlag)
- 1 Monat Fr. 1.60
- 2 Monate „ 3.20
- 3 Monate „ 4.60
- 6 Monate „ 8.50
- 12 Monate „ 15.—

Vereins-Mitglieder erhalten das Blatt gratis.

Inserate:

8 Cts. per 1spaltige Millimeterzeile oder deren Raum. — Bei Wiederholungen entsprechend Rabatt. Vereins-Mitglieder bezahlen 4 Cts. netto per Millimeterzeile oder deren Raum.



N<sup>o</sup> 33.

Abonnements

Pour la Suisse:

- 1 mois . Fr. 1.25
- 2 mois „ 2.50
- 3 mois „ 3.60
- 6 mois „ 6.—
- 12 mois „ 10.—

Pour l'Étranger:

- (inclus frais de port)
- 1 mois . Fr. 1.80
- 2 mois „ 3.20
- 3 mois „ 4.60
- 6 mois „ 8.50
- 12 mois „ 15.—

Les Sociétaires reçoivent l'organe gratuitement.

Annonces:

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

Les Sociétaires payent 4 Cts. net p. millimètre-ligne ou son espace.

Organ und Eigentum des Schweizer Hotelier-Vereins.

16. Jahrgang | 16<sup>me</sup> Année

Erscheint Samstags.  
Paraît le Samedi.

Organe et Propriété de la Société Suisse des Hôteliers.

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

Inseraten-Annahme 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-Reclame“ à Lucerne

Verantwortlich für Redaktion und Herausgabe: Otto Amsler, Basel. — Redaktion: Otto Amsler; Th. Geiser; G. A. Berlinger. — Druck: Schweiz. Verlags-Druckerei G. Böhm, Basel.



### Todes-Anzeige.

Den verehrlichen Vereinsmitgliedern machen wir hiemit die Trauer-Anzeige, dass unser Mitglied

**Herr A. Naegelin-Gisiger**  
Hotel Wilden Mann in Aarau

nach langem schwerem Krankenlager gestorben ist.

Indem wir Ihnen hievon Kenntnis geben, bitten wir, dem Heimgegangenen ein liebevolles Andenken zu bewahren.

Namens des Vorstandes:  
Der Präsident:  
**F. Morlock.**

### Aufnahms-Gesuche. Demandes d'Admission.

Herr Arnold Graf, Hotel Alpenruhe, Wengen 40

*Patent:* Herren A. von Allmen, Hotel Falken, Wengen, und Chr. von Allmen, Hotel Adler, Lauterbrunnen.

Familie Brunner, Hotel Alpenrose, St. Beatenberg 120

*Patent:* Herren Gobr Maurer, Hotel du Nord, und E. Seiler, Hotel Metropole, Interlaken.

Herr Jos. Stalder, Hotel National, Weggis 40

*Patent:* Herren A. Zimmermann, Hotel Post & Terminus, Weggis, und G. Berger, Hotel Schloss Hertenstein.

Wenn innert 14 Tagen keine Einsprachen erhoben werden, gelten obige Aufnahmsgesuche als genehmigt.

Si d'ici 15 jours il n'est pas fait d'opposition, les demandes d'admission ci-dessus sont acceptées.

### Mitteilungen

betr. die Propagandakasse des Vereins.

Mit Rücksicht auf die uns zugegangenen Anfragen betr. den in diesem Jahre zum ersten Mal zu erhebenden Beitrag an die Propagandakasse des Vereins, seien hier die bezüglichen Beschlüsse der Generalversammlung den tit. Mitgliedern in gefl. Erinnerung gebracht:

**1. Beschluss der Generalversammlung vom 16. Juni 1906 in Bern:** Der Hotelier-Verein ist bereit, jährlich eine Summe bis auf Fr. 50,000 den Bundesbahnen für Propaganda-Zwecke zur Verfügung zu stellen unter folgenden Voraussetzungen:

a) Dass diese Summe hauptsächlich für diejenigen Arten der Propaganda verwendet werde, die den speziellen Interessen der Schweizer

Hotellerie dienen. Reklamen für einzelne Gebietsorte oder persönliche Sonder-Interessen sind ausgeschlossen.

b) Zur Festsetzung der Art der Verwendung dieses Beitrages ernannt der Hotelier-Verein eine Spezial-Kommission, die alljährlich mit der Direktion der Publizität der Schweiz. Bundesbahnen beraten und sich verständigen soll. Beiträge, die für Institutionen von längerer Dauer bewilligt werden, sind auf fünf Jahre zu garantieren.

Die Beschaffung der jährlichen Summe von Fr. 50,000 hat in der Weise zu geschehen, dass Fr. 20,000 der Vereinskasse entnommen und der Rest durch einen nach der Bettenzahl jedes einzelnen Geschäftes zu berechnenden Extra-beiträge von 40—80 Cts. pro Bett erhoben wird. Die Generalversammlung bestimmt alljährlich die Höhe des Beitrages pro Bett.

Inhaber von Bahnhofbüffets haben gemäss Beschluss des Vorstandes vom 3. November 1906 an die Propagandakasse den gleichen Beitrag zu leisten, den sie als Mitglied an die Vereinskasse bezahlen, d. i. Fr. 25, 50 oder 100 je nach der Bedeutung des Geschäftes.

**2. Beschluss der Generalversammlung vom 7. Juni 1907 in Lugano:**

a) Der Beitrag an die Propagandakasse wird für das Jahr 1907 auf 40 Cts. pro Bett angesetzt.

b) Von 1908 an beträgt der Beitrag mindestens 50 Cts. pro Bett, auf fünf Jahre fest.

Dieser Beitrag ist für alle im Vereinsgebiet etablierten Mitglieder (mit Ausnahme der persönlichen Mitglieder) obligatorisch.

Das Zentralbureau.

### Communiqué

concernant la

Caisse de propagande de la Société.

Vu les nombreuses demandes qui nous sont parvenues à propos de la cotisation à la Caisse de propagande de la Société, cotisation qui doit être prélevée pour la première fois cette année suivant décision de l'Assemblée générale, nous nous permettons de rappeler aux membres les résolutions y relatives:

**1. Décision de l'Assemblée générale du 16 juin 1906 à Bern.** La Société des hôteliers est prête à mettre chaque année jusqu'à fr. 50,000 à la disposition des Chemins de fer fédéraux, pour propagande aux conditions suivantes:

a) Que cette somme soit affectée avant tout à tous les genres de propagande qui servent particulièrement les intérêts de l'industrie hôtelière suisse. En est exclue, toute propagande ne servant que certaines régions ou des intérêts particuliers.

b) La Société des hôteliers nomme une commission spéciale, chargée de fixer la manière dont cette contribution sera employée. La Commission confèrera à ce sujet avec la Direction du Bureau de publicité des Chemins de fer fédéraux et s'entendra avec elle. Les allocations qui seront faites pour des institutions de plus longue durée, seront garanties pour 5 ans.

Pour se procurer la somme annuelle de fr. 50,000, il sera prélevé fr. 20,000 de la caisse de la Société et pour le reste il sera perçu de chaque membre une contribution extraordinaire de 40 à 80 cent. par lit. Le taux

de cette contribution extraordinaire est fixé chaque année par l'Assemblée générale.

**Les tenanciers de buffets de gare,** suivant décision du Comité du 3 novembre 1906, ont à payer à la Caisse de propagande une contribution analogue à celle qu'ils payent comme membres de la Société, c'est-à-dire 25, 50 ou 100 fr. suivant l'importance de leur buffet.

**2. Décision de l'Assemblée générale du 7 juin 1907 à Lugano:**

a) La contribution pour l'année 1907 à la caisse de propagande est fixée à 40 cts. par lit.

b) A partir de 1908 et pour une période de 5 ans, la contribution annuelle est fixée à 50 cts. par lit au minimum.

Cette contribution est obligatoire pour tous les membres établis sur le territoire de la Société (à l'exception des membres personnels).

Le Bureau central.

### Die Annoncen-Expeditionen

und die

Zentralisation der Hotel-Propaganda.

Im „Bund“, in der „N. Z. Z.“, im „Vaterland“, im „Journal de Genève“ und einigen andern Blättern ereifert sich ein Korrespondent, mehr als nötig ist, über das Abkommen, das der Schweizer Hotelier-Verein mit der „Union-Reklame“ in Luzern zwecks Zentralisierung der Hotelpropaganda getroffen hat. Wir verzichten darauf, auf die Einzelheiten der betr. Artikel näher einzutreten und betonen hier nur, dass sowohl die hier genannten wie auch die nicht genannten Zeitungen samt und sonders von den Annoncen-Expeditionen Haasenstein und Vogler und Rudolf Mosse gepachtet oder aber von ihnen abhängig sind und dass laut in unsern Händen befindlichen Beweisen die erstgenannte Firma die Vertreterin der betr. Artikel ist. Man geht wohl kaum fehl, wenn man annimmt, dass die Artikel selbst ebenfalls von ihr herrühren. Damit sind auch die darin enthaltenen Angriffe gegen die „Union-Reklame“, als Koncessionärin des Hotelier-Vereins, auf ihren richtigen Wert zurückgeführt und gibt die Firma H. & V. durch ihre Ausfälle deutlich zu erkennen, dass ihr das getroffene Abkommen, das einer Selbsthilfe seitens der Hoteliers gleichkommt, sehr un bequem liegt. Es ist dies auch leicht begreiflich, denn mit der Zentralisation wird eine vollständige Wendung eintreten auf dem Gebiete der Hotel-Propaganda, auf welchem bisher die Annoncen-Expeditionen und Andere in ziemlich ungenierter Weise das Szepter führten und dabei ein leider nur zu leichtes Spiel hatten.

Die Firma H. & V. behauptet u. a., die Union bediene sich mit Unrecht des Titels „Zentralbureau für Hotel-Propaganda“, sie ist aber richtig genommen, doch diese Zentralstelle, weil ihr die Zentralisierung der Hotel-Propaganda vom Hotelier-Verein übertragen wurde. Uebrigens führt die Union unseres Wissens nur den Untertitel: „Allein-Koncessionärin des Schweizer Hotelier-Vereins für Hotel-Propaganda“ und dieser Titel stimmt voll und ganz mit dem getroffenen Abkommen überein. Im Uebrigen mag die Firma H. & V. sich beruhigen, der Hotelier-Verein hat ganz genau gewusst, mit wem er den Vertrag abschliesst, sodass weder Spiegelfechterei noch ähnliche Mittelchen an der Sache etwas zu ändern vermögen.

Wir waren gewiss die letzten, zu glauben, die Annoncen-Expeditionen würden bei Bekanntwerden des Vereinsbeschlusses betr. Zentralisierung der Hotelpropaganda in eine Lobeshymne einstimmen, dass aber diese Millionenfirma mit ihren fetten Dividenden zu derart kleinteiligen Mitteln greifen würde, um ihrem Aergern und Konkurrenzneid Luft zu machen und gleichzeitig ihrer Angst vor dem neuen Unternehmen Ausdruck zu verleihen, übersteigt unsere Erwartungen weit, sehr weit. Die Hotelier muss ein ergebliches Feld für sie gewesen sein, dass sie sich derart aufregt über das neue Unternehmen.

Die „Zentralstelle für Hotelpropaganda“ ist nun einmal gegründet und die „Union-Reklame“ in Luzern sowie das Zentralbureau des Hotelier-Vereins mit deren Führung betraut; mit dieser Tatsache werden die bisherigen Annoncen-Expeditionen sich wohl oder übel abfinden müssen. Dass der Verein mit der Gründung einer solchen Zentrale das Richtige getroffen, beweist die grosse Sympathie, die ihr von Seite der Mitglieder durch die — übrigens vorausgesehenen — zahlreichen Beitrittserklärungen bis jetzt entgegengebracht worden ist.

Das Zentralbureau des Hotelier-Vereins und die „Union-Reklame“ werden es sich zu einer ihrer Hauptaufgaben machen, die Zentralisation der Hotelpropaganda vollends und in kürzester Frist durchzuführen und es dürften daher die beiden hier in Frage kommenden Annoncen-Expeditionen sich wohl einmal die Frage vorlegen, ob es unter den gegebenen Verhältnissen nicht klüger wäre, gute Miene zum bösen Spiel zu machen und, statt gegen die Hotelzentrale, mit ihr zu marschieren. *Otto Amsler.*

hymne einstimmen, dass aber diese Millionenfirma mit ihren fetten Dividenden zu derart kleinteiligen Mitteln greifen würde, um ihrem Aergern und Konkurrenzneid Luft zu machen und gleichzeitig ihrer Angst vor dem neuen Unternehmen Ausdruck zu verleihen, übersteigt unsere Erwartungen weit, sehr weit. Die Hotelier muss ein ergebliches Feld für sie gewesen sein, dass sie sich derart aufregt über das neue Unternehmen.

Die „Zentralstelle für Hotelpropaganda“ ist nun einmal gegründet und die „Union-Reklame“ in Luzern sowie das Zentralbureau des Hotelier-Vereins mit deren Führung betraut; mit dieser Tatsache werden die bisherigen Annoncen-Expeditionen sich wohl oder übel abfinden müssen. Dass der Verein mit der Gründung einer solchen Zentrale das Richtige getroffen, beweist die grosse Sympathie, die ihr von Seite der Mitglieder durch die — übrigens vorausgesehenen — zahlreichen Beitrittserklärungen bis jetzt entgegengebracht worden ist.

Das Zentralbureau des Hotelier-Vereins und die „Union-Reklame“ werden es sich zu einer ihrer Hauptaufgaben machen, die Zentralisation der Hotelpropaganda vollends und in kürzester Frist durchzuführen und es dürften daher die beiden hier in Frage kommenden Annoncen-Expeditionen sich wohl einmal die Frage vorlegen, ob es unter den gegebenen Verhältnissen nicht klüger wäre, gute Miene zum bösen Spiel zu machen und, statt gegen die Hotelzentrale, mit ihr zu marschieren. *Otto Amsler.*

### Partout comme chez-nous.

Unter dem Titel „Buffet-Stürmer“ schreibt ein Herr W. F. Brand aus London in der „Frankf. Ztg.“: Die Aufstellung eines Buffets ist, wo es sich um die Speisung von grösseren Gesellschaften handelt und nicht Raum genug vorhanden, dass jedermann einen Sitzplatz erwarten kann, wo auch wohl nicht immer ein volles Mahl, sondern eben nur Erfrischungen geboten werden sollen, eine ebenso naheliegende wie zweckentsprechende Einrichtung, vollends auf grossen Empfängen bei Ministern, städtischen Behörden, auf mancherlei Kongressen und bei anderen mehr oder weniger öffentlichen Gelegenheiten.

Dazu haben nicht etwa die niedrigsten Elemente eines Volkes Zutritt, sondern die sogenannten „bessern Kreise“ — und solche, die dafür gelten möchten — aber es gibt wenig Anlässe, wo die unverhüllteste Unverschämtheit, ja zuweilen geradezu tierische Instinkte in widerwärtiger Form zu Tage treten als an manchen Buffets.

Da werden eben die Türen zu den Speisräumen geöffnet — ach, ich habe es schon erlebt, dass sie von den „Gästen“ unbedenklicherweise vor der Zeit aufgerissen wurden — und sofort ergiesst sich eine angestümte Flut hungriger Gäste in den Saal. Vergebens sucht ihnen die vereinigte Schar von Kellnern und Dienern den Eintritt zu wehren — ein wunderbarer Anblick! — es hilft nichts. Das Buffet wird regelrecht im Sturm genommen. Wie unschicklich! Wir stürmen doch nicht an unsern eigenen Tisch, wie viel weniger dürften wir es bei andern tun.

Wer uns die Gastlichkeit erweist, wird uns — in den meisten Fällen wenigstens — auch genug bieten. Er wünscht, dass wir zugreifen, aber er wünscht doch nicht, dass wir vordrängen. Der gesittete Mensch wird überhaupt vermeiden, einer der ersten am Buffet zu sein. Dann wird er herantreten und zuerst für die Damen sich