Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 2 (1893)
Heft: 15

Artikel: Fremdenverkehr und Hotel-Inserat
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-521912

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 16.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Basel, *den 8. April 1893.* — **Bâle,** *le 8 Avril 1893.*

Erscheint Samstags. — № 15. — *Paraissant le Samedi.*

Abonnement:
Schweiz:
Fr. 5.— jährlich.
Fr. 3.— halbjährlich.
Ausland:
Unter Kreuzband
Fr. 7.50 (6 Mark) jährlich.
Deutschland, Oesterreich und Italien:
Bei der Post abonnirt:
Fr 5.60 (Mk. 4.60) jährlich.
Vereinsmitglieder erhalten das Blatt gratis

Inserate:
20 Cts per 1spaltige Petitzeile oder deren Raum
Bei Wiederholungen entsprechenden Rabatt.
Vereinsmitglieder bezahlen die Hälfte.

Hôtel-Revue

2. Jahrgang — 2me ANNÉE

Abonnements:
Pour la Suisse:
Fr. 5.— par an.
Fr. 3.— pour 6 mois.
Pour l'Etranger:
Envoi sous bande:
Fr. 7.50 par an.
Pour l'Allemagne, l'Autriche et l'Italie.
Abonnement postal:
Fr. 5.60 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.

Organ und Eigentum des **Schweizer Hotelier-Vereins.**

Organe et Propriété de la **Société Suisse des Hôteliers.**

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

TÉLÉPHONE No. 1573.

Rédaction und Expédition: **Rue des Etoiles No. 23, Bâle.**
Adresse télégraphique: **„Hôtelrevue Bâle.**

Nachdruck der Originalartikel nur mit Quellenangabe gestattet.

Mitglieder-Aufnahmen. Admissions.

Section Genfersee:

1. Herren Gebrüder Küpfer, Hotel & Pension Victoria in Glion.

Section Vierwaldstättersee:

2. Herr G. Clericetti, Hotel Schweizerhof in Lugano 40 Fremdenzimmer.

Fremdenverkehr und Hotel-Inserat.

Unter diesem Titel stellt das in Berlin erscheinende Blatt, „*Der Tourist*", Betrachtungen an über das Reklamewesen und speziell über die Kollektiv-Reklame, indem es in erster Linie das Vorgehen der Heidelberger Hoteliers geisselt; überhaupt schüttet es im Eifer der Aufrichtigkeit, wie man sagt, das Kind mit samt dem Bade aus und versetzt sich selbst einen Faustschlag in's Gesicht, wie er besser nicht appliciert werden könnte. Die Betrachtungen enthalten so viel Wahres und Beherzigenswertes, dass wir nicht anstehen, das Interessanteste daraus zu reproduzieren und gleichzeitig zu glossieren.

Die Redaktion des „*Tourist*" schreibt:

„Die Heidelberger Vereinigung hat allen Kollegen ihr Vorgehen in Sachen der Kollektiv-Reklame zur Nachahmung empfohlen. Und thatsächlich hat sich darauthin eine zweite, ähnliche Vereinigung der Hoteliers im Schwarzwald und den Vogesen gebildet. Gehen wir nun zu einer kritischen Würdigung der Absichten dieser Vereinigungen über, erwägen wir ihre Vorteile und Nachteile, stellen wir fest, ob mit Hülfe des Kollektivinserates die gewünschte Hebung des Fremdenverkehrs wirklich erreicht wird und was andernfalls an Stelle desselben gesetzt werden muss.

„Da steht es nun fest, dass, wie jedes geschlossene Vorgehen wirtschaftlicher Interessentengruppen, auch das Kollektivinserieren seine unverkennbaren Vorteile hat. Jedenfalls wird mit dem Kollektivinserieren soviel erreicht, dass das reisende Publikum auf das Vorhandensein einer Gegend, der Hotels und Unterkunftsorte daselbst aufmerksam wird. Zuzugestehen ist ferner, dass das Kollektivinserat dem Einzelnen, wirtschaftlich Schwachen, das Inserieren überhaupt erst möglich macht und dem wirtschaftlich Leistungsfähigen seinen Insertionsaufwand verringert. Damit sind aber auch die Vorzüge des Kollektivinserates erschöpft und wir kommen zu den ihnen gegenüberstehenden Nachteilen.

„Was will das Inserat überhaupt? Es will, mit kurzen Worten gesagt, in prägnanter und doch jedem Leser in die Augen fallender Weise die spezifischen Eigenschaften und Eigentümlichkeiten desjenigen, der etwas anzubieten hat, darlegen. Betrachten wir unter diesem Gesichtspunkte einmal das Kollektivinserat. Auf eine Seite sind da eine grosse Masse Hotels und andere Dinge zusammengedrängt, womöglich Alles in derselben Schrift; eine grosse, unterschiedslos bedruckte Fläche weissen Papiers. Glaubt der Hotelbesitzer wirklich, dass der ungeduldige Reisende eines nervösen Zeitalters sich die Mühe geben wird, in dieses Wirrsal von Aufzählungen und Namen einzudringen? Fällt ihm gar nicht ein! Und gesetzt wirklich, er thäte das, was hätte er damit gewonnen? Aus der kurzen, knappen Notiz kann er sich doch kein Urteil darüber bilden, welches Hotel für ihn das geeignetste ist."

Anmerk. d. Red.: Sehr wahr gesprochen. Ganz dasselbe sagten wir uns, als wir die zwölfte Seite Ihres „Tourist" durchmusterten, auf welcher ca. 150 Namen „empfehlenswerter Hotels" alle in derselben Schriftgattung zusammengedrängt sind. Es ist, wie Sie selbst sagen, eine grosse unterschiedslos bedruckte Fläche weissen Papiers. Wir glauben, ja wir sind sogar überzeugt, dass es dem ungeduldigen Reisenden dieses nervösen Zeitalters, in dem wir leben, nie einfallen wird, in dieses Wirrsal Ihres Touristenblattes einzudringen. Selbstverständlich ist daher auch das Geld für solche Annoncen, wie Sie sie in Ihrem Blatte aufführen, rein weggeworfen und freut es uns doppelt, diese Schlussfolgerung durch Ihre Aussagen bestätigt zu sehen.

Der „Tourist" fährt dann weiter:

„Mit der Beschränkung des Inserates auf einen Teil des reisenden Publikums geht ein Hauptvorteil des Inserates verloren, seine allgemeine Zirkulationsfähigkeit. Dazu kommt, dass Kursbücher, Reiseführer u. dgl. schon aus technischen Gründen für Publikationen der beregten Art völlig ungeeignet sind; der finanzielle Gesichtspunkt darf hierbei auch nicht vergessen werden.

Anmerk. d. Red. Mit dem finanziellen Gesichtspunkt meinen Sie doch gewiss nur denjenigen des Verlegers? Was Sie von den Kursbüchern, Reiseführern und dgl. sagen, nämlich, dass sie für Kollektivreklame ungeeignet seien, exakt dasselbe sagen die Prospekte dieser Bücher von den Zeitungen. In diesen Prospekten heisst es gewöhnlich, dass Zeitungen und Tagesblätter nicht den anhaltenden Wert haben für Annoncen, wie Reisebücher, Führer etc. Wenn eine dieser beiden Prognosen richtig, so ist es entschieden nicht diejenige des „Tourist", denn in Zeitungen veraltet eine Annonce mit jedem Tage, man müsste also das ganze Jahr durch darin inserieren. Das wäre nun allerdings so etwas auf die Mühle des „Tourist", aber fraglich bleibt es immerhin noch, ob z. B. ein Leser politischer Blätter weiterliest, wenn er am Ende der Textseiten angelangt ist. Auf jeden Fall werden die Leser des „Tourist" mit der Lekture beendet sein, wenn sie in das Wirrsal derjenigen Seite desselben geraten, auf welcher die 150 Hotelnamen zusammengepfercht sind.

Lassen wir den „Tourist" weiter sprechen:

Es ist wahr, dass das Publikum durch die ersten Kollektivinserate ganz besonders auf das Vorhandensein einer ganzen Gegend an sich aufmerksam gemacht wird, dass also die ganze Gegend wohl infolge eines solchen Kollektivvorgehens die Menge der Reisenden nach sich hinziehen und sich dadurch einen Vorteil vor anderen Gegenden verschaffen kann. Das ist aber nur ein vorübergehender Vorteil; er macht bald der Enttäuschung Platz. Denn die anderen Gegenden werden nicht versäumen, ihren momentan glücklicheren Kollegen das Rezept abzugucken und in kurzer Zeit schwelgt alles in Kollektivinseraten. (Nur leider die Spalten des „Tourist" nicht. *Die Red.)* Da haben wir dann die Bescheerung: das Publikum, welches schon angesichts eines einzigen Kollektivinserats sich blinzelnd die Augen rieb über dieser unentwirrbaren Masse einzelner Namen, steht nun vor einer Unzahl Kollektivinserate und weiss in seiner Verwirrung nicht ein noch aus, die Herren Hoteliers sind also gerade so weit wie zu Anfang. Und wir gehen nicht fehl, wenn wir annehmen, dass sie von dem neuen System schnell genug abfallen werden. Sie brauchen nur einmal mit den rigorosen Strafbestimmungen des Vertrags in Konflikt zu geraten. Die Herren haben wahrscheinlich übersehen, dass sie durch Unterzeichnung jenes Heidelberger-Vertrages sich des Rechtes begeben haben, in irgend sonst einer Weise für ihr Institut Reklame zu machen bei Strafe von 300 Mark. Kann es etwas Unsinnigeres (!) geben, als sich in solcher Weise die Hände binden zu lassen, auf jede zur Förderung des eigenen Wohles beitragende Initiative im Reklamewesen zu verzichten? Und kann eine spitzfindige Interpretation des Begriffes „Sonderannonce" bei Zuwiderhandlungen schliesslich nicht sogar so weit gehen, jeden einzelnen Prospekt oder dergl. zu verbieten? Denn Annonce heisst Ankündigen und kann auf Alles angewandt werden. Wir bleiben also dabei, das Kollektivinserat als ein die Interessen des Einzelnen nicht nur nicht förderndes, sondern geradezu auf das empfindlichste schädigendes Mittel der Reklame zu bezeichnen."

Anmerk. d. Red.: Was ist die zwölfte Seite Ihres Blattes anderes als eine internationale Kollektivannonce mit 150 trockenen Hotelnamen, der einzige und natürlich für Sie der wichtigste Unterschied, besteht nur darin, dass diese „unterschiedlos bedruckte Fläche Papieres" nicht kollektiv bezahlt wird, d. h. bedeutend mehr abwirft. Wir gehen vollständig mit Ihnen einig, dass die blosse Aufführung von Hotelnamen kein merklich förderndes Mittel der Reklame ist. Auffällig erscheint uns dabei nur, dass Sie jedem der 150 Hoteliers, worunter auch 20 Schweizer, 15 Mark per Zeile und per Jahr abnehmen, im Ganzen also über 2000 Mark einsacken für etwas, was nach Ihrer Überzeugung dem Einzelnen schädlich ist.

Weiter heisst es in dem Artikel:

„Auf dem ihm zur Verfügung stehenden beschränkten Raum des Kollektivinserates vermag der Inserent überhaupt nicht seine Ankündigung so zu gestalten, dass sie für ihn wirksam wird. Wie kann er auf wenigen Zeilen die Eigenart seines Kundenkreises berücksichtigen, die Lage des Hotels, seine Einrichtungen und Vorzüge ins rechte Licht setzen? (Warum sollte dies nicht möglich sein? Lesen Sie einmal die Kollektivannonce der Hoteliers von Badenweiler. Die Kosten des Kollektivinserates lassen sich je nach Inanspruchnahme des Raumes von jedem einzelnen Mitwirkenden berechnen. Die Red.)

„Es kommt hinzu, dass bei diesem Kollektivinseriren nur eine ganz begrenzte, obendrein bestimmte Zahl von Zeitungen berücksichtigt werden. Da nun jede Zeitung ihren bestimmten Leserkreis hat, wird auch das Inserat nur diesem Leserkreise vor Augen kommen, während dem auf den Fremdenbesuch aus aller Herren Länder rechnenden Hotelbesitzer daran liegen muss, sein Inserat einem möglichst grossen und immer wechselnden Publikum zu unterbreiten. (Aus diesem Grunde wählt man eben verschiedene Reklameobjekte, die sich auf verschiedene Länder, in verschiedene Gesellschaftskreise verbreiten. Wenn auch der „Tourist" nicht unter die Auserwählten zählt, so —, oder sollte hierin vielleicht gerade das Motiv Ihrer Aufgeregtheit liegen? Die Red.)

„Wie und wo der auf den Fremdenbesuch rechnende Gasthofbesitzer inserieren soll, ergiebt sich leicht aus seinen Interessen; ihm frommt einzig und allein das Sonderinserat. (Weil es für den Verleger einträglicher ist, nicht wahr? Die Red.) Nur so vermeidet er die Nachteile, welche mit dem Kollektivinserat verbunden sind, nur so geniesst er überhaupt erst die Vorteile des Inserates. Dass das Einzelinseriren eine besondere Kunst ist, wenn es wirken soll, weiss jeder Geschäftsmann. Für den inserirenden Hotelbesitzer kommt es aber auch auf die Ausstattung des Inserats ganz besonders an. Die interessanteste und umfangreichste Ankündigung wird unter der grossen Masse verschwinden, wenn sie eines äusseren Schmuckes entbehrt. Es ist also ratsam, das Inserat möglichst mit einem Cliché zu verzieren, und je origineller das Cliché ist, je mehr es sich von anderen unterscheidet, um so mehr fällt es auf, um so besser wirkt es. Dass dazu eine möglichste Wiederholung des Inserats gehört, ist ebenfalls bekannt.

„Aus alledem geht hervor, dass das Kollektivinserat dem Inserenten nicht die gehofften Vorteile bringt, dass also die Rückkehr zu dem Sonderinserat das einzig Richtige und in der Natur der Dinge liegend ist. Die gelesensten politischen Zeitungen eignen sich gewiss für das Sonderinserat, aber die eigentliche

Bürgschaft, dass das Inserat der Hoteliers auch wirklich von dem für ihn in Betrachtung kommenden Teile des Publikums gelesen und beachtet wird, bietet doch am ehesten die Benutzung der illustrierten Fachzeitschrift als Insertionsorgan aller auf zahlreichen Fremdenbesuch rechnenden Kreise."

Anmerk. d. Red.: Also da liegt der Haase im Pfeffer! Sie finden es unverzeihlich, dass die Heidelberger Hoteliers so kurzsichtig sein konnten, nicht die illustrierte Fachzeitschrift, den „Tourist", um Rat zu fragen und ihn in *erster* Linie mit einer Kollektivannouce zu bedenken. Hoffentlich werden die Heidelberger diesen „unerhörten" Fehler bei nächster Gelegenheit wieder gut machen und wenn es auch nur aus Erkenntlichkeit für Ihre lobenswerte Aufrichtigkeit wäre. Ebenso möchten wir den 150 Hoteliers, welche mit Einzelzeilen unter den „Empfehlenswerten Hotels" des „Tourist" figurieren, anraten auch fernerhin ihre 15 Mark nach Berlin zu schicken, wenn es auch dem Einzelnen schadet, so hilft es doch dem Einzigen: dem „Tourist."

Rundschau.

Vitznau-Rigi-Bahn. Seit dem Mittwoch ist die Bahn bis Rigi-Kaltbad eröffnet. Es werden täglich zwei Züge ausgeführt, wenn es die Witterungsverhältnisse erlauben und sich per Zug wenigstens 5 Personen zur Hin- und Rückfahrt einfinden oder der Betrag für fünf Retourbillete erlegt wird. Die Fahrordnung ist folgende: Vitznau ab 11 Uhr 13 Min. und 2 Uhr 40 Min., Rigi-Kaltbad an 12 Uhr 4 Min. und 3 Uhr 32 Min. Rückkehr: Rigi-Kaltbad ab 1 Uhr 39 Min. und 5 Uhr 14 Min., Vitznau an 2 Uhr 30 Min. und 6 Uhr 5 Min.

Bergbahnen. Auf 1. Juli d. J. wird neben der Wengernalpbahn auch die Zahnradbahn von Interlaken, Gsteig, nach der Schynigen-Platte eröffnet. Auf Anfang Juli wird auf der Schynigen-Platte auch ein Hotel-Restaurant mit 65 Betten eröffnet.

Die Salvatore-Bahn hat vom 1. Januar bis 31. März 1893 gegenüber dem gleichen Zeitraume des Jahres 1892 Fr. 1329.25 mehr eingenommen und Fr. 2988.06 weniger ausgegeben.

Berner Oberland-Bahnen. Die Verwaltung dieser Bahn hat an den Bundesrat zu Handen der Bundesversammlung ein Gesuch um Abänderung ihrer Konzession eingereicht in dem Sinne, dass ihr gestattet werde, künftighin den Betrieb vom 15. November bis 15. März einzustellen. Zur Begründung wurde der sehr schwache Winterverkehr, besonders aber die Gefahren des Winterbetriebes in einlässlicher und überzeugender Weise vorgeführt.

Meiringen. Das Baufieber hat hier schon bedeutend nachgelassen. Letzten Donnerstag brachte die Gemeinde Meiringen eine Anzahl Hausplätze auf Kaufssteigerung. Es fanden sich jedoch wenig Kaufslustige ein, und die, welche da waren, machten so niedrige Angebote, dass die Gemeinde nicht losschlagen wollte.

Montreux. Nous lisons dans la „Gazette des Etrangers" de Montreux:

„Nos hôtels sont pleins depuis une quinzaine et, pour la saison, c'est d'un excellent augure; rarement, à pareille époque, nous avons hébergé autant d'hôtes. Autant qu'en pareille matière, les renseignements peuvent être exacts, il y aurait, dans les seuls hôtels et pensions de Montreux, sans parler des environs même immédiats et des appartements particuliers, villas, etc., 560 Anglais, 380 Allemands, 180 Suisses, 90 Américains, 80 Russes, 70 Français, 70 Autrichiens, 60 Hollandais, et plus de 200 personnes d'autres pays. Dans ce nombre ne sont pas compris les domestiques, gouvernantes, etc.

Par ce temps beau et sec, les travaux vont bon train: au jardin de la Rouvenaz; à la Baie de Montreux; au jardin du Kursaal où l'on a arraché quelques arbres qui ne donnaient pas suffisamment d'ombrage, pour les remplacer par de beaux maronniers; du débarcadère au quai, lon place (enfin!) la bordure du trottoir et l'on procède au nivellement de ce dernier; dans les chantiers de MM. Chaudet, on termine la colonne météorologique qui sera un vrai chef-d'œuvre. Les bâtiments nouveaux s'achèvent en grand nombre; le grandiose *Hôtel de Caux* va ouvrir très prochainement ses portes; de même entre Vernex et Clarens, l'*Hôtel Continental* qui, avec les constructions projetées par la *Société Immobilière* de Montreux donnera de l'animation à cette partie de notre littoral.

Gotthardbahn. Wie das „Luz. Tagbl." vernimmt, ist der Materialverwalter der Gotthardbahn Sonntags nach Chicago verreist, um im Auftrage seiner Direktion die Ausstellungs-Objekte der Gotthardbahn aufzustellen und zu ordnen und die damit verbundenen Zwecke der Gesellschaft weiter zu verfolgen. Die Gotthardbahn bringt bekanntlich die Entwicklung ihrer Linie auf der Nord- und Süd-Rampe mit den von Topograph Becker in vorzüglicher Weise ausgeführten Plänen zur Ausstellung. Die Pläne werden mit Ansichten ausgewählter Partien der grossartigen Szenerie des Gotthardgebiets, von der Meisterhand Webers in Aquarell gemalt, eingerahmt. Unmittelbar bei den Ausstellungsobjekten lässt die Verwaltung eine Broschüre „Over the Alps" mit einer anziehenden Beschreibung der Gotthardbahn in 100,000 Exemplaren verteilen, um die Aufmerksamkeit der Amerikaner auf ihre Bahn zu lenken. Im Rayon der deutschen Ausstellung wird von dem bekannten Gross-Industriellen Freiherr von Stumm in Neunkirchen die bei der Gotthardbahn neu eingeführte Oberbau-Type in natura zur Ausstellung gelangen.

Wie aus den statistischen Erhebungen des luzernischen Verkehrs-Bureaus hervorgeht, betrug die Zahl der amerikanischen Touristen, welche letztes Jahr Luzern besuchten, 10,000, während die transatlantischen Dampfer zirka 60,000 Kajüten-Passagiere nach Europa brachten. Mit Recht glaubt die Verkehrskommission in letzterer Zahl einen Fingerzeig zu erblicken, welches grosse Verkehrselement da vorhanden und wie wichtig es sei, in der neuen Welt die richtige Propaganda zu machen. Wir wünschen der Gotthardbahn besten Erfolg; die von dieser Gesellschaft zunächst in ihrem Interesse verfolgte Reklame wird ebensosehr für Luzern wie für den gesamten Touristenverkehr der Schweiz von grosser Bedeutung sein.

Rapperswil. Im Schosse der Verkehrskommission in Rapperswil wurde die Anregung gemacht, es sollte, wenn möglich, noch dieses Jahr eine Ausstellung von Kunstgegenständen und interessanten Antiquitäten aus hiesiger Gegend veranstaltet werden.

Zürich. Julius Laurencic, der flüchtige Direktor des verkrachten Schwindelgeschäftes „Helvetia", unter den Hoteliers als Annoncengenie wohl bekannt, ist laut „Stadtbote" in Leipzig, wo er unter dem Namen J. v. Hagen in einem Hotel ersten Ranges logierte und eben neue Geschäftszirkulare vom Stapel liess, verhaftet worden und wird dessen Auslieferung erwartet.

Verkehrswesen. Ein deutsches Fachblatt rät, den Reisenden in grossen Schnellzügen um die Mittagszeit eine Pause von einer halben Stunde zu gönnen und dafür zu sorgen, dass sie auf dem betreffenden Bahnhofe ein schmackhaftes Essen vorfinden; nicht etwa, wie üblich, ein Mahl aus drei bis vier Gängen, die man hastig hinunterwürgt, sondern ein Essen, bestehend aus einer nicht zu warmen Suppe, einem reichlichen Fleischgericht mit Gemüse und etwas Nachtisch. Um ein solches Mahl mit Behagen verzehren zu können, reiche die halbe Stunde vollständig aus, und der Reisende behalte noch Zeit, sich auf dem Bahnsteige etwas Bewegung zu geben.

„Wer je die Mittagessen im Bahnhof-Restaurant Göschenen durchgemacht hat, kann nur wünschen, dass die Gotthardbahn diesen Rat beherzige", sagt das „Berner Tagbl."

Die Fachschule für Gasthofsgehilfen zu Frankfurt a. M. von G. A. Radunsky begründet und, wie bekannt, bestens und erfolgreich geleitet, erfreut sich immer grösserer Beachtung.

Die Fachschule hat sich soweit emporgearbeitet, dass es möglich wurde, am 15. Januar d. J. ein eigenes Haus zu beziehen, das Schwanenstrasse 8 gelegen, in drei Stockwerken Raum bietet für 24 Schüler, alle zum Unterricht nötigen Lehrräume, sowie die zum Betriebe einer Pensions-Lehranstalt nötigen Gelasse. Vor- und Hintergarten vervollständigen die Annehmlichkeit des neuen „Heim". Durch die ausserordentlich wohlwollende Haltung des Internationalen Vereins der Gasthofbesitzer, Sitz Köln, besonders der Frankfurter Mitglieder desselben ist die Hoffnung begründet, dass die Existenz derselben eine gesicherte ist. Der Protektor der Fachschule, Herr Theodor Drexel, Frankfurt a. M., hat auch im abgelaufenen Semester wieder sein Wohlwollen durch Zuwendung namhafter Geschenke bethätigt; unter solchen Auspizien kann die Fachschule mit frohem Mute dem am 15. April beginnenden Sommersemester entgegensehen. Für den einzigen Lehrer war die Arbeit des abgelaufenen Semesters eine fast erdrückende, denn es musste in der deutschen Abteilung in 2 und in der Abteilung für Ausländer in 3 Klassen unterrichtet werden, doch hat Herr Direktor Radunsky durch seine unermüdliche Thätigkeit und seine reichen Kenntnisse es verstanden, die Ausbildung der 20 Schüler aufs Gründlichste und Gewissenhafteste vorzunehmen. Möge es dem Leiter der Fachschule vergönnt sein, auch in Zukunft das Interesse der Freunde der Fachschule durch gediegene Leistung wachzuhalten.

Ueber die am 25. März stattgehabte Prüfung schreibt die „Wochenschrift":

Von den 20 Schülern, die den Winterkursus durchgemacht haben, nahmen 16 an der Prüfung Teil. Die Leistungen machten durchweg einen guten Eindruck und legten das beste Zeugnis für die Haltung der Anstalt ab. Bemerkenswert dürfte die Aufmerksamkeit sein, die man letzterer im Auslande zuwendet; von den 20 Schülern des letzten Halbjahrs gehörten 5 ausserdeutschen Ländern (darunter 4 Italien) an.

Kissingen. Der Kurverein Bad Kissingen verbreitet ein Gutachten der Professoren Pettenkofer und Emmerich, nach welchem Kissingen wie Lyon, Salzburg, Graz zu den von Natur aus choleraimmunen Orten gezählt werden dürfe.

Meran. In Meran werden auch in diesem Jahre zur Hebung des Fremdenverkehrs die vom letzten Herbst her in gutem Angedenken stehenden Volksschauspiele wieder aufgenommen und zwar sollen bis Ende Mai 10 solcher Aufführungen stattfinden.

Frankreich. Seit dem 30. März nachm. 2 Uhr sind die Pariser in der angenehmen Lage, statt des abscheulichen Seinewassers das von Verneuil hergeleitete Quellwasser der Avre zu trinken, vom dem mit der Zeit täglich 150,000 bis 270,000 Kubikmeter nach Paris geleitet werden sollen. Das Wasser gelangt zunächst nach dem riesigen Reservoir von Montretout.

Vermischtes.

Tiefe der Schweizerseen. Die Schweiz weist 589 Wasserbecken (Seen) auf, davon gehören 351 zum Stromgebiet des Rheins, 167 zum Stromgebiet des Inns, 62 zum Stromgebiet des Po und 9 zum Stromgebiet der Etsch. Nachfolgende Zahlen zeigen den gewaltigen Unterschied der Seetiefen von einzelnen Seen, in Metern angegeben. Vierwaldstättersee 214, Genfersee 250, Thunersee 217, Brienzersee 261, Neuenburgersee 214, Bielersee 78, Zugersee 198, Ägerisee 89, Sempachersee 87, Baldeggersee 66, Zürichsee 143, Greifensee 134, Wallenstattersee 272, Bodensee 255, Murtnersee 49, Silsersee 74, Silvaplanersee 77, St. Moritzersee 79, Davoser Grosssee 54, Bernhardinersee 11, Partnunsee 35, Dilisunasee 10, Campfersee 44, Statzersee 5; dann Lagomaggiore 375, Luganersee 275 etc. Diese Tiefen sind selbstverständlich immer vom Seespiegel aus gemessen und deuten stets die tiefsten Stellen der betreffenden Seen an.

Ein Hotel mit 6000 Zimmern soll „zur Bequemlichkeit" der Besucher der Welt-Ausstellung in Chicago fertiggestellt werden und ein Zimmer pro Tag nur einen Dollar kosten. Bedingung ist jedoch, dass die Anmeldungen vorher schriftlich mit gleichzeitiger Bezahlung des Betrages für mindestens acht Tage zu geschehen haben.

Egyptische Cigaretten. Die egyptische Regierung geht damit um, in Zukunft alle aus Egypten herausgehenden Cigarren und Cigaretten auf der Verpackung mit einem zollamtlichen Stempel zu versehen. Man will dadurch verhindern, dass auswärts fabrizierte Cigarren und Cigaretten als „egyptisches Fabrikat" in den Handel gebracht werden. Der „Moniteur du Caire" behauptet, dass zehnmal so viel Cigaretten als überhaupt aus Egypten exportiert werden, als „egyptische" in den Handel kommen.

Ein königlicher Gasthof. Als Joseph II., Kaiser von Oesterreich, einst Frankreich besuchte, kam der Herzog von L. in Nancy, dessen Einladung der Kaiser mit dem Bemerken abgelehnt hatte, er sei als einfacher Reisender gewöhnt, im Hotel zu wohnen, auf einen sehr glücklichen Gedanken. Er bestimmte sämtliche Gasthofsinhaber in Nancy, ihre Aushängeschilder zu entfernen, während er selbst ein solches in riesigen Dimensionen oberhalb des Thores seines Palastes anbringen liess, welches das österreichische Wappen und die Worte trug: „Gasthof des Königs". Joseph II. konnte einer so geistvollen Einladung nicht wiederstehen. Als der Kaiser vor dem Thore des Palastes abstieg, empfing ihn der Herzog in der Tracht eines Gastwirtes und spielte auch seine Rolle mit einer bewundernswürdigen Natürlichkeit. Die sämtlichen Mitglieder seines Hauses hatten je ein Amt, sei es in der Küche, sei es in der Bedienung, zu bekleiden, und die vornehmsten Damen trugen Hauben und Schürzen der Mägde. Der Kaiser ging gern auf den Scherz ein, lachte herzlich und blieb drei Tage in diesem merkwürdigsten aller Gasthöfe, in denen er je gewohnt.

Kleine Chronik.

Interlaken. Das Grand Hotel Victoria ist eröffnet.

Zürich. Hotel Baur au Lac eröffnet mit 15. April.

Ragaz. Seit Ostern ist die Drahtseilbahn Ragaz-Wartenstein wieder im Betrieb.

Rheinfelden. Das Grand Hotel des Salines und Hotel Dietschy sind seit 1. April eröffnet.

Vitznau. Hotel & Pension du Parc in Vitznau, Succursale des Hotel Rigi-First, ist eröffnet.

Luzern. Die Königin von England wird auf ihrer Rückreise von Italien Ende dieses Monats Luzern berühren.

Graubünden. Die Königin von Holland wird Ende dieses Monats zu längerem Aufenthalt in Flums erwartet.

Chur. Seit dem 31. März ist der Ofenberg und seit dem 1. April der Malojapass für Räderfuhrwerk geöffnet.

St. Moritz-Bad. Das Hotel Victoria in hier ist an eine Aktiengesellschaft mit einem Gesellschaftskapital von 400,000 Fr. übergegangen.

Schaffhausen. Das Hotel zur Sonne in Stein am Rhein ist von Hrn. F. J. Eggstein in Betrieb genommen worden.

Appenzell. Das Säntishotel ist von der Familie Rusch in Schwende an Hrn. Dörig, Besitzer des Gasthauses auf der Meglisalp, verpachtet worden.

Brünigbahn. Am 1. April wurde der Bahnbetrieb über den Brünig wieder aufgenommen.

Bern. Frau Hirt-Wyss, frühere Besitzerin des Hotel Beauregard in Lugano, hat pachtweise das Hotel Wildstrubel in Adelboden übernommen.

Brigue. Der Simplonpass ist auf der ganzen Strecke für das Rad geöffnet.

Genf. Am Donnerstag den 23. März morgens fiel der Direktor des Grand Hotel dds Bergues, C. F. Hoffmann, vom zweiten Stock in den Hof und war sofort tot. H. ist 72 Jahre alt und seit 30 Jahren Direktor im gen. Hotel.