

Mitglieder-Aufnahmen = Admissions

Objekttyp: **AssociationNews**

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

Band (Jahr): **10 (1901)**

Heft 25

PDF erstellt am: **29.06.2024**

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.

Erscheint am Samstag

Abonnement:

Für die Schweiz: 3 Monate Fr. 2.—, 6 Monate „ 3.—, 12 Monate „ 5.—

Inserate: 7 Cts. per 1 spaltige Millimeterzeile oder deren Raum.



Paraissant le Samedi

Abonnements:

Pour la Suisse: 3 mois Fr. 2.—, 6 mois „ 3.—, 12 mois „ 5.—

Annouces: 7 Cts. par millimètre-ligne ou son espace.

Organ und Eigentum des Schweizer Hotelier-Vereins 10. Jahrgang | 10^{me} Année Organe et Propriété de la Société Suisse des Hoteliers

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



Todes-Anzeige.

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

Herr Wilhelm Müller

Besitzer des Hotel Belvédère in Interlaken

am 14. Juni nach langer Krankheit im Alter von 40 Jahren verstorben ist.

Namens des Vorstandes: Der Präsident: J. Tschumi.

Mitglieder-Aufnahmen. Admissions.

- Herrn Aug. Weiss-Hess, Hotel Waldheim, Zug
Mr. Francois Troillet, Hôtel de Saleinaz à Praz-de-Fort sur Orsières
Mr. Clément Speckly, Hôtel du Glacier et Poste, Fiesch

Die Hotellerie und der Fremdenverkehr in Tunis.

Es wird Sie und Ihre Leser vielleicht interessieren, einiges über das hiesige Hotelwesen und den hiesigen Touristenverkehr überhaupt zu vernennen: meine langjährigen Erfahrungen und Praxis (13 Jahre in Tunis) und mein täglicher Verkehr mit den hiesigen Hotels setzt mich in Stand, die Verhältnisse wahr und getreu zu schildern.

Vor allem bemerke Ihnen, dass die heurige, nun zu Ende gehende Fremdensaison, für die hiesigen Hotels eine ganz vorzügliche war, wie noch nie, sowohl in Bezug auf die grosse Anzahl von Fremden und Touristen, als auch auf die Dauer der Anwesenheit derselben, da alle Hotels während vollen 4 Monaten überfüllt waren, was andere Jahre sonst nur während 4-6 Wochen der Fall war.

Die hiesige Fremdensaison dauert von Mitte Dezember bis zirka Mitte Mai; die stärksten Monate sind März und April. Der Hauptzug der Touristen, wovon die Hälfte Deutsche und Engländer sind, kommt von Algier und Biskra und reisen dann die Herrschaften nach einem mehr oder minder langen Aufenthalt in hier, nach Italien, Egypten etc. Dann haben wir auch einen grossen Zuzug von fremden Herrschaften, welche von Sicilien (Palermo) oder auch von Neapel aus die Tunisie besuchen und dann entweder mit der Eisenbahn nach der Algerie oder über Marseille zurückreisen.

enthalt verkürzen; das Gleiche ist bei den französischen Touristen oder Geschäftsleuten der Fall, welche über Marseille nach Tunis kommen und dann über Algier zurückreisen.

Was nun aber die Hotels selbst betrifft, so sieht es damit ganz ungenügend aus und wohnen während dieser Saison zwei Drittel der Touristen in von den Hotels selbst gemieteten Privatlogis.

Wir haben hier das Grand Hôtel de Paris mit zirka 40 Zimmern und Kammern, dann das Grand Hôtel, Avenue de France, mit etwa 60 Zimmern und Kammern, und nun das neue Hôtel de France, das noch nicht fertig gestellt und zirka 100 Zimmer enthalten soll; dann sind noch verschiedene kleinere Hotels, welche weniger in Betracht kommen, wovon das eine, Hôtel St-Georges, mit 30 Zimmern, von unserm Landsmann Waldsühlgen geführt wird, schön eingerichtet, aber in ungeeigneter, stumpfger Lage, ausserhalb der Stadt sich befindet.

An schönen, ausgezeichneten Lagen für neue Hotels fehlt es hier nicht und wenn ein anständig eingerichtetes und nach Schweizer Art geführtes, modernes Hotel gebaut würde, so würde es sich gewiss rentieren, da der Fremdenverkehr von Jahr zu Jahr zunimmt und das tunisische Klima ausgezeichnet ist.

Dieses sind, geehrter Herr Redakteur, im Allgemeinen und treu geschildert, die hiesigen Zustände im Hotelwesen und bin ich gerne bereit, wenn es Sie oder Ihre Leser interessiert, weitere Aufschlüsse zu geben.

Die traurigen Machenschaften im französischen Weinhandel

sind nicht nur in unserm Blatte seit Jahren gekennzeichnet worden, auch ein belgisches Organ hat in Empörung über den eckelhaften Schwindel sich die Sache näher angesehen und ist dabei zu folgender Rubrizierung der üblichen Tricks gekommen:

Nr. 1 ist der Kniff mit dem Check. Das Opfer, das sich der Weinsonkel aussersehen hat, erhält eines Tages einen Brief, der von einem besorgten Vater aus Bordeaux an seinen in Paris studierenden Sohn gerichtet ist; er liest zunächst über von guten Ermahnungen, dann folgt die betrübte Mitteilung, dass es kaum mehr möglich sei, die vom verstorbenen Oheim ererbten trefflichen Bordeauxweine selbst zu Schleuderpreisen an den Mann zu bringen.

legenheit erblicken soll, billig zu einem ausgezeichneten Tropfen zu kommen.

Nr. 2 ist der Kniff mit dem Bankier. Der Bankier aus dem Weinland bittet einen Kollegen in der Fremde um Auskunft über einen Kunden und benutzt die Gelegenheit zu einem kleinen Angebot.

Nr. 3, der Kniff mit der schlechten Auskunft. Die Schwindelirma richtet an eine Anzahl von Personen an einem bestimmten Platz ein Schreiben folgenden Inhalts: Wir haben an einen sonst guten Kunden dort eine Sendung Wein abgehen lassen; inzwischen hat uns unsere Bank schlechte Auskunft über ihn erteilt.

Nr. 4, der Kniff mit den Austern, besteht darin, dass das betreffende Haus, um seinen geschmierten Wein los zu werden, den Bestellern einen Korb Austern als Zugabe verspricht.

Nr. 5, der Kniff mit dem Verwalter. Der Verwalter ist ein Landsmann des Hineinzulegenden und hat dem Weingutsbesitzer oft erzählt, wie schwer es ist, in seiner Heimat selbst für schweres Geld guten Wein zu bekommen.

Nr. 6, der Kniff mit dem Syndikat. Ein Herr will durchaus in den Verwaltungsrat eines Syndikats kommen und braucht dazu notwendig eine Bestellung des Kunden, an den er sich wendet.

Nr. 7 ist der Kniff mit der Witwe und dem Abbé. Eine arme Witwe will ihren vorzüglichen Wein halb umsonst ablassen, um der Pfändung durch herlose Gläubiger zu entgehen, und legt die Visitenkarte eines Geistlichen mit einigen empfehlenden Worten bei.

Nr. 8, der Kniff mit dem Frost. Die Kunden werden zur Eile aufgefordert, weil nach der Zerstörung des ganzen Jahresherbostes durch den Frost die früheren Preise nur noch kurze Zeit beibehalten werden können.

Nr. 9 ist ein Kniff, der seine Opfer hinter Klostermauern sucht. Die Oberin erhält einen Brief, in welchem ihr ein Fass Wein angeboten wird, das ein zahlungsunfähiger Kunde nicht annehmen konnte und das man ihr „halb für nichts“ überlassen will.

Nr. 10, der Kniff mit dem jungen Verschwender, der nach dem Tode seines Vaters so arg gewirtschaftet hat, dass seine bedauernswerte Mutter, um seine Schulden zu bezahlen, ihren Wein vor der Zeit zu Spottpreisen abgeben muss.

Nr. 11, der Kniff mit dem Krieger von 1870. Ein Weingutsbesitzer ist 1870 in der Ortschaft des Kunden aufmerksam gepflegt worden und will nun seinen ausnahmsweise gut geratenen Jahrgang aus Dankbarkeit für 90 statt 200 Franken ablassen.

Unsere Leser sind gewarnt. Aber die Schwindelfirmen auch, und so werden sie jedenfalls über kurz oder lang neue Kniffe ersinnen.

Die Lebensmittelfälschung

wird in Nordamerika, wie alles, grossartig betrieben. Untersuchungen aus jüngerer Zeit ergeben, dass kaum ein Artikel der Ernährung zuverlässiger Weise als das gelten kann, was er zu sein scheint, und die Ergebnisse lassen sich in Worte fassen: „Mindestens 90 Prozent der festen und flüssigen Lebensmittel, die in den Vereinigten Staaten hergestellt, und verkauft werden, sind verfälscht.“