

Objektyp: **Issue**

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

Band (Jahr): **13 (1904)**

Heft 37

PDF erstellt am: **10.07.2024**

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.

Abonnement:

Für die Schweiz:
 1 Monat Fr. 1.—
 3 Monate " 2.50
 6 Monate " 4.50
 12 Monate " 8.—
 Für das Ausland:
 (Posto inbegriffen)
 1 Monat Fr. 1.25
 3 Monate " 3.50
 6 Monate " 6.—
 12 Monate " 10.50
 Vereins-Mitglieder erhalten das Blatt gratis.

Inserate:

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

Abonnements:

Pour la Suisse:
 1 mois . . . Fr. 1.—
 3 mois . . . 2.50
 6 mois . . . 4.50
 12 mois . . . 8.—
 Pour l'Etranger:
 (Posto compris)
 1 mois . . . Fr. 1.25
 3 mois . . . 3.50
 6 mois . . . 6.—
 12 mois . . . 10.50
 Les Sociétaires reçoivent l'organe gratuitement.

Annonces:

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

13. Jahrgang | 13^{me} Année

Erscheint Samstags. Parait 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.

Verantwortlich für die Redaktion und die Herausgabe: Der Chef des Centralbureaus, Otto Amsler, Basel. — Druck: Schweiz. Verlags-Druckerei G. Böhm, Basel.

Hotelführer

Ausgabe 1905.

a) Termin für Aenderungen der bisherigen Annoncen:

Mitte September.

b) Termin für Anmeldung neuer Annoncen: **Ende September.**

Für das Centralbureau: Der Chef: *Otto Amsler.*

Guide des Hôtels

Edition 1905.

a) Terme pour modifications des anciennes annonces:

mi-septembre.

b) Terme pour annonces nouvelles: **fin septembre.**

Pour le Bureau central: Le chef: *Otto Amsler.*

Warnung.

Die Redaktion der „Hotel-Revue“ warnt an dieser Stelle eindringlich vor einem neuen Reklameunternehmen.

Ein sogenannter Deutsch-Oesterreichisch-Schweizerischer Fremdenverkehrsverein mit Sitz in München, Kontorhaus, Arnulfstrasse, gegenüber dem Zentralbahnhof, Bureau 75, versendet an sämtliche Kurorte und Kuranstalten der Schweiz ein Zirkular, in dem die Gründung einer „Revue der Kurorte und Kuranstalten“ angezeigt wird.

In Bezug auf diese Neugründung sei folgendes mitgeteilt:

1. Ein Deutsch-Oesterreichisch-Schweizerischer Fremdenverkehrsverein existiert nicht.

2. Das Unternehmen, für das ein Julius Beck, Schriftsteller, zeichnet, ist mit dem Verlag der „Komplemente zu Reisebüchern“, (Herausgeber: Hartung alias Richard von Schlieben) identisch, was aus folgendem hervorgeht:

a) Der Wortlaut des neuen Zirkulars deckt sich mit demjenigen des Hartung'schen Zirkulars zu den „Komplementen“ vollständig und es ist der auszufüllende Fragebogen genau derselbe, wie der Hartung'sche;

b) Das neue Zirkular enthält dieselbe Klausel, laut welcher bei Ausfüllung des Fragebogens der Verlag sich ohne weitere Bestellung berechtigt erklärt, ein halbseitiges Inserat zum Preise von Mk. 60 aufzunehmen.

3. In der richtigen Voraussicht, dass die „Komplemente zu Reisebüchern“ ein zweites Mal nicht mehr „ziehen“ würden, wird nun derselbe Schwindel unter anderer Firma und anderem Titel fortgesetzt.

4. Es sei auch darauf aufmerksam gemacht, dass Schlieben-Hartung die Eintreibung der Gelder für die erschwundenen Annoncen im „Komplement“ dem sogenannten Deutsch-Oesterreichisch-Schweizerischen Fremdenverkehrsverein, hinter welchem er selber steckt, übergibt, somit alle Zahlungsmahnungen des betr. Vereins von Schlieben-Hartung selbst herrühren.

5. Mit dem Erlass dieser Warnung glauben wir unsere Pflicht gegenüber den Mitgliedern getan zu haben und hoffen nun, künftighin darauf verzichten zu können, immer und immer wieder in längeren Artikeln vor den Manipulationen Schliebens warnen zu müssen.

Die Redaktion.

Der neue Vertriebsplan unseres Hotelführers.

Im Anschluss an den Appell von A. K. in letzter Nummer sind wir in der Lage, einiges zur Ergänzung der betr. Korrespondenz beizufügen:

Mit dem Beschluss des Vorstandes betreffend die Erhöhung der Auflage des Hotelführers auf 50,000 Exemplare per Jahr ist dem Zentralbureau nämlich die Möglichkeit an die Hand gegeben, einen schon seit Jahren entworfenen, aber wegen stetem Mangel an Führern bis jetzt undurchführbar gebliebenen Vertriebsplan künftighin in die Tat umzusetzen.

In den letzten Jahren mussten wir nämlich darauf verzichten, in der öffentlichen Presse Reklame für den Führer zu machen, d. h. dessen jeweiliges Erscheinen zu publizieren, weil wir aus Erfahrung wissen, dass dann die Nachfrage derart angewachsen wäre, dass wir schon nach kürzester Zeit die Bestellungen mit dem Bescheid „vergriffen“ hätten beantworten müssen. Es hätte daher keinen Zweck gehabt, etwas zu empfehlen, womit man nicht aufwarten kann. Heute liegt die Sache nun anders: Wir werden eine um 20,000 Exemplare höhere Auflage haben und ca. 8000 Exemplare werden dadurch gewonnen, dass, gemäss Beschluss des Vorstandes, den beteiligten Hotels nur mehr ein Exemplar zum Selbstgebrauch zugestellt werden. Auf diese Weise wird man nun den Vertrieb nach dem Auslande systematisch und rationell regeln und damit den Zweck des Buches fördern können; denn der Hauptwert desselben für den Fremden ist, dass er in dessen Besitz gelangt, ehe er seine Reise antritt; damit ist aber auch gleichzeitig der Wert des Führers als Reklamemittel ein viel höherer.

Der Vertriebsplan wird nun künftighin ungefähr folgender sein: Ende März jeden Jahres wird das Erscheinen der neuen Ausgabe des Führers bekannt gemacht und zwar in folgenden ausländischen Blättern:

- Belgien: „Indépendance Belge“ (Brüssel).
- Deutschland: „Berliner Tagblatt“, „Frankfurter Zeitung“, „Kölnische Zeitung“, „Münchener Neueste Nachrichten“.
- England: „Times“ und „Daily News“ (London).
- Frankreich: „Figaro“ und „Petit Journal“ (Paris).
- Italien: „Secolo“ (Mailand), „Tribuna“ (Rom).
- Oesterreich: „Neue Freie Presse“ (Wien) und „Wiener Fremdenblatt“.
- Russland: „Journal de St-Petersbourg“ und „Moskauer Zeitung“.

Amerika (Nord-): „Times“ (Chicago), „Times“ (New York), „The Press“ (Philadelphia), „Chronicle“ (San Francisco), „Chronicle“ (St. Louis), „Times“ (Washington).
 Amerika (Süd-): „Standard“ (Buenos-Aires), „Journal du Brazil“ (Rio de Janeiro).
 Afrika: „L'Echo d'Alger“ (Algier), „The Egyptian Gazette“ (Cairo).

Als Bezugsquellen werden in diesen Bekanntmachungen die Buchhandlungen und unser Zentralbureau angegeben.

Des fernern sind mit sämtlichen schweizerischen Gesandtschaften und Konsulaten im Auslande Unterhandlungen gepflogen worden, deren Resultat ist, dass sie sich sämtlich bereit erklärt haben, durch Entgegennahme einer bestimmten Zahl Führer zur Verbreitung desselben beizutragen. Wie leicht begreiflich, sind bei den ausländischen Vertretern der schweiz. Eidgenossenschaft Erkundigungen über Unterkunftsverhältnisse in der Schweiz zu gewisser Jahreszeit an der Tagesordnung, und es erleichtert ihnen daher unser Führer, wie uns einige Konsulate selbst mitteilen, in willkommener Weise das Auskunfterteilen.

Durch dieses verdankenswerte Entgegenkommen sind nun für die Fremden folgende Bezugsquellen geschaffen worden:

1. In Europa:

- Belgien: Brüssel, Antwerpen.
- Dänemark: Kopenhagen.
- Deutschland: Berlin, Bremen, Dresden, Frankfurt a. M., Hamburg, Königsberg, j. P., Leipzig, Mannheim, München, Stuttgart.
- England: London, Liverpool.
- Frankreich: Paris, Besançon, Bordeaux, Dijon, Havre, Lyon, Marseille, Nancy, Nizza.
- Italien: Rom, Ancona, Florenz, Genua, Livorno, Mailand, Neapel, Palermo, Turin, Venedig.
- Niederlande: Amsterdam, Rotterdam.
- Oesterreich-Ungarn: Wien, Budapest, Prag, Triest.
- Portugal: Lissabon, Porto.
- Rumänien: Bukarest, Galatz.
- Russland: St. Petersburg, Kiew, Moskau, Odessa, Riga, Warschau.
- Schweden und Norwegen: Stockholm, Christiania.
- Spanien: Madrid, Barcelona.

2. In überseeischen Staaten:

- Amerika (Nord-): Washington, Calveston, Chicago, Cincinnati, Denver, Louisville, Montreal, New Orleans, New York, Philadelphia, Portland, San Francisco, St. Paul, St. Louis.
- Amerika (Süd-): Buenos Aires, Bahia, Esperanza, Guatemala, Mendoza, Montevideo, Pará, Pernambuco, Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro, Rosario, Valparaiso.
- Afrika: Algier, Johannesburg, Philippville, Port Louis.
- Asien: Batavia, Manilla, Tiflis, Yokohama.
- Australien: Adelaide, Brisbane, Melbourne, Sydney.

Überdies funktionieren, wie bisher, als Dépôts: Die Verkehrsburauen der Schweizer Bundesbahnen in Paris und London; die zahlreichen Agenturen des Norddeutschen Lloyd in europäischen und überseeischen Staaten, sowie dessen Dampfer von Amerika, Australien und Ostasien; die Verkehrsburauen der Belgischen Staatsbahnen in Brüssel, Antwerpen, Dover und London und deren Dampfer Ostende-Dover; ferner 20 schweizer. Verkehrsburauen und 10 der hauptsächlichsten Reiseburauen in London, Paris, Berlin, Köln und München.

Es wird ferner dafür gesorgt werden, dass der Führer nicht nur im allgemeinen Buchhandel, sondern speziell auch in den Bahnhofbuchhandlungen zu haben ist.

Der Vertriebsplan, den wir hier entworfen und der von nun an zur Ausführung gelangen wird, dürfte dafür bürgen, dass unser Führer als eine vorzügliche Reklame grossen Stils gelten kann. In hundert und aber hundert Anerkennungsschreiben, die uns in den letzten Jahren von Reisenden zugegangen, liegt die Bestätigung hierfür. So z. B. schreibt uns der Direktor der bekannten Zeitschrift „La Vie Mondaine“, Herr Viterbo in Paris, unterm 28. Juli:

„Je ne saurais trop vous féliciter de la publication „Les Hôtels de la Suisse“, publication qui est la meilleure publicité que l'on puisse faire pour votre pays. Il est regrettable qu'en France nous n'en ayons pas une pareille.“

Herr Duplan, Direktor des Verkehrsburauen der Schweiz. Bundesbahnen in Paris, schreibt unterm 30. Juli:

„Ici, où on croit volontiers que nos hôtels suisses font des prix exorbitants, je m'efforce de détruire cette légende et le Guide d'hôtels m'y aide en démontrant noir sur blanc qu'il vaut encore mieux déjeuner ou dîner dans les premiers hôtels en Suisse qu'aux Champs-Élysées.“

Solche und ähnliche Schreiben gehen uns alljährlich zu Dutzenden zu.

Ein weiterer Vorteil, der von nächstem Jahr an eingeführt wird, ist, dass mit dem Dreiersystem, wonach bisher diejenigen Hotels, die innert einer 3jährigen Periode beitraten, in einem Anhang des Buches aufgeführt wurden, gebrochen wird, sodass von jetzt an jedes Jahr eine vollständig umgearbeitete Ausgabe erscheint.

Überdies werden Massnahmen getroffen, damit das Buch spätestens Ende März anstatt anfangs Mai erscheint, es können daher Anmeldungen neuer Geschäfte für das folgende Jahr nur dann berücksichtigt werden, wenn sie vor dem 1. Oktober eingereicht werden.

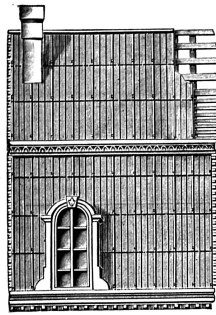
Wer die Kosten scheut, dem möchten wir die Frage vorlegen, ob er in seinem Reklamebudget nicht einen oder mehrere faule oder zweifelhafte Posten hat, mit denen er, wenn sie ausgemerzt, mehr erspart, als zur Beteiligung am Hotelführer nötig ist. Wir glauben es.

Zieht man nun als Fazit die grosse, in drei Sprachen erscheinende jährliche Auflage, den rationalen Vertrieb, die Beliebtheit des Führers bei den Reisenden und den dahingehenden Wert desselben als Propagandamittel in Betracht, und bedenkt man ferner, dass in einem Verein, der die Wahrung und Förderung der Berufsinteressen sich zur Aufgabe macht, das Solidaritätsgefühl eine Hauptrolle spielen sollte, so hat unser verehrliche Korrespondent A. K. (vergl. letzte Nummer) gewiss Grund genug, den Wunsch zu äussern, es möchten die bisher ferngestandenen Mitglieder sich ebenfalls für dieses Unternehmen interessieren und mithelfen an der Vervollständigung eines Buches, das heute zu den begehrtesten in der Reiseliteratur gehört.

Checkfälscher in Sicht.

Unsere Leser werden sich vielleicht noch an die unerhört freche Schwindelerei erinnern, die sich ein entlassener Hotelportier, Namens Kämpfer im November vorigen Jahres dadurch zu Schulden kommen liess, dass er zwei gefälschte Checks mit der Unterschrift seines Prinzipals endossierte und diese Checks gerade am Tage seiner Entlassung bei zwei Tessiner Banken mit Glück absetzte, die ihm, da er noch die Mütze des Hotels trug, unbefriedigenderes Vertrauen geschenkt hatten. Jenem Kämpfer gelang es leider sich unbehelligt davonzumachen; vermutlich hat er sich damals nach England gewandt.

In NIZZA ist
vis-à-vis dem Crédit Lyonnais
das ruhig und schön gelegene
HOTEL DE ZÜRICH
sehr zu empfehlen. Pension von Fr. 8-12.
Table d'hôte an kleinen Tischen.
R. Michel, Besitzer
auch Besitzer vom Kurhaus in Parpan.



Ad. Schulthess, Zürich
Zinkornamentfabrik
Mühlebachstr. — Reinhardstr.

Metallbedachungen für Kuppeln, Türme, Berghotels etc.,
Patent Registratur-Schränke mit od. ohne Rolladen-Verschluss,
Firmenbuchstaben,
Ausführung von **Ornamenten** jeder Art in Zink, Kupfer etc. für innere und äussere Dekoration.
Bewährteste Verküpfung aller zu Blecharbeiten, (zweisteig) Uebernahme sämtl. Spengler- und Holzarbeiten etc. Reichhaltiges Musteralbum und illustrierte Prospekte zu Diensten.

Pour un **grand sanatorium** de la Suisse française, s'ouvrant en été 1905, on demande comme

administrateur et secrétaire
une personne de toute confiance, connaissant le français, l'allemand et l'anglais et ayant occupé une place analogue dans un établissement semblable ou dans un hôtel. Inutile de se présenter sans d'excellentes références.
Adresser les offres sous initiales **V. M. 33 poste restante Torritet (Vaud)**. 1865

Hôtelier suisse,
parlant les trois langues, actuellement dans les Pyrénées, cherche situation comme

Directeur, Gérant ou Maître d'hôtel.
Des références de tout premier ordre sont à disposition.
Adr. les offres à l'admin. du journ. sous chiffre **H 1914 R.**

Für Hotel oder Pension.
Zu verkaufen oder zu vermieten sofort oder später in Lugano neues, elegantes
Gebäude
circa 60 Lokale enthaltend, modern eingerichtet und mit anstossendem Garten, in freier Lage in

Paradiso bei Lugano.
Gelegenheit, noch ein zweites Gebäude, circa 20 Lokale enthaltend, in Miete zu übernehmen. 757 H 3252 O
Für nähere Erkundigungen und Unterhandlungen wende man sich gefl. an Advokat **Notar Luigi Balestra**, Via alla Cattedrale No. 6, Lugano.

II. Konkurssteigerung.
In Konkursache des **Otto Felder-Waldis** wird Montag den **26. September 1904**, nachmittags 2 Uhr im **Farnbühl**, Gemeinde **Werthenstein** (Bahnhstation Matlers), öffentlich versteigert:

Kur- und Badanstalt „Farnbühl“
in den Schweizer Voralpen gelegen, mit schöner Aussicht, 65 Zimmern, grossem Speisesaal, Damensalon, gedeckter Veranda, Kapelle, Kegelbahn, Badehaus und Kesselhaus, Extra-Gebäude für Bedienstete, Milchhalle, Sennhütte, Pferdestallung, Remisen, prachtvolles Waldpark in unmittelbarer Nähe der Kuranstalt, grossem schattigem Garten, Vorplatz und Spielstätten, ca. 24 Zucharten schönsten Matlandes mit ertragreichen Obstbäumen.

Sehr eisenhaltige Mineralquelle.
Konkursamtliche Schätzung Fr. 87,000. Liegende Schulden ca. Fr. 106,000.
NB. Der Liegenschaftssteuerer kann das sämtliche Hotelinventar (ca. 110 Betten, mit Zimmerreinrichtungen, Kücheneinventar, Lingerie, Omnibus und Wagen etc.) um den Preis von Fr. 27,000 (Brandversicherung Fr. 41,700) übernehmen.
Das Etablissement ist in Betrieb und kann jederzeit besichtigt werden. — Der Steigerungsbrief liegt zur Einsicht auf. H 3371 z 763
Konkursamt Entlebuch.

Zu verkaufen ev. zu verpachten
ist Verhältnisse halber aus freier Hand ein an erstem Platze des **Berneroberslandes** vorteilhaft gelegenes

Saison-Hotel-Pension II. Ranges,
das infolge schönster Lage etc. leicht zu einem Geschäft ersten Ranges gemacht werden kann.
Offerten unter Chiffre **H 1912 R** befördert die Exped. d. Bl.

Rüegg-Naegeli & Cie., Zürich
Bahnhofstr. 27 vormals Naegeli-Weidmann & Cie. Maneggplatz 7
Buchdruckerei, Geschäftsbücherfabrikation
empfehlen sich zur Lieferung von 160
Hotel-Buchhaltungen
amerikanischer und anderer Systeme, wofür mit Vorlagen und Anleitung gerne zu Diensten stehen. — Fremdenbücher, Keller-Kontrollen, Salairbücher, Bonsbücher etc. ab Lager billigst

Habana-Haus Basel Bien recommandé
Habana-Haus Basel Highly recommended
Gegründet 1875
Max Oettinger
Basel
Habana-Haus St. Ludwig i. Elz Bestens empfohlen
Habana-Haus St. Ludwig i. Elz Bestens empfohlen

A. Wächter-Leuzinger & Cie., Zürich
Maschinenfabrik. Telegr. Adr.: Wächterleuz Zürich. Telefon 2988
Einziges Spezialfabrik der Schweiz 161
für moderne Wasche- u. triffling-Trockenmaschinen für Kraft- oder pat. Wasserantrieb. Glättmaschinen, 1-4 muldig. Trockenapparate. Dampfkessel. Wassermotoren u. moderne Transmissionen. Installation bis zu den grössten Anlagen. Neu! Leistungsfähigste Brotteigmühle mit Elektr. oder Wasserantrieb.



MAISON FONDÉE EN 1811
BOUVIER FRÈRES
NEUCHÂTEL (SUISSE)
SWISS CHAMPAGNE
RICH DRY VERY DRY
VERY DRY BRUT

Neuhauser St. Gallen, Suisse
Rideaux entous genres
Chantillons sur demande

Internat. Knaben-Institut
Villa Mon-Désir
Payerne (französische Schweiz).
Prakt. rasche Erlern. der neueren Sprachen. **Ganz spezielle Pflege des Französisch- und Englisch-, Ital., Span., Handelsfischer, Maschinen-schreiben, Musik. Tücht. Lehrkräfte.** Vorbereitung auf Beruf. Kräft. reich. Nahrung. Komf. neues Haus in prächt. Lage, ausgedehnter Park, grosse Spielplätze. Mässige Preise. Prospekt Ref. im In- und Ausland. Prospekt etc. vom Direktor **Prof. J. F. Vogelzang**, Verfasser eines Leitfadens für franz. u. engl. Konversation. 771 H 25860 L

Fachschule f. Hotelkellner und 2monatige **Spezialkurse** für Geschäftsführer, Hotel-Buchhalter, Oberkellner u. Köche. Prospekte von **F. De Lacroix**, Frankfurt a. M. (H6. 7037) 27

St. Moritz-Dorf
(Ober-Engadina.)
Eine kleine, komplet möblierte und mit gutem Resultate betriebene
Fremdenpension
ist auf nächste Wintersaison zu vermieten durch zu verkaufen.
Ankunft durch 751 H 2070 z
Postfach 91, Samaden.

Erfahrenes kautionsfähiges Fräulein wünscht
kleinere Pension
zu übernehmen.
Offerten an die Exped. sub Chiffre **H 1927 R**

Leere Weinflaschen
werden zu kaufen gesucht, Rheinweinflaschen in kleineren und grösseren Posten, andere 7 dl-Flaschen (von gleichmässiger Façon) nur in grösseren Partien. Gef. Offerten ist ein Muster beizufügen (Rheinweinflaschen ausgenommen). **Tonhalle Herisau**, 1916

Kleineres aber besseres HOTEL mit Restaurant
in verkehrsreichem Landstädtchen, an einem See oder zukunftsreichen Kurorte
zu kaufen gesucht.
Offerten mit näheren Details sub Chiffre **Z Z 7650** befördert die Annoncen-Expedition von **Rud. Mosse**, Zürich. Za 10792 2731

Zu verkaufen
spotbillig grösstere Partie gebrauchter, gut erhaltenen **Gartenmöbel.**
Oberten sub „Restaurant“ post-restante Zürich. Za 1398 84

Älteres, kautionsfähiges Fräulein, mit guten Referenzen, wünscht
Directrice-Stelle
oder die **Übernahme** eines kleineren Hotels.
Offerten sub Chiffre **H 1927 R** an die Expedition.

Hotel
zu kaufen gesucht
von einem jungen, tüchtigen, energischen Oberkellner. Saison-Geschäft nicht ausgeschlossen. Anzahlung könnte je nach Hotel 20-40,000 Fr. geleistet werden. H 16855 Z 765
Gef. Offerten an
Hypotheskar-Bureau, Zürich.

Affaire exceptionnelle.
A remettre 763
dans une station balnéaire fréquentée par la meilleure clientèle, un
Hotel-Pension
restaurant, 1^{er} ordre, installé confortablement, avec 60 lits, salon, salle de table d'hôte, restaurant, billard, grand jardin, etc., dans la meilleure situation. Capital nécessaire environ 30,000 francs. Eventuellement on prendrait un associé.
Ecrire sous **Mc 8820 X à Hauenstein & Vogler, Genève.**

Das Neueste in **SERVIETTEN**
Leinen- und Fantasie-Designe
Grosse Auswahl • Billige Preise
Muster zu Diensten
Schweizer Verlagsdruckerei
Basel.

Beim **Zentralbureau des Vereins** in Basel
können von den Mitgliedern gegen Nachnahme bezogen werden:
Anstellungsverträge für Angestellte (deutsch oder französisch) per 100 St. Fr. 2.50, 50 St. Fr. 1.50 für Kochheirunge gratis.
Zeugnisformulare: Heft à 50 Blatt Fr. 3.50
„ „ „ 100 „ „ 6.—
„ „ „ 200 „ „ 10.—
Avis betr. Zimmerbestellungen (eingerahmt) per St. „ 1.50
Verdienstmedaillen für Angestellte (als Broche oder Broche gefasst):
Für 5-10 Jahre oder Saison-Dienstzeit, bronz. Medaille Fr. 8.—
„ 10-15 „ „ „ silberne „ 15.—
„ 15 und mehr „ „ „ goldene „ 45.—
Diplome gratis. Bestellschein verlangen.
Die Termine für Verabfolgung von Medaillen sind: Ende März, Ende August und Weihnachten. Die Bestellungen haben spätestens 5 Wochen vor jedem Termin zu erfolgen.

Zu verkaufen
zu aussergewöhnlich günstigen Bedingungen
an einem Fremdenplatz (Bernobersland), der zufolge in Aussicht stehender günstiger Bahnverbindungen grosser Entwicklung entgegengeht,
ein sehr gut eingerichtetes Hotel
mit 40 Betten, grossem Garten und Terrain zur Erweiterung.
Offerten an die Expedition d. Bl. unter Chiffre **H 1737 R.**

Ueber 260 Hotels
Jahres- & Saisongeschäfte, in jeder Grösse, mit nachweisbarer Rendite und an günstiger Lage hat
zu verkaufen
in der Schweiz, im Süden und in Deutschland
F. Xaver Gutzwiller in Basel.

Schlösschen Wörth am Rheinfall
bei Neuhausen, Kanton Schaffhausen.

Die Finanzverwaltung des Kantons Schaffhausen verpachtet auf öffentlicher Steigerung:
Donnerstag, den 29. September ds. J.
nachmittags 3 Uhr

- Das am Fuss des Rheinfalls gelegene, zum Hotelbetrieb eingerichtete „Schlösschen Wörth“ mit Wohnung, Wirtschafts- und Gastzimmern, Verandas, Terrassen und Keller, mit der Ueberfahrtsberechtigung nach dem Rheinfall-Fels und nach dem Zürcher Rheinufer.
- Die Fischereigerechtigkeit im Rhein, direkt unterhalb dem Rheinfall.
- Das sogenannte Fischerhaus am rechten Rheinufer, enthaltend Wohnung mit Garten, Reben und Wiesland.
- 3 Hektaren und 4 Aren Feld und Wiesen in verschiedenen Abteilungen, in der Nähe des Rheinfalls gelegen. Die Pachtzeit dauert 9 Jahre und zwar vom 2. Februar 1905 bis 2. Februar 1914. Die Pachtsteigerung findet im Schlösschen Wörth statt. Die Pachtbedingungen können inzwischen auf unserem Bureau eingesehen werden. Fremde Steigerer wollen sich mit Vermögensausweisen versehen.

Schaffhausen, den 1. September 1904.
Die Finanzverwaltung des Kantons Schaffhausen.
(Zag 8 233) 2729

Für ein mittleres, komfortabel eingerichtetes **Hotel in Davos** wird sogleich oder später ein erfahrener
Direktor mit einer Einlage von Fr. 5-10,000
gesucht. Eventuell wird das Etablissement auch in Pacht gegeben. Offerten befördert die Exped. unter Chiffre **H 1903 R.**

Basler Zeitung
Erscheint 7 mal wöchentlich.
Schweizerische Zeitung ersten Ranges.
Leitende Redakteure: Dr. Otto Zoller, Dr. Reinhold Gantner, G. Schöpfi.
Ferner besondere Redaktionen für Schweiz, Vofales und Handel.
Korrespondenten in den Kantonen und in den Hauptstädten des Auslandes. Ausgedehnter Repetitionsdienst. Telegraphische Parlamentsberichte. Zuverlässige Informationen über Handel, Industrie und finanzielle Angelegenheiten. **Verlosungslifte. Literarische Monatsnummern.**
Illustriertes Sonntagsblatt. Reiches Feuilleton.
Wirksamstes Infektionsblatt.
Abonnementspreis für die Schweiz: für 12 Monate Fr. 16.—, für 6 Monate Fr. 8.—, für 3 Monate Fr. 4.—; für das Ausland: Fr. 12.— jährlich mit entsprechendem Porto-Zuschlag.
Bestellungen bei jeder Postfiliale.
Infertionspreis: 20 Cts. pro Zeile für die Schweiz, 25 „ „ das Ausland.
1923
Expedition der „Basler Zeitung“.

de la
Schweizer Hotel-Revue.

de la
Revue Suisse des Hôtels.

Liste der auf Ende August 1904 prämierten Angestellten. — Liste des employés primés à fin août 1904.

Goldene Breloque bezw. Broche und Diplom. — Breloque ou broche d'or et diplôme.

Name des Angestellten Nom de l'employé	Dienstjahre Années de service	Name des Prinzipals Nom du patron	Name des Hôtels Nom de l'hôtel	Ort — Lieu
156. Arquin Balthasar	28	C. Giger, Direktor	Victoria	St. Moritz-Bad
157. Grisech Crescenza	23	"	"	"
158. Hug Jo-epha	23	"	"	"
159. Hug Veronika	23	"	"	"
160. Visinoni Samuele	17	"	"	"
161. Beccarelli Simone	17	"	"	"
162. Dolandirino Antonia	33	J. Müller	Julierhof	Campfer
163. Patscheider Marie Anna	43	"	"	"
164. Schorsch Andrea	33	"	"	"
165. Guarnori Giulie	22	"	"	"
166. Carpani Pietro	36	A. Seiler, frères	Mont Cervin	Zermatt
167. Zatschi Jean	15	"	"	"
168. Giacomella Giovanni	30	H. Amsler, Direkt.	Kurhaus	St. Moritz-Bad
169. Bärtschi Gottlieb	20	Dittmann & Schmidt	du Parc	Interlaken
170. Chevassu Francisque	17	Vve. C. Capt	Hotel Capt	St-Cergues
171. Delsadelli Orsatina	15	E. Smart, Direktor	Kursaal Palace	Maloja

Silberne Breloque bezw. Broche u. Diplom. — Breloque ou broche d'argent et diplôme.

Name des Angestellten Nom de l'employé	Dienstjahre Années de service	Name des Prinzipals Nom du patron	Name des Hôtels Nom de l'hôtel	Ort — Lieu
143. Antonelli Marie	14	C. Giger, Direktor	Victoria	St. Moritz-Bad
144. Poltera Ursina	12	"	"	"
145. Giacomelli Ernesta	12	"	"	"
146. Torresini Angelo	12	"	"	"
147. Delnon Mathis	11	"	"	"
148. Waibel Anton	10	"	"	"
149. Rinando Constanzo	14	H. Amsler, Direkt.	Kurhaus	St. Moritz-Bad
150. Acqua Achilles	10	"	"	"
151. Loearno Giuseppe	10	"	"	"
152. Lozza Catarina	10	"	"	"
153. Ackermann Emil	10	A. Mislin	National	Zürich
154. Bluzey Josef	10	"	"	"
155. Cadieli Theodor	10	H. Wyder	National	Interlaken
156. Liechli Louise	10	"	"	"
157. Buz Josef	10	"	"	"
158. Gross Rosa	14	A. Witta	Bahnhof-Restaurant	Rorschach
159. Strittmatter Anna	10	Schirrer & Cie.	Jura	Basel
160. Tengg Theodul	10	Geschw. Zraggen	Rössli	Göschenen
161. Warth Alois	10	F. Müller	Brig	Luzern
		Spillmann & Sickert	du Lac	"

Bronzene Breloque bezw. Broche u. Diplom. — Breloque ou broche de bronze et diplôme.

373. Bühler Johann	9	C. Giger, Direktor	Victoria	St. Moritz-Bad
374. Torresini Vincenzo	9	"	"	"

Bronzene Breloque bezw. Broche u. Diplom. — Breloque ou broche de bronze et diplôme.

Name des Angestellten Nom de l'employé	Dienstjahre Années de service	Name des Prinzipals Nom du patron	Name des Hôtels Nom de l'hôtel	Ort — Lieu
375. Daumas Paul	8	C. Giger, Direktor	Victoria	St. Moritz-Bad
376. Fougere Jean Baptiste	8	"	"	"
377. Cotti Christoph	7	"	"	"
378. Marseiller Katharina	7	"	"	"
379. Poltera August	7	"	"	"
380. Walter Jakob	7	"	"	"
381. Auz Albert	6	"	"	"
382. Borretti Julia	6	"	"	"
383. Eckerlin Louis	6	"	"	"
384. Bühler Anna	6	"	"	"
385. Eckerlin Maria	6	"	"	"
386. Kattenbach Ludwig	6	"	"	"
387. Schubmacher Emil	6	"	"	"
388. Thomasin Katharina	6	"	"	"
389. Beccarelli Marianna	5	"	"	"
390. Murer Fanie	5	"	"	"
391. Vaillier Cassian	5	"	"	"
392. Schorsch Domenic	9	J. Müller	Julierhof	Campfer
393. Brazzerol Katharina	8	"	"	"
394. Brazzerol Ursula	8	"	"	"
395. Kuppelwieser Josef	7	"	"	"
396. Zha Anna Barbara	7	"	"	"
397. Canclini Bartolomeo	6	H. Amsler, Direkt.	Kurhaus	St. Moritz-Bad
398. Ferrari Giazinto	5	"	"	"
399. Bühler Johann	5	"	"	"
400. Weber Julius	5	"	"	"
401. Hüster Anna	5	"	"	"
402. Ifanger Peter	5	"	"	"
403. Winzens Mathias	5	"	"	"
404. Danzeisen Marie	7	"	"	"
405. Gembon Magdalena	7	"	"	"
406. Baud Aimé	6	"	"	"
407. Bossi B. A.	6	"	"	"
408. Felsler Marie	6	"	"	"
409. Mathi u. Alphonse	6	"	"	"
410. Luzi Hans	6	"	"	"
411. Fritschi Albin	5	"	"	"
412. Moor Margeritha	5	"	"	"
413. Paschoud Léon	5	"	"	"
414. Pöhl Hans	5	"	"	"
415. Ursprung Marie	5	"	"	"
416. Waiser Bertha	5	"	"	"

La question des apprentis.

La proposition faite à l'Assemblée générale de la Société Internationale des Hôtelières à Genève, par Mr. Sendig de Dresde, concernant l'apprentissage des jeunes gens dans l'hôtellerie, mérite par son importance d'être discutée non pas seulement par une Assemblée, mais par tous ceux qui s'intéressent à l'avenir de notre industrie. Sans pouvoir entrer dans toutes les vues de son promoteur, nous sommes d'accord sur la nécessité de règlements applicables non seulement dans tel ou tel pays, mais par suite d'un accord international, partout où l'on s'occupe de cette question d'actualité.

Ainsi M. Sendig propose de ne pas accepter de jeunes garçons comme apprentis, avant l'âge de 16 ans, mais il laisserait toute liberté pour engager des gamins de 14 ans comme liftiers, commissionnaires, etc., etc.

Je me permets de trouver que l'emploi de jeunes gens de 14 ans, recevant tous les jours des bonnes mains, a quelque chose d'un peu immoral, à cause de la mauvaise habitude qu'ils prennent dès le commencement de leur apprentissage (car apprentissage il y a) de recevoir des pourboires. Je crois d'autre part qu'un enfant de 14 ans n'a pas atteint un développement physique suffisant pour lui permettre de rester sur le qui-vive dix ou douze heures de suite pour bien remplir sa fonction. L'âge de seize ans au moins pour un apprenti me paraît préférable à tout point de vue, l'enfant est alors devenu adolescent, il se trouve donc physiquement apte à apprendre son métier dès le premier jour.

Considérant que l'on demande de nos jours du jeune hôtelier des connaissances et des aptitudes qu'aucun autre métier n'exige, un apprentissage de deux ans me semble insuffisant; et si l'on veut donner au futur hôtelier une instruction pratique et complète, il faut trois ans d'apprentissage que je partagerais de la manière suivante:

- un an et demi à la cuisine,
- un an au service de salle,
- six mois au bureau.

De cette façon l'élève est parfaitement mis au courant de toutes les branches de l'hôtellerie, et peut, selon ses aptitudes, soit se vouer exclusivement à l'une d'elles, soit les possédant suffisamment toutes, se perfectionner avec le temps et devenir un hôtelier modèle.

Certainement, un apprentissage semblable exige de la part des parents des sacrifices matériels; non seulement le jeune homme ne pourrait rien gagner avant l'âge de 19 ans, mais les parents seraient obligés de payer une certaine rétribution pour l'instruction de leur fils.

Pretons un jeune homme ayant suivi l'apprentissage décrit; à son entrée dans une maison de n'importe quel ordre, il ne sera pas emprunté et saura se rendre utile, et pourra de ce fait demander suivant ses aptitudes une rémunération élevée, tandis qu'aujourd'hui il nous arrive tous les jours des jeunes gens munis de certificats flattereux, déclarant qu'ils connaissent parfaitement leur métier, alors qu'au bout de vingt-quatre heures à peine, le patron fait la fâcheuse découverte que son jeune homme n'a pas la moindre idée de ce qu'on lui demande.

C'est pour cela que nous avons dans notre métier des prolétaires qui ne font aucun honneur à notre corporation, enlèvent de bonnes places à ceux qui ont fait un apprentissage en règle, et ne donnent aucune satisfaction à leurs patrons. Je soumetts donc à la libre discussion dans votre honorable journal la proposition de se mettre d'accord avec les sociétés professionnelles d'Europe pour réglementer la question des apprentis par un engagement qui lierait les membres de ces diverses sociétés.

Toutes les sociétés ont inscrit comme devise dans leurs statuts le développement de l'hôtellerie, et il me semble que c'est une des questions les plus urgentes que de donner une instruction hôtelière complète aux jeunes gens et de nous procurer ainsi des ouvriers capables.

J. A. Schmidt.

L'homme aux faux noms.

Nous devons à la plume d'un ami de notre journal un article intéressant sur le fameux baron de Schlieben, alias Hartung, éditeur des Compléments du guide des voyageurs.

Nous constatons que Schlieben a le génie de l'invention, en ce qui concerne les noms et titres pompeux qu'il se donne pour pouvoir exercer son métier.

Tantôt, il se nomme Otto Ludwig, tantôt, sa carte de visite porte le nom de baron de Rothenbourg, professeur d'économie politique, puis, c'est baron de Schlieben; à un autre endroit, on le retrouve sous le nom de Hartung; pour tout dire, c'est un homme qui sait parfaitement bien, pourquoi il ne porte pas son vrai nom.

Le 1^{er} juillet 1897, la Nouvelle Gazette de Zurich publiait un article, daté de Vienne, qui donnait des renseignements sûrs et précis sur l'identité de Schlieben. Nous en reproduisons ce qui suit:

«De Rothenbourg, qui ajoute à ce nom le titre de baron, titre auquel il n'a pas droit, s'appelle de son vrai nom, Richard de Schlieben et est originaire de Soran en Prusse. Il a été condamné à un an et 6 mois de prison et à l'interdiction temporaire d'occuper un emploi public, pour détournement de fonds qui lui étaient confiés en sa qualité de télégraphiste et employé postal de l'empire allemand.»

Cet homme a en outre été condamné par d'autres tribunaux allemands pour différents délits.

En 1893, de Schlieben, atteint de la manie de la persécution, a été interné dans une maison d'aliénés.

En 1895, nous le trouvons en Autriche, où il fonda à Karlsbad plusieurs périodiques sans couleur politique, portant des titres différents, mais ayant la même teneur.

C'est par de nombreuses réclames qu'il tâchait d'obtenir des annonces pour ces journaux. Il eut assez de succès, mais bientôt différentes personnes qui avaient fait insérer, portèrent plainte pour escroquerie et la Hongrie demanda son extradition, car Schlieben s'était entre temps réfugié à Zurich.

L'enquête suivit son cours, mais les plaignants n'intentèrent pas d'action définitive contre lui.

Le „professeur“ s'en revint à Zurich et y publia une brochure intitulée, „Trois mois avec les assassins et les voleurs“, dans laquelle, il se posait en martyr de la cause allemande en Autriche et se disait persécuté par le ministre Badeni. — Personne ne crût à son histoire.

Toujours à Zurich, Schlieben fonda une „Correspondance d'Economie politique“, il offrait ses articles gratuits aux journaux, et ceux-ci, lui devaient en retour l'espace de 100 lignes chaque semaine.

Il fit d'assez bonnes affaires, car il offrait aux maisons de commerce les insertions pour les trois quarts du prix ordinaire. C'est vraiment étonnant, combien de journaux se sont laissés duper! —

Les transactions peu délicates de Schlieben éveillaient pourtant l'attention de quelques journaux, qui publièrent des articles pour mettre en garde le public et, en même temps, l'association de la presse zuricoise protesta officiellement contre la manière d'agir de leur „collègue“. Inquieté par ces démarches, Schlieben trouva préférable d'aller chercher fortune ailleurs. Nous le retrouvons en novembre 1897 sur le sol plus hospitalier de Bâle, mais cette fois-ci sous le nom de Hartung.

Il publia alors sous le nom „der Mitredaktor“ une circulaire, qui offrait dans le genre de la „Correspondance d'économie politique suisse“, des articles de journaux, en retour du droit d'un certain nombre d'insertions. La façon dont cette circulaire est rédigée, trahit visiblement la même origine que la circulaire insidieuse du supplément. Toutes deux paraissent offrir des garanties, mais toutes deux contiennent également des clauses, dont le vrai sens échappe à première vue.

Citons en outre le fait que Schlieben n'avait pas élu domicile à Bâle même, mais qu'il logeait dans un hôtel de St. Ludwig en Alsace, d'où il venait avec sa soi-disante nièce, 2-3 fois par semaine dépouiller sa correspondance à son bureau, loué pour la forme. Il disait gérer la fortune de sa nièce et, en cette qualité, il tâchait d'entrer en relation avec de bonnes familles de Bâle.

Nous avons pu suivre jusque là les traces de Schlieben.

Ceci ne retrace qu'une époque de la vie de l'homme, dont nous avons tant eu à nous occuper ces temps, bien malgré nous.

L'article suivant donnera une idée de la valeur de son ouvrage: „Complément du guide des voyageurs“.

Un ouvrage sans valeur.

Dans les derniers numéros de la Revue des Hôtels, nous avons critiqué les agissements de la maison Hartung, aujourd'hui, nous voulons analyser le livre édité par cette maison, celui-ci étant la cause de notre polémique.

Deux impressions se dégagent après la lecture du Complément:

Ce livre fait très probablement faire de très bonnes affaires à son éditeur, mais pour l'industrie hôtelière suisse, il n'est non-seulement d'aucune utilité, mais il est propre à créer de fausses notions sur les hôtels suisses ou même à nuire à leur bonne réputation.

Heureusement que nous sommes autorisés à croire qu'il n'a pas trouvé beaucoup de lecteurs.

La brochure en question comprend 3 parties, 1^o une préface, 2^o une nomenclature des hôtels avec les prix, 3^o les annonces.

En comparant ces trois parties, on trouve que la partie principale ne comprend qu'un tiers de la brochure (95 pages), tandis que les annonces occupent les 2/3, soit 230 pages.

Cette constatation suffit pour démontrer que l'entreprise Hartung est une agence de publicité qui n'offre aucune garantie.

Examinons tout d'abord la partie des annonces.

Nous trouvons 450 annonces d'une demi-page chacune. L'annonce d'une demi-page coûtant 60 marcs, l'éditeur peut donc compter sur 27,000 marcs = 33,770 frs. Mais, comme ces annonces ont toutes été extorquées aux hôteliers, il faut espérer qu'il a fait son compte sans son hôte.

Les frais d'impression du livre, ne peuvent être très considérables, car il est mal broché, le papier est de qualité médiocre, l'impression peu soignée. Si l'éditeur encaisse vraiment 450 x 60 marcs, il fera un joli profit. Dans les annonces du Complément nous avons relevé le nom de 126 membres de notre société. Nous osons espérer que ceux-ci tiendront compte de nos conseils réitérés.

L'éditeur a l'impertinence de répéter une douzaine de fois dans la partie des annonces des entre-fillets de ce genre:

„Nous prions MM. les voyageurs, de nous communiquer toutes les plaintes qu'ils pourraient formuler contre les hôtels. Si l'enquête que nous ferons à ce sujet démontre qu'elles sont motivées, nous refuserons notre recommandation aux hôtels en question.“ (sic.)

Nous verrons plus bas ce que sont ces recommandations. Une maison dont la base offre si peu de garanties, ne devrait pas prétendre ouvrir une enquête, sur des maisons dont la probité et la solidité sont au-dessus de toute critique, elle ne réussira qu'à se rendre ridicule.

C'est amusant de lire la préface, car on ne sait, ce qui est le plus étonnant, la bêtise ou l'impudence de l'auteur.

Le baron cherche avant tout, à se défendre de l'accusation d'usurpation du nom de Bædeker, sous prétexte, que le nom Bædeker n'est plus un nom propre, mais un nom commun, synonyme de guide des voyageurs. Qu'en dira M. Bædeker?

Remarquons en passant que le „baron“ qualifié de peu sûr les renseignements de Bædeker, ce qui n'empêche pas, que les siens sont faux dans beaucoup de cas.

Nous n'avons encore jamais vu un ouvrage aussi superficiel et aussi mal rédigé.

Voici quelques exemples: dans les annonces les prix pour le déjeuner, le dîner et le souper sont en francs, tandis que le prix de pension est en marcs ou vice-versa.

Les prix dans la première partie du livre ne concordent souvent pas avec ceux qui figurent dans les annonces. On trouve dans ce guide une foule d'hôtels de 2-3 frs. et même un qui offre de jolies chambres à 50 pf.

peut suffire pour orienter nos lecteurs. L'éditeur, fait semblant de s'étonner que des hôtels cités dans Baderker, ne lui aient pas fourni de renseignements, malgré ses invitations répétées. Nous ne croyons pas M. de Schlieben assez simple, pour ne pas savoir pourquoi, ces hôtels n'ont pas voulu entrer en relations avec lui. Il est trop évident, qu'une agence de publicité fondée sur de telles bases ne peut offrir aucun avantage à ses clients. Hartung renverse les rôles et écrit textuellement:

„Pour ce motif, nous ne pouvons recommander ces hôtels, car celui qui a l'intention de n'exiger de ses clients que des prix fixes et raisonnables, n'a pas besoin de craindre de publier ses prix et ses conditions.“

Il s'érige en connaisseur compétent et en juge de l'industrie hôtelière suisse en écrivant:

„Dans le cas, où un hôtelier chercherait à changer les prix indiqués dans notre guide, nous prions MM. les voyageurs de porter le fait immédiatement à notre connaissance, comme d'ailleurs toute autre plainte, afin que nous puissions faire une enquête et tenir compte des faits qu'elle révélera dans les prochaines éditions de notre ouvrage.“

Il ajoute plus loin:
„Il est à recommander, quand on descend dans un hôtel, de montrer tout de suite à l'hôtelier notre guide, que son hôtel y soit cité ou non, parce que l'hôtelier comprendra quel grave préjudice (!) peut lui porter un blâme public, dans la prochaine édition de notre guide, s'il surfait ses prix ou s'il se rend coupable de négligences envers son client.“

Nous nous permettons de douter qu'une nouvelle édition des Compléments vous jamaïs le jone.

Dans le cours de la préface, M. Schlieben se montre soucieux du bien-être des voyageurs. Il leur donne des conseils pour leurs achats d'articles de voyages. Il paraît qu'il a chargé des commissions spéciales (!) d'examiner très exactement tous les articles de voyages, tels que lunettes d'approche, savons, lampes à encens (pour aérer les chambres d'hôtel qui ne le sont pas suffisamment) parfumerie, eau de Cologne et camisoles. Mais il ne recommande qu'une seule maison et, au détriment de toutes les autres, il la proclame seule capable de fournir les articles cités. Cependant le lecteur sent l'intention et se méfie.

C'était le système du Dr. Heussmaun dans son trop fameux livre: Conseils aux malades et aux bien portants.

Passons à la seconde partie de l'ouvrage, c'est-à-dire, à la liste des hôtels et des prix. Nous voyons avant tout que plusieurs hôtels sont marqués d'un astérisque. La préface donne l'explication suivante:

„Nous recommandons tout spécialement les hôtels marqués d'un astérisque, car nous avons eu personnellement l'occasion de nous assurer des avantages qu'ils offrent ou, nous avons des références de premier ordre.“

Il suffit de jeter un coup d'œil rapide sur la liste, pour se rendre compte, ce que signifient les expériences personnelles et les références de premier ordre.

A côté d'hôtels de très bon renom, sans astérisque, figurent des maisons avec astérisque qui méritent à peine la qualification d'hôtel, entre-autres celle qui offre des chambres à 50 pf.

Hartung assure, que l'on trouve son Complément dans les librairies, il ajoute cependant qu'il l'envoie aux libraires qui en font la demande, pour la remettre gratis aux acheteurs de Baderker, mais, les touristes n'ayant aucune idée de l'existence de cette brochure, ils ne la demanderont pas. Les libraires ont d'ailleurs reçu l'ordre de la maison Baderker, de ne pas s'occuper de la propagation du Complément Hartung.

Si ces lignes pouvaient concourir à faire disparaître du commerce les „Compléments de la Suisse“, leur but serait atteint, mais pour cela, il faut que tous ceux qui ont inséré contre leur gré, refusent de payer.

„Pauvres“ voyageurs.

Sous ce titre, la *Wochenschrift*, organe de la Société internationale des maîtres d'hôtel, publie le récit suivant qui peut servir d'exemple démonstratif des prétentions dont les hôteliers sont l'objet à l'heure actuelle:

„Un membre de l'I. I. G. dans les Pays-Bas nous adresse, à titre d'exemple de la manière dont certains touristes entendent l'art de voyager, la demande qu'il a reçue d'un monsieur de Windsor, en l'accompagnant de cette réflexion: „De nos jours, on voyage beaucoup mais on dépense peu.“

Ce n'est que trop vrai, et la carte postale (avec réponse payée) dont voici la traduction en est une confirmation frappante:

„J'ai l'intention de venir avec ma femme à . . . pour quelques jours, fin septembre ou au commencement d'octobre. Veuillez me faire savoir si vous pouvez donner la chambre avec premier déjeuner, service et éclairage à fr. 1.60 par personne. Si votre réponse par carte ci-jointe est affirmative, je considérerai l'arrangement comme conclu pour le cas où nous toucherions votre ville.“

Pour juger du prix offert, il faut savoir que l'hôtel „onoré“ de cette demande est une maison de premier ordre dans une grande ville:

Voici la réponse faite à ce client enviable et envious: „Je ne saurais accepter votre prix de fr. 1.60 par personne pour appartement avec lumière électrique, service et premier déjeuner, parce qu'il ne me laisse pour ainsi dire aucun bénéfice.“ Vu le manque de place, l'hôtelier n'a pu ajouter que le but poursuivi par un hôtel n'est pas d'exercer la bienfaisance, mais de faire des affaires.

La demande de l'habitant de Windsor est en effet un signe des temps qui ne laisse pas d'être affligeant; malheureusement, ce n'est pas là un cas isolé, car les artistes de ce genre sont déjà fort nombreux. Sans aucune doute, notre homme s'était adressé à plusieurs hôtels, à la fois; peut-être avait-il déjà reçu des offres plus élevées et tentait-il systématiquement de marchander le prix de son séjour. Il n'est pas impossible même que si son offre de fr. 1.60 avait été acceptée, il ne se fût empressé de

s'adresser ailleurs pour obtenir une nouvelle réduction. La seule chose à faire, c'est de refuser carrément des offres de cette nature. L'observation conséquente de ce principe suffira à guérir les „pauvres“ voyageurs de la manie de vouloir considérer les hôtels comme des établissements de bienfaisance.“

Le repos hebdomadaire à Genève.

En vue de l'exécution de la loi adoptée par le Grand Conseil de Genève pour le règlement du repos hebdomadaire du personnel des hôtels, cafés et restaurants, loi qui entre en vigueur le 1^{er} Septembre, les patrons et employés de l'industrie hôtelière ont conclu un arrangement sur les bases suivantes:

Art. 1. Chaque employé a droit durant toute l'année à deux sorties par semaine de trois heures chacune au minimum.

Art. 2. Pendant les mois de morte saison, soit du 1^{er} Octobre au 30 Juin, une des sorties mentionnées à l'article premier sera remplacée tous les 15 jours par un repos de 12 heures ininterrompu commençant entre midi et trois heures, de sorte que l'employé ne reprendra son service que le lendemain matin.

Art. 3. Les employés bénéficiant du repos suivant les art. 1 et 2, qui n'auront pu avoir le repos complet prévu par la loi, ont droit à un congé cumulatif en morte saison et proportionnel aux journées et heures manquantes.

Art. 4. Au cas où pour un motif quelconque un employé ne voudra pas bénéficier de ce congé cumulatif il aura droit à une indemnité des journées non prises et ceci sur la base de son salaire ordinaire, mais il ne lui sera tenu compte ni de son logement, ni de sa nourriture.

Art. 5. Les présentes modifications au texte de la loi n'excluent pas pour les hôteliers la faculté de donner à leurs employés les journées de repos telles que la loi les prévoit.

Cet arrangement, conclu le 6 Août dernier, nous paraît résoudre cette question délicate de la façon la plus heureuse et satisfaisante pour toutes les parties.

Soyez prudents!

La *Wochenschrift* recommande la prudence vis-à-vis d'agences de voyage nouvellement établies, s'appuyant pour cela sur l'expérience suivante faite par un hôtelier de l'Allemagne du Sud:

„Une agence établie à Londres sous la raison „The Travel Bureau“, 29 Cockspar Street, directeur Mr. J. B. Banks, secrétaire Mr. A. Reed, agence qui prescrit à ses voyageurs les heures d'arrivée et de départ et les hôtels où ils doivent descendre, exige des maisons qui entrent en rapports avec elle une commission de 10% et les informe, après réception de la facture,

que le montant en sera couvert par un chèque sur la London & South Western Bank Limited. Le chèque annoncé arrive en effet, mais — la banque ne le paie pas, parce que le tireur ne possède pas de couverture chez elle.

Pour éviter des surprises analogues, aussi désagréables que pénibles, nous ne pouvons que répéter un conseil donné maintes fois déjà: celui de prendre, avant d'entamer des relations avec une agence de voyages, des renseignements exacts sur sa situation, par l'entremise d'un bureau sérieux établi dans la localité même où réside l'agence. Ce qui est encore plus sûr, c'est d'exiger de toute agence inconnue le paiement d'avance d'une somme déterminée. Le commerçant qui sait que prudence est mère de sûreté, ne livrera jamais ses marchandises à crédit à des clients qu'il ne connaît pas; il demande à être payé d'avance ou l'autorisation de prendre la valeur en remboursement.“

Amsterdam a vu également apparaître une nouvelle agence de voyages qui s'est affublée de la raison sociale „Kok & Co.“, dans le but évident de provoquer auprès des hôteliers et du public des confusions avec l'agence bien connue Cook & Sons. Nous ne pouvons donc que répéter: *Prudence!*



Le poisson parleur. Chez nous, nous possédons aussi sans nous en douter un poisson parleur: c'est le Grondin, bien connu des naturalistes à cause de ses sortes de pattes, et des . . . cuisinières qui en font un plat excellent. Lorsqu'il est retiré de l'eau, il fait entendre un bruit plus ou moins fort qui lui a fait donner son nom; ce bruit est certainement produit par le passage du gaz venant de la vessie natatoire que l'animal peut comprimer à sa volonté. „Un savant naturaliste marseillais, dit H.-E. Sauvage avait eu dans le temps, dit-on, l'idée de mettre à profit pour la pêche, cette aptitude des poissons chanteurs et il avait disposé au fond des eaux, en captivité dans des nasses, des grondins mâles destinés à attirer par leur chant les poissons d'un autre sexe qui s'engageaient dans les filets tendus autour ces appeaux marine. La tentative a plus d'une fois réussi; mais, comme il faut beaucoup de patience, ce genre de pêche ne séduit en définitive qu'un petit nombre d'amateurs.“

Plusieurs autres poissons sont susceptibles de chanter, mais on n'est pas toujours bien fixé sur leur identité. La Dorée, ou poisson de St-Pierre, manifeste sa présence dans les flaques d'eau, à marée basse, par une sorte de gloussement qui lui a fait donner le nom de poule d'eau. Un Baliste grince des sous plaintifs et mélancoliques comme le cri d'une roue de voiture. Un Crispinome imite à s'y méprendre le chant du canard. Il n'est pas jusqu'au thon qui ne soit, paraît-il, susceptible de mettre la tête hors de l'eau pour chanter d'une voix rappelant assez bien celle d'un enfant qui pleure.

An die tit. Inserenten! Gesuche um redaktionelle Besprechung werden nicht berücksichtigt. Reklamen unter dem Redaktionsstrich finden keine Aufnahme. Ein bestimmter Platz wird nur auf längere Dauer und gegen 10 bis 25% Zuschlag reserviert. Komplizierter Satz wird extra berechnet.

Plüsch u. Samte 90 Cts.

bis Nr. 56.80 p. 3Ret. — **feld. Mantelplüsch:** — toute fois bas bleuets en léopard, meuble et faiturier, „Seidenberg-Seide“ u. 95 Cts. bis 3Ret. — glatt, gestreift, farciert, gemischt, Damaste etc.
Seiden-Damaste u. Fr. 1.30 — Fr. 25. — Ball-Seide u. 95 Cts. — Fr. 25.
Seiden-Bastkleider p. Robe „ „ 16.80 — „ 85. — Braut-Seide „ 95 „ „ 25.
Foulard-Seide bedruckt „ 95 Cts. — „ 5.80 Blousen-Seide „ 95 „ „ 25.
p. 3Ret. p. 3Ret.
Crêpes de Chine, Seid. Voiles, Messaline, Velours Chiffon in reichster Auswahl. Muster umgehend.
G. Henneberg, Seiden-Fabrikant, Zürich.

Comestibles
GEBR. CLAR, BASEL
Filiale in St. Moritz
186

Hôtel à remettre à Genève.
Pour cause de départ, à remettre un bon petit hôtel avec café, billard, 15 chambres meublées. — Reprise 19,000 fr., moitié comptant. Occasion exceptionnelle. — 1918
S'adr. à M. C. Huguenin, rue de Berne 26, à Genève.

Buchhaltung: Neu-Einrichtungen, Ordnen, sowie Bücher-Abschlüsse besorgt zuverlässig und rasch H. Weber, Buchh. Webergasse 61, Zürich. 1926

Zu verkaufen
eine **Kartoffelschäl-Maschine**, so gut wie neu, ist wegen Anschaffung einer solchen mit Motorbetrieb **billig** abzugeben. Offerten an die Exped. unter Chiffre **H 1922 R.**

Zu verkaufen
aus Gesundheitsrücksichten ein gut eingerichtetes
HOTEL
(40 Betten) mit Clientel, in einem aufblühenden Lungkurort I. Ranges. Sommer- und Winterbetrieb. Zum Hotel gehört ein grosses Garten-Grundstück und könnte nach Belieben für Sanatorium eingerichtet werden.
Offerten unter Chiffre H. 1795 R. befördert die Expd. d. Blts.

Um kleineren Betrieben die Anschaffung unserer Maschine zu erleichtern, offerieren wir
**== eine neue ==
Geschirr-Spülmaschine**
in gleicher Güte wie unsere bisherige Modell C, jedoch zu dem billigen Preise von
Rm. 1275
incl. Electromotor, Körben etc. etc.
Spült, trocknet, wärmt bis
3000 Geschirre
in einer Stunde ohne Porzellanbruch und Trockentücher.
Ueber 150 Anlagen ausgeführt. 176
Prima Referenzen. — Prospekte gratis und franko.

STEINMETZ & Co., Köln a. Rh.
On demande à louer ou à acheter dans le midi de la France ou en Italie

Petit Hôtel 1^{er} Ordre.
Ecrire sous chiffre **H 1919 R** au bureau du journal.

Seidenpapier-Servietten
neueste Dessins in allen Preislagen von Fr. 5.- bis 14.- per mille
Muster-Kollektion gratis und franko.
Schweizer Verlags-Druckerei
Basel, Steinenbachgasse 40, Telefon 2511.
Bel Abnahme mehrerer Tausend Rabatt.

Zu verkaufen ein Hotel II. Ranges
mit ca. 50 Betten und stark frequentiertem Restaurant in aller-nächster Nähe des Hauptbahnhofes einer grossen schweizerischen Kantonshauptstadt mit bedeutendem Fremdenverkehr.
Gefl. Offerten von seriösen Selbsttreffekantanten unter Chiffre **A 2000** an die Expedition ds. Bl.

Ueberfüllt
sind seit Wochen die Hotels in St. Moritz. Hunderte werden täglich angewiesen, Hunderte finden erst nach längerem Suchen in Privathäusern Unterkunft.
Günstigste Gelegenheit
für einen Hotelbau auf Terrain von 1500 qm in denkbar bester Lage, für Winter- und Sommerbetrieb, an der Badstrasse (elektr. Strass einbahn), windstill, direkt am Wald, Blick auf den See, tollerloser Baugrund, Wasserleitung, Umstände halber zu verkaufen per qm Fr. 40. (Dieser Preis wurde schon im Bad für Sommerparzellen bezahlt.)
Reflektauten unter Chiffre OF7156 an **Orellfüssli-Annoncen, Zürich.**

An gut frequentiertem **Fremdenkurort** wird von tüchtigen und sprachkundigen Fachleuten

kleineres Hotel-Pension
oder **Restaurant ersten Ranges** zu pachten eventuell zu kaufen gesucht.
Gefl. Offerten unter Chiffre **H 1920 R** an die Exp. d. Bl.

A louer ou à vendre
desuite pour cause de santé un **Hôtel-Pension** à **Montreux**, 35 lits, le tout en excellent état, bonne et ancienne réputation clientèle assurée, travaille toute l'année.
S'adresser à l'„**Hôtel-Revue**“ sous chiffres **H 1924 R.**

