

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels

Band: 15 (1906)

Heft: 41

Anhang: Beilage zu No. 41 der Schweizer Hotel-Revue = Supplément au no. 41 de la Revue Suisse des Hôtels

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 17.11.2024

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

Schweizer Hotel-Revue.

Revue Suisse des Hôtels.

Ecole professionnelle à Cour-Lausanne

Liste de tirage des 150 déléguations

5	133	264	403	590	813	958	1105
9	148	281	416	594	832	963	1118
10	151	283	426	608	833	969	1129
17	154	287	429	619	853	977	1131
21	156	299	438	623	860	980	1145
22	162	305	443	638	863	986	1159
26	169	307	450	644	869	995	1163
41	174	313	451	659	880	997	1168
59	179	315	462	662	886	999	1172
68	187	338	469	667	892	1012	1176
73	190	343	476	669	897	1015	1179
77	203	345	481	675	908	1020	1186
88	213	359	489	677	912	1037	1188
94	216	360	509	699	923	1042	1192
95	218	368	512	705	931	1050	1195
108	224	374	546	714	939	1072	1198
111	229	383	558	751	940	1075	1200
115	230	388	568	758	953	1096	
116	258	395	569	788	955	1103	

Fachliche Fortbildungsschule in Cour-Lausanne

Ziehungsliste

der für 1905 ausgelosten
150 Anteilscheine,
zahlbar bei der
Kantonalbank in Lausanne
gegen Einsendung der
quittierten Anteilscheine.

An die tit. Mitglieder

und Abonnement, die jeweiligen den Winter über ihren Wohnort wechseln, richten wir hiermit die höfliche Bitte, uns rechtzeitig ihre Abreise anzuzeigen, damit die Änderungen in der Expedition des Vereinsorgans vorgenommen werden können und der regelmäßige Erhalt desselben keinen Unterbruch erleidet.

Die Expedition.

MM. les Sociétaires

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

L'Administration.

La réclame des hôtels.

Par H. Behrmann. (Suite).

(Reproduction interdite.)

III. Affiches et placards.

Si dans les annonces d'hôtels, l'illustration ne joue qu'un rôle restreint, son rôle est extrêmement important dans le placard et dans l'affiche. L'affiche n'est en somme qu'une image et le placard ne fait de l'effet que parce que les caractères du texte sont pittoresques.

La réclame par affiches dans des locaux publics est si chère, non seulement l'affiche en elle-même, mais aussi la location de la place pour l'affiche, qu'il n'y a qu'un petit nombre d'hôtels grand genre, qui peuvent user de ce moyen coûteux, mais efficace. Il faut faire la réclame par affiche en grand, si l'on ne veut pas dépenser de grandes sommes en vain.

Cependant l'affiche n'aura jamais pour l'hôtel l'importance qu'elle a pour certaines marchandises, pour les expositions et les stations climatiques. Le plus grand avantage de cette réclame est le fait qu'elle atteint le grand public, mais cet avantage perd de sa valeur quand le nombre de ceux à qui s'adresse l'affiche est restreint. Sur mille personnes qui voient une affiche à Zurich, il y en a, (je l'espère du moins) 500 qui se nettoient les dents et qui pourront se servir d'Odol, une cinquantaine fait de temps en temps un gâteau et s'intéressera à la poudre à gâteau. Mais, sur 10,000 personnes, il n'y en aura peut-être pas cinq, sur le point de partir pour Lugano et prêts à prendre note de l'Hôtel des Eaux bleues. Les affiches ont naturellement plus de succès dans les centres d'étrangers proprement dits, quoique relativement un nombre, on atteigne un plus grand public dans les grandes villes.

Cependant, nous ne voulons pas dire par là que les hôtels peuvent se passer de la réclame par les affiches. Le nombre de personnes qui voient une affiche dans un endroit fréquenté est très grand, et le succès de l'affiche dépend avant tout de cela. Même la durée si courte de l'affiche, ne porte pas atteinte à cet avantage; une image qui frappe se grave dans la mémoire et fait son effet même quand l'original a disparu.

L'affiche doit frapper l'œil avant tout. L'affiche d'hôtel doit avoir les mêmes qualités qu'une bonne affiche en général, mais on ne peut nier qu'une vue d'hôtel est un sujet intéressant pour l'artiste, il lui sera plus facile d'obtenir l'effet voulu par des figures. Il est donc tout indiqué de recourir aux sujets allégoriques

stylisés, ou pris au figuré. Les figures sont alors, il est vrai, la chose principale, la vue n'est plus qu'un paysage secondaire, et cependant l'affiche fera beaucoup d'effet et sera une bonne réclame. Il y a des cas où l'on peut même renoncer à la vue de l'hôtel comme dans l'affiche de „Shepherd's Hotel“ au Caire, où l'artiste s'est contenté de la silhouette d'un chamelier. Une vue sur les Alpes, telles qu'elles se présentent depuis la terrasse de l'hôtel, un touriste bien équipé, un portier imposant peut-être, peuvent être des sujets à grand effet. Les scènes de sport ont été si souvent reproduites pour la réclame des stations d'hiver et d'été, où il se fait du sport, que les hôtels ne peuvent plus guère s'en servir.

Si l'on veut en rester à la vue d'hôtel, il faudra qu'elle soit colorée, car une affiche doit être vue de loin. Nous remarquerons ici que ce ne sont pas toujours les couleurs les plus voyantes et les tons les plus criards qui s'imposent à l'œil, mais que souvent sur un mur couvert d'affiches criardes, ce sont justement celles peintes en tons doux et discrets qui feront le plus d'effet, surtout quand le texte est écrit dans des caractères bien accentués. Par contre, l'affiche ne supporte pas les détails. L'hôtelier devrait exiger avant de donner sa commande que l'artiste lui présente un croquis colorié, examiner ce dernier à quelques mètres de distance et en variant l'éclairage. Si ce croquis produit un bon effet, l'affiche ne manquera pas le sien, même si elle n'est pas aussi bien placée qu'on pourrait le désirer.

Si parmi les affiches modernes, l'on en trouve de vraiment artistiques, l'on n'en peut dire autant des placards et affiches destinés à décorer l'intérieur de l'hôtel. Les corridors et les antichambres des hôtels sont souvent ornés de tableaux et d'images qui dénotent d'un manque total de goût artistique, chez celui qui a fait ces affiches, comme chez celui qui les a commandées. On se sent pris de pitié pour le propriétaire qui a dépensé beaucoup d'argent pour faire imprimer son placard sur un beau carton, qui l'a fait entourer d'un large cadre doré et qui a une réclame si peu belle. Pour le même prix, il aurait pu avoir un placard peut-être bon marché et produisant plus d'effet qu'un travail cher.

Le mot bon marché doit être compris „cum grano salis“, car pour le premier croquis, le meilleur est tout juste assez bon, et l'hôtelier devrait avoir recours à un bon artiste, même quand il est obligé de s'adresser à une maison d'arts graphiques. Tout ce que nous avons dit dans nos articles précédents sur les vues d'hôtels, peut se répéter pour les affiches. Nous exhortons avant tout ce que les Allemands nomment la „Stimmung“, c'est-à-dire, l'image doit disposer le spectateur en faveur de ce qu'elle représente, et c'est ce que l'on ne trouve pas dans la plupart des affiches d'hôtels.

L'affiche et le placard placés dans l'intérieur de l'hôtel doivent être un ornement pour les murs qu'ils décorent. Les affiches répondant à cette exigence, auront un grand succès, non-seulement parce qu'elles frapperont agréablement l'œil du voyageur, mais aussi parce que dès qu'elles seront un ornement, les hôteliers s'empresseront de leur assigner une place favorable.

L'on ne peut assez recommander aux hôteliers de tenir compte du goût artistique des voyageurs cultivés, et c'est la base de la majorité, et de ne pas se contenter des collections de modèles rabattus des instituts d'arts graphiques. La réclame des hôtels n'a pas besoin de prendre en considération le goût de la foule qui, dit-on, exige les sujets fades des affiches de farine lactée et de cirage. La réclame d'hôtel doit prendre modèle sur les belles lithographies artistiques qui ont acquis tant de réputation dans le courant de ces dernières années pour la décoration murale des écoles et des maisons particulières, ainsi que les belles reproductions de tableaux en héliogravure où les gravures d'après des photographies de paysages, photographies que les amateurs réussissent souvent si bien.

Voilà donc les moyens techniques que l'on emploiera pour l'affiche d'hôtel, et le prix jouera ici un certain rôle. Il ne peut être question à ce point de vue de l'héliogravure qui est si chère, et encore moins de la gravure. Mais les planches photographiques, le moyen le plus distingué, bon marché, de reproductions de tableaux, produisent des effets analogues et tout à fait suffisants. L'autotypie, avec l'aide de clichés, donne aussi de bons résultats. Les affiches en plusieurs couleurs sont exécutées toujours en chromolithographie, même ce qu'on appelle des photographies en couleur. Celui qui aura goûté les décorations murales artistiques en lithographie, dont nous avons parlé plus haut, ne se contentera pas des produits coloriés d'un goût douteux que tant d'instituts d'arts graphiques offrent à leurs clients.

Il n'est peut-être pas superflu de rappeler que soit dans les affiches destinées à des locaux publics, soit dans celles qui devront servir de décoration murale à l'intérieur, la vue de l'hôtel devra être prise en part et non dans un autre but. Il arrive souvent que par économie, l'on fasse agrandir une vue qui a été prise pour des formulaires, papier à lettre, etc., ce

qui ne donne presque jamais un bon résultat. Il est plus facile de rapetisser le modèle de l'affiche pour les imprimés, les moyens techniques dont on dispose offrent de bons résultats.

Nous ne dirons rien des détails techniques de chaque moyen de reproduction, c'est l'affaire de l'imprimeur. L'hôtelier n'a qu'à exiger que ce dernier tienn compte du genre d'exécution qu'il désire.

(La suite au prochain numéro.)

La Société internationale des Hôteliers

a tenu le 19 septembre, à Cologne, sa 35^{ème} assemblée générale ordinaire. La Suisse n'était représentée que par trois membres. Nous extrayons ce qui suit du compte-rendu des délibérations paru dans la Revue hebdomadaire.

Le président, M. Hoyer a fait allusion dans son discours d'ouverture, à la question des bonnes-mains et il s'est exprimé comme suit à ce sujet:

„Les efforts que nous faisons depuis plusieurs années pour aboutir à une solution de la question des bonnes-mains, n'ont pas donné le résultat désiré. La presse quotidienne continuant à s'occuper de cet objet, et doutant en grande partie de la bonne foi des propriétaires d'hôtels dans cette question, je considère de mon devoir de déclarer ici, que la commission qui avait été nommée en son temps par la Société, a fait tout ce qu'elle a pu, en vue de la suppression de l'habitude des bonnes-mains. Les démarches ont échoué, parce que les employés, même ceux à gages élevés, n'ont pas voulu renoncer à ce supplément de gain, et que d'autre part, le public n'a pas voulu consentir à rémunérer d'une façon extraordinaire, des services extraordinaires. C'est pourquoi nous avions déjà pris, dans notre précédente assemblée générale à Riva, la décision de recommander aux hôtes le paiement d'un supplément de 12% sur les montants au-dessous de 20 Marks, et de 10% pour ceux supérieurs à 20 Marks, supplément que la direction de l'hôtel se chargera volontiers de répartir entre le personnel, cette distribution étant précisément ce que le voyageur désirerait éviter.“

Tant qu'il ne sera pas trouvé de solution à cette question, à laquelle nous continuons à vouer tous nos soins, nous ne pouvons que recommander au public voyageur de suivre notre conseil. Quant à la presse quotidienne, je voudrais la prier de considérer dans cette discussion la question du bon marché, et de constater que l'usage de donner une bonne-main constitue un abus qui a malheureusement pénétré dans toute notre vie sociale, et qui prend toujours plus d'extension, jusque dans les organisations de transport, les tramways, etc., et cela dans des proportions élevées.“

M. le bourgmestre Dr. Hesse, parla entre autres choses, dans son discours de réception, du mouvement des étrangers. La condition essentielle de son développement réside dans le progrès de l'industrie hôtelière; sans perfectionnement, il n'est pas possible de créer de nos jours un mouvement d'étrangers, ni de le conserver. Aussi est-il nécessaire que les industriels hôteliers travaillent de concert avec les municipalités. Tous les efforts qui se font, sous-entendent la coopération de ces dernières. De sorte que si les discussions qui vont avoir lieu, servent en premier lieu les intérêts de la corporation, elles ont également une portée générale, non seulement pour Cologne et les pays du Rhin, mais pour tout pays.

M. Bieger rapporta sur la question des bureaux de placement dans les hôtels et les restaurants, et l'assemblée se rangea à sa proposition, de faire en sorte d'adopter à l'administration de la Société, un bureau d'inscription sur le modèle de celui existant à Cologne, afin de donner aux employés la possibilité de se dégager des griffes des entrepreneurs habituels, et de sortir de la situation intolérable qui oblige des gens qui cherchent du travail à déboursier de l'argent en vue d'obtenir ce travail.

M. Rössler parla de l'Union pour l'assurance contre les accidents, au moyen du groupement de tous ceux qui se rattachent à la branche de l'alimentation.

Sa conclusion fut la suivante: „Nous propriétaires d'hôtels, qui par le fait de notre métier, sommes appelés beaucoup plus que toute autre profession à entrer en rapports d'intimité avec nos collègues, nous trouverons dans l'Union de tous ceux qui se rattachent à l'industrie alimentaire, un nouveau point de contact pour la défense de nos intérêts communs, et cela sera en même temps pour nous une nouvelle éducation sociale. La solidarité encore si négligée, se trouvera fortifiée et développée par l'exemple continu de l'unité et de l'action en commun, et cela pour le plus grand bien de notre corporation.“

M. le président Hoyer est chargé de faire les démarches nécessaires pour aboutir à la réalisation de ce projet.

Il est décidé de subventionner de 500 Couronnes, l'Académie de commerce d'Innsbruck, à laquelle est incorporée l'école spéciale pour hôteliers. En outre, une commission a été nommée, avec mandat de faire adjoindre partout les écoles du métier aux écoles professionnelles officielles.

En ce qui concerne les nouveaux impôts allemands (taxe sur les lettres de voiture originales, élévation de port, taxes sur les billets de chemin de fer, impôt sur les automobiles, etc.), la protestation suivante a été adoptée:

La 35^{ème} assemblée générale de la Société internationale des propriétaires d'hôtels considère les nouveaux impôts allemands sur le trafic comme une lourde et regrettable entrave au développement normal des échanges; l'industrie hôtelière qui ressent le plus vivement les effets de cette politique fiscale réactionnaire et anticommerciale proteste ouvertement et engage vivement toutes les corporations et groupements à agir de façon à obtenir le retrait de ces élévations des frais de circulation et de transport. L'assemblée générale charge la commission de surveillance de rédiger, dans ce but, une brochure spéciale, et de l'envoyer à toutes les Chambres industrielles allemandes, aux Chambres de commerce et aux associations commerciales.

La question des bonnes-mains aux portiers d'hôtels a été tranchée par l'adoption de la résolution suivante:

„La Société internationale des propriétaires d'hôtels, l'Union des voyageurs de commerce, ainsi que l'Union des employés d'hôtel allemands, déclarent ensuite de l'assemblée en commun, tenue à Berlin, le 28 Octobre 1905, qu'il est d'usage constant en Allemagne, dans le service des hôtels, que le sommelier reçoive une gratification spéciale de la part du voyageur, même pour les travaux ordinaires (nettoyage des souliers, brosseage des habits, soins à donner aux bagages à main), et qu'il serait désirable qu'il fut établi, si possible, un tarif proportionné pour ces bonnes-mains. Le service spécial du portier concernant les bagages plus volumineux comme des coffres à échantillons, n'entre pas en ligne de compte, et dépend de l'accord à intervenir entre le voyageur et le portier.“

La commission de surveillance est chargée de faire une démarche auprès de l'administration de l'état, en ce qui concerne les autorisations à accorder aux exploitations de pensions de familles, créées dans un but commercial, et qui doivent être soumises à une patente.

Elle est en outre chargée d'entrer en relations avec l'agence Cook, afin d'obtenir une élévation des prix des coupons de cette agence. Il n'y avait qu'une voix à ce sujet, pour dire que les prix actuels de ces coupons sont trop bas, par suite de l'augmentation générale des produits alimentaires, ainsi que de tous les autres objets de consommation. M. Rössler est nommé membre honoraire de la Société, et M. Hoyer est confirmé comme président.

Un ennemi de la Suisse.

Nos lecteurs ont peut-être encore présent à la mémoire l'article élogieux qu'un ami de la Suisse nous avait adressé, et que nous avons inséré dans le No 36 de la „Revue des Hôtels“. Comme contre-partie, nous donnerons la parole aujourd'hui aux plaintes que débite à ses compatriotes français, un ennemi acrimonieux de notre pays, dans une petite feuille de Lyon: le „Passe-Temps“. En réalité, le terme de plainte est trop dur pour cette élocution, que l'on devrait plutôt désigner sous le nom de vulgaire insulte. Pour permettre à nos lecteurs de langue allemande d'en juger, nous nous sommes donnés la peine de traduire cet article en allemand dans notre précédent numéro; en voici le texte original. M. Pierre Bataille, c'est ainsi que se désigne l'auteur, écrit ce qui suit sur notre Suisse et ses hôtels:

Les hôteliers suisses — dans un meeting tenu à Olten — se sont occupés de la question du pourboire.

Comme vous le pensez bien, dès lors que ces messieurs consentaient à s'occuper de cette grave question, c'était pour la résoudre au mieux de leurs intérêts.

Ils ont fixé le pourboire à dix pour cent de la dépense totale faite à l'hôtel.

Au premier abord, cette décision n'a l'air de rien; mais à la réflexion, on s'aperçoit qu'elle est grosse de conséquences: elle transforme tout simplement en impôt forcé une redevance considérée jusqu'ici comme volontaire et facultative.

Et que vous soyez satisfait ou non du service, il vous faudra désormais en passer par là: vous n'aurez plus à rechercher dans l'armée des domestiques celui qui se sera montré le plus digne de votre générosité: c'est le patron qui encaissera.

Si peu que nous soyons allés — nous autres Français — villégiaturer chez nos voisins immédiats, nous en avons rapporté cette impression, plutôt fâcheuse, que les hôteliers suisses étaient passés maîtres dans l'art d'„écoucher“ le voyageur.

C'est même à peu de chose près — et nos porte-monnaies sont là pour en témoigner — tout ce que nous en avons rapporté.

La libre Helvétie — ainsi dénommée, sans doute, parce que les contraventions et les amendes vous y guettent à tous les tournants des routes — vit presque exclusivement de l'étranger qui, chaque année, apporte environ 120 millions de francs à ses hôteliers et 100 autres millions dépensés en voyages, excursions, locations de guides, de mulets, de voitures, frais de médecins, plaisirs, cadeaux, etc., etc.

En échange d'un apport aussi considérable, l'étranger aurait droit — ce me semble — à quelques ménagements.

Va-t-en voir s'ils viennent, Jean! En fait de ménagements, les intéressés s'étudient surtout à le tondre toujours d'un peu plus près.

Et, ce qu'il y a de surprenant, c'est que, par un atavisme inexplicable, l'étranger revient périodiquement se soumettre à la même opération, si douloureuse soit-elle; persistant à croire encore — en dépit des preuves contraires — à la bonhomie suisse, à la cordialité suisse.

Cet ensemble de qualités constitue une morale en action déjà bien loin de nous, en supposant qu'elle ait jamais existé autre part que dans les fameux *Voyages en Zigzag* de Toepfler.

Un voilà un enjôleur à qui les Suisses doivent une fière chandelle pour le zèle qu'il a mis à présenter à notre enfance, les paysages et les chalets idylliques de leur pays, comme autant de sanctuaires ouverts à la vie patriarcale.

La vie patriarcale en Suisse, quelle fiction! Allez donc la chercher dans ces immenses caravansérails construits au bord des lacs ou au sommet des montagnes, véritables casernes où chaque touriste est immatriculé sous un numéro d'ordre qui empêche de la confondre avec celui de la cellule d'à-côté.

Le numéro! Voilà le premier mot de l'hospitalité suisse: la carte à payer en est le dernier.

Les deux études de MM. Georges Michel et Louis Farges, publiées, la première dans *l'Economiste Français*, la seconde dans *la Revue des Deux Mondes* donnent des renseignements très suggestifs sur les hôtels de la Suisse.

Ces hôtels, actuellement au nombre de 1896 et disposant de 154.000 lits, reçoivent, chaque année, de 300 à 400.000 voyageurs. 28.000 employés touchent près de 20 millions de salaires.

Enfin, l'industrie hôtelière — ne trouvons pas qu'en la circonstance, le mot «industrie» revêt une forme particulièrement menaçante — rapporte bon an, mal an, environ 30 millions de bénéfices!

C'est ce qu'appelle tirer un bon parti des émanations balsamiques des sapins, de l'eau des torrents et de la neige des glaciers.

Des glaciers, des torrents, des sapins, nous en avons aussi dans notre pays de France que Shakespeare appelait «le jardin merveilleux de l'Univers» nos Alpes, nos Pyrénées, nos Cévennes nous offrent des beautés naturelles, des sites incomparables que nous ignorons ou feignons d'ignorer pour aller bêtement porter notre argent en Suisse et nous empler — éternels moutons de Panurge — dans les Schweizerhof.

Notre excuse — il faut bien en forger une — c'est que nous ne trouvons pas dans nos hôtels tout le confort désirable. En beaucoup d'endroits, nous sommes encore réduits, il est vrai, à demander le gîte à des auberges aménagées il y a cinquante ans, et quand nous nous plaignons, nos compatriotes vexés dans leur amour propre, chatouillés quand même, savent fort bien nous répondre:

— Les Suisses ont trouvé six cents millions pour bâtir leurs hôtels, nous ne trouvons pas un sou pour transformer les nôtres!

La Suisse a des écoles où l'on enseigne tout ce qui a rapport à la profession d'hôtelier: les langues étrangères, la bonne tenue, la manière de porter l'habit noir, de tenir la serviette sous le bras, de servir avec empressement et bonne grâce.

J'ai comme une vague idée qu'on doit aussi enseigner dans ces écoles, une arithmétique spéciale dont les subtiles combinaisons permettent de «saler» les notes et arrivent à démontrer — clair comme le jour — que deux et deux font cinq, quand elles ne permettent pas d'ajouter le numéro de la chambre avec le prix des repas.

Si elle n'est pas vraie, elle est certainement vraisemblable, l'aventure du voyageur qui, relevant une erreur de dix francs dans l'addition de sa note, s'entendit répondre par l'hôtelier:

— C'est vrai... mais alors ces dix francs là, il faut donc que ce soit moi qui les perde? Passé à l'état d'institution, le dix pour cent de pourboire figurera maintenant en bonne place sur la note que le comptable de l'hôtel vous remettra en esquissant son plus gracieux sourire, un sourire de commande qui pourrait être taxé, lui aussi, entre le prix de l'omnibus qui vous a amené et l'avalanche que vous n'avez pas vue, mais dont vous avez cru entendre le bruit simulé, au besoin, par un fort roulement de tambour.

Et, puis, il arrivera ceci, c'est que les voyageurs oublieux de la taxe obligatoire mise sur leur muéficence continueront — comme par le passé — à rétribuer directement les bons offices de la dome-ticité.

L'impôt du pourboire décrété par les hôteliers suisses sera — par le fait — un impôt par superposition!

C'est ainsi que parle le collaborateur du «*Passé-Temps*» à Lyon. Une véritable soupe à la bataille! n'est-il pas vrai? M. Bataille ne se figure certainement pas lui-même la soupe qu'il nous sert toute chaude va être avalée telle quelle, en Suisse; aussi voulons-nous un peu la refroidir.

L'article du «*Passé-Temps*» part d'une supposition complètement erronée qui lui permet d'échafauder ses réminiscences, et peut laisser croire qu'elles sont fondées — cette manière de faire est fatigante pour le lecteur qui est au courant de la question, mais peut induire en erreur celui qui n'est pas renseigné — dans l'un et l'autre cas elle n'est pas en faveur de l'auteur. Il est en effet absolument faux de dire que les hôteliers suisses ont décidé dans une assemblée tenue à Otten, de fixer une bonne-main du 10% du montant de la facture de l'hôtel. Il n'y a pas eu d'assemblée semblable, et par conséquent il n'a pas pu y être pris de semblable détermination. M. Bataille est donc, ou mal informé, ou bien sa plume avide de sensationnel, a inventé de toutes pièces l'assemblée et la décision qui y aurait été prise — c'est très édifiant dans les deux cas. — Celui, en effet, qui veut par la voie de la presse, faire part au monde de quelque chose de nouveau, soit comme renseignement, soit dans le but de faire connaître ses propres idées, doit pouvoir s'appuyer sur des preuves. Il est insuffisant de faire de la fantaisie. Toutefois, si le fonds sur lequel M. Bataille construit est sans consistance et peu solide, ses autres attaques désobligeantes à l'égard de l'industrie hôtelière suisse n'en subsistent pas moins — c'est pourquoi nous voulons malgré nous continuer à nous occuper un peu de lui.

Il reproche, sans aucune fleur de rhétorique, aux hôteliers suisses de viser en général à dépouiller les touristes, ce en quoi ils sont passés maîtres, comme il en a fait l'expérience lui-même. Qu'il y ait des cas où les voyageurs soient surfaits, nous ne voulons pas le constater, mais ces cas sont certainement proportionnellement très rares, et ne se présentent pas dans les hôtels dirigés d'après la vraie manière suisse. Il n'y a pas de règle sans exception! Si M. Bataille a vraiment été la victime d'une semblable exception dans l'industrie hôtelière — et il n'apporte pour cela aucune preuve à l'appui — nous le plaignons, mais nous ne lui accordons en aucune façon, le droit d'affirmer en généralisant, que les hôteliers suisses cherchent tous, sans exception, à «carotter» leurs clients.

Ce sont là plus que des insultes, c'est de la calomnie à l'adresse d'une honorable corporation, qui jouit d'une excellente réputation dans le monde entier. Nous pouvons nous référer à ce propos, en toute équité, au jugement porté par l'ami de la Suisse auquel nous avons donné la parole dans le No 36 de notre journal. Précisément, tout ce que M. Bataille reproche aux hôteliers suisses, est indiqué d'une façon expresse et non équivoque, comme ne se présentant jamais.

Devons-nous considérer comme une circonstance atténuante, le fait qui nous semble ressortir de certains passages de la correspondance de M. Bataille, que nous avons à faire ici à un automobiliste mis à l'amende en Suisse?

C'est assez probable, cependant cela n'est pas un motif pour se moquer de la «libre Suisse» comme le ferait un petit jeune homme qui n'a aucune compréhension du passé historique et de la tâche présente de notre pays. Il est plaisant de voir ce moraliste français reprocher à la Suisse de savoir utiliser ses sapins, ses chutes d'eau et ses cimes neigeuses. La haine est mauvaise conseillère, mais là où l'intelligence pour le réel manque, elle trouve facilement un aliment. Cela nous rappelle le reproche adressé dernièrement aux Anglais, par la «Nouvelle Gazette de Zurich», de ne pouvoir ôter de leur esprit que la Suisse est quelque chose de plus que l'emplacement des jeux — *playground* — de l'Europe, que la Suisse a une rude lutte à soutenir pour pouvoir, à l'aide de l'industrie, nourrir sa population et lui rendre la vie supportable, et qu'elle doit dans ce but utiliser tous les moyens naturels dont elle dispose. Il paraît que le sentiment exact à cet égard fait défaut non seulement en Angleterre, mais aussi chez des Français du calibre de M. Bataille.

La remarque malicieuse faite plus loin par M. Bataille qu'il n'y a plus en Suisse de vie patriarcale, que celle-ci n'est qu'une fiction, de même que les vertus qui l'accompagnent, repose également sur un manque d'intelligence et de connaissances. On voit par des affirmations faites aussi à la légère, que l'écrivain n'a pas jeté le moindre coup d'œil dans les vallées latérales des montagnes de la Suisse, et qu'il ne connaît pas la vie encore plus que patriarcale de ses habitants, et qu'il n'a pas non plus la moindre idée de l'existence d'une littérature poétique toute récente qui se rattache à ces régions (Ernst Zahn, etc.). Sans doute, plus la civilisation se développe dans certaines vallées retirées, plus la vie patriarcale tend naturellement à y disparaître, mais les habitants d'autant plus d'aisance en général. D'autre part, il est certain que les exigences croissantes des touristes contribuent tout autant à cette marche en avant de la culture générale, que ne le fait l'esprit d'initiative des Suisses, et les intérêts matériels des habitants de la Suisse. Tout cela se tient. Celui qui marche dans la vie les yeux ouverts, sans préjugés et sans malveillance, perçoit bien les changements et les pénétrations réciproques qui se produisent, mais au lieu de critiques et de blâme, il apprécie ces transformations et s'en réjouit.

Le combatif M. Bataille nous donne encore une preuve de la faiblesse de son argumentation en ce qu'il qualifie presque de menteur un écrivain qui a décrit des voyages en Suisse et qui vivait dans la première moitié du siècle dernier, le professeur genevois Rodolphe Toepfler (1799—1846), et cela pour avoir tracé il y a plus de 50 ans (1813—1853) dans ses «*Voyages en Zig-Zag*» un tableau idyllique de certaines contrées de la Suisse et de la vie patriarcale de ses habitants. Pour M. Bataille, le temps qui s'est écoulé depuis lors, non plus que les modifications dans la vie intérieure et extérieure de nos montagnes, ne sont à prendre en considération. Un écrivain célèbre est traité par lui de fade babillard, parce que les circonstances qu'il a décrites il y a un demi-siècle ne sont plus les mêmes. Cela frise la dérision!

La caricature grotesque que M. Bataille fait de l'hospitalité aimable qu'on trouve en Suisse et qui est connue dans le monde entier, nous laisse froid. M. Bataille semble avoir horreur des chiffres, et aurait préféré à ce qu'il semble, vivre gratuitement en Suisse, plutôt que de payer sa note d'hôtel. Les milliers d'autres jugements portés par des touristes, ont plus de poids que l'opinion de M. Bataille.

Notre antagoniste pense porter un grand coup avec son idée sublime qu'il taxe lui-même de vague, que dans les écoles d'hôteliers on doit enseigner une arithmétique spéciale, par laquelle les élèves s'habituent à tromper les clients, en calculant toujours plus qu'il ne faut. Si nous ne considérons pas cette idée sublime, que nous trouvons plus que vague, comme une pointe humoristique, que nous croyons malgré tout avoir découverte chez M. Bataille, nous devrions la prendre pour une insulte, et comme un soufflet appliqué en pleine figure de ceux qui ont fondé ces écoles et qui les dirigent. Mais nous attribuerons tout simplement à la disposition de M. Bataille pour la plaisanterie, sa petite anecdote facile des 10 francs d'erreur d'addition sur une note d'hôtel, et nous sommes charmés de voir que les fâcheuses expériences faites dans l'antipatriarcale Suisse nimbrotée, n'ont pas échauffé à ce point la bile de M. Bataille, qu'elles le privent de toute pointe d'humour.

Nous apprécions à sa juste valeur la déclaration pathétique qu'aussi bien que la Suisse, la France possède également ses Alpes et ses beautés naturelles. Toutefois les compatriotes de M. Bataille seront peu enchantés sans doute du compliment qui leur est fait de ne pas connaître ou de négliger les avantages de leur propre pays, et en outre par pure habitude, de se laisser de temps en temps tondre par les hôteliers suisses, malgré le mal que cela fait à leur bourse. Le reproche est encore plus piquant, en ce que les Français sont ensuite comparés aux moutons de Panurge, un des personnages de l'écrivain français Rabelais, représentant un fripon raffiné, qui se moque agréablement de ses semblables. Indirectement, on veut ici qualifier les hôteliers suisses de Panurges; toutefois comme ce type dans le cas particulier est emprunté à la fantaisie du poète et non pas à la vie réelle, nous pardonnerons à M. Bataille sa comparaison de tondreur, et si d'autre part nous nous en serons satisfaits.

Enfin, nous exprimerons notre vif regret de ce que M. Bataille ait à se plaindre de l'état arriéré dans lequel se trouve l'industrie hôtelière française, et de ce que le capital français ne se mette pas à la disposition du développement et des progrès de l'hôtellerie, si bien que les Français ne peuvent pas rivaliser sur ce terrain avec les Suisses, lesquels trouvent suffisamment d'argent pour des créations d'hôtels. C'est fâcheux en effet! Peut-être le capital français serait-il mieux placé sur des hôtels modernes, qu'en Russie, sur les fonds du colosse aux pieds d'argile. Il y aurait peut-être plus que 10% de bonne-main à gagner à cet échange. Nous engageons M. Bataille à se mettre en campagne dans ce sens, dans l'intérêt de son pays.

* * *

Post-scriptum. — Nous ne pouvons nous empêcher, à cette occasion, de publier encore un document qui vient de nous tomber sous les yeux, et qui prouve que tous les touristes français qui viennent chercher la fraîcheur en Suisse, sont loin d'avoir l'opinion désavantageuse de M. Bataille. M. M. F. P. de Paris écrit la belle lettre suivante au «*Journal de Genève*»:

«Naguère vous releviez les paroles aussi déplaisantes qu'injustes d'un Portugais pour la Suisse; hier un Allemand vous adressait directement une lourde critique des hôtels de votre pays, souffrez qu'aujourd'hui un Français, à leur contraire, vous marque une reconnaissance qui est la plus sincère du monde. Il y a plus de trente ans que, chaque été, je viens demander à vos montagnes force et repos, et je ne les quitte jamais sans admirer les merveilleuses dépenses d'intelligence et d'énergie faites pour les rendre hospitalières. Quelle surprise de trouver à l'extrémité d'une vallée alpestre un hôtel où la simplicité s'unit au confort! Et je m'étonne toujours en pensant aux difficultés à vaincre pour avoir, si loin des villes, table mise et bien mise. Quelle injustice que de se plaindre d'un poisson de mer à une altitude de 1500 mètres! Il s'agit bien de cette chose là en vérité, quand, au lieu de regarder au plat, on contemple sans cesse la cime altière dominant la noire forêt. Mais, à moins d'être les plus ingrats des hommes, nous devons rendre grâce à l'hôtelier suisse qui a si bien compris que nulle industrie n'égalerait en intérêt celle qui consiste à recevoir l'étranger de manière si aimable que revient lui paraît une

nécessité, et la plus agréable des nécessités. Telles étaient mes réflexions ces dernières semaines, et, puisque l'occasion heureuse m'est offerte, laissez-moi les faire connaître dans votre journal dont je suis le fidèle lecteur.»

Que peut bien penser M. Bataille de ce jugement d'un de ses compatriotes?

Coupons Cook.

En complément du compte-rendu figurant dans l'article de notre numéro d'aujourd'hui intitulé: La Société internationale des hôteliers, nous extrayons encore ce qui suit des délibérations de l'assemblée générale du 19 septembre, d'après la Revue hebdomadaire: En ce qui concerne les coupons Cook il est déclaré de tous côtés que leurs prix ne correspondent plus à la situation actuelle. Il est vrai que l'agence Cook ne stipule pas de prix d'avance, de sorte que ceux-ci sont peut-être acceptables pour certains hôtels; Cook accorde aussi des augmentations sur le prix des chambres suivant le moment de la saison, cependant les anciens tarifs pour les repas sont encore trop bas, et d'une façon générale, les rapports avec l'agence Cook ont donné lieu à des prix qui ne sont plus rémunérateurs aujourd'hui. Ensuite il y a dans les coupons Cook des clauses qui obligent bien l'hôtelier, mais non le voyageur; cependant tout contrat doit être valable pour les deux parties contractantes, de sorte qu'il faut engager Cook à modifier ce point qui présente un gros inconvénient dans ses coupons. L'assemblée se déclare d'accord avec la proposition d'établir pour les coupons de Ire classe le prix de fr. 15.—, et pour ceux de IIe classe celui de fr. 12.50, et il charge le président de s'entendre à ce sujet avec Cook et de chercher à décider les autres sociétés de propriétaires d'hôtels à se mettre d'accord avec Cook sur la même base, de façon que cette question importante et urgente puisse recevoir une solution uniforme.

Epidemien, Fremdenverkehr und Presse.

Der Verband schweizerischer Verkehrsvereine beschloss an seiner Versammlung vom 16. Juni abhin in Engelberg, der am 7. und 8. Juli ebenfalls in Engelberg stattfindenden Tagung des schweizerischen Pressvereins folgende Wünsche zu unterbreiten: Nach die Presse beim Eingange alarmierender Nachrichten über Epidemien (Genickstarre, Pocken usw.) womöglich genaue Erkundigungen an zuständiger Stelle einholen soll, bevor die Publikation erfolgt, dass dann diese Veröffentlichung nicht in einer allzu auffälligen Form (wie Sperrdruck usw.) geschehen und auch quantitativ möglichst beschränkt werden möge.

Diese Anregung fand die Zustimmung der letztgenannten Versammlung. Es wurde dabei ausdrücklich betont, dass solche Nachrichten vor der Publikation auf ihre Richtigkeit geprüft werden sollen, besonders auch mit Rücksicht darauf, dass laut gemachten Erfahrungen derartige Nachrichten auch so noch ausländische Blätter veranlassen, sie tendenzlos wiederzugeben, um den Fremdenverkehr zugunsten ihrer Landesgegend von der Schweiz abzulenken.

Man sollte nun meinen, dass solche Praxis schon der Publikation im allgemeinen Interesse sei. So wurde damals der Beschluss sowohl des Verkehrsverbandes wie des Pressvereins ausgelegt und aufgefasst. Widerspruch dagegen wurde weder an den Versammlungen selbst noch in der Berichterstattung der Tagespresse darüber laut. Erst jetzt, fast ein Vierteljahr nachher, erstet ein Moralprediger, der in der «N.Z.Z.» vom 22. September*) diesen Beschluss als mit der Ehrlichkeit der Presse in Widerspruch stehend und daher gefährlich darstellt.

Der Verfasser des Artikels rennt offene Türen ein. Er scheint ganz übersehen zu haben, dass der Beschluss keineswegs darauf abzielt, die Existenz allfälliger Epidemien an Fremdenzentren zu vertuschen, zu verhheimlichen, zu verschweigen, sondern einfach darauf, die Publikation darüber möglichst ohne Alarm, möglichst schonend, korrekt und kurz zu gestalten. Und das sollte mit der Ehrlichkeit, die die Presse dem Publikum schuldig ist, nicht übereinstimmen? Ein richtiger Redaktor und Journalist wird sich doch in Berichterstattungen nicht auf Sensationsmacherei verlegen wollen! Leider gibt es solche Reporter, die es darauf abgesehen haben, aber das sind eben solche, die ihre Aufgabe nicht richtig erfasst haben und ihr darum nicht richtig dienen. Um so berechtigter ist der Wink an die Redaktionen zur genaueren Prüfung alarmierender Nachrichten. Hält der Verfasser des Artikels der «N.Z.Z.» es etwa für ehrlich, wenn einschlägige Kundgebungen, statt kurz und korrekt, durch unkontrollierbare Alarmnachrichten sensationell aufgeschaukelt werden und auf Stelzen einerschreiben? Doch wohl nicht, wie aus andern Stellen seines Artikels hervorgeht. Aber die wohlwollende Belehrung, die er, als eine Art Vormund der Presse sich vorstellend, für die Gestaltung der Publikationen gibt, darf die Tages- und Fachpresse, die sich ihrer Aufgabe und der der Öffentlichkeit schuldigen Ehrlichkeit voll bewusst ist, dankend ablehnen. Diese Bevormundung kommt viel zu spät, wie gerade der Beschluss des Pressvereins und die ihm vorausgegangene Diskussion beweisen. Der Korrespondent der «N.Z.Z.» sagt zwar, es sei zu einer prinzipiellen Diskussion nicht gekommen. Uns scheint, es enthalte wenigstens

*) Diese unsere Entgegnung wurde noch im September geschrieben, musste aber seither veroben werden. Redaktion.

der Beschluss ein sehr berechtigtes Prinzip, das die Interessen der Allgemeinheit berücksichtigt und schon. Das genügt!

Anderer Meinung scheint der Einsender des Zürcher Blattes zu sein. Er behauptet nämlich ganz unverblümt und versucht es an Hand von Beispielen aus dem Leben darzutun, dass die Tagespresse „beschönigende und vertuschende Lügen“ bringe, weil die Wahrheit den Geld ins Land bringenden Fremden unangenehm sein könnte, und in diesem Falle die Presse einseitig nur gewissen Interessenten. Von einer Clique aber dürfe sie sich nicht knebeln lassen!

Aha! Jetzt merkt man, wo der Presse-Vormund hinwinkt! Im Interessenten des Fremdenverkehrs will er eines versetzen! Das geht deutlich aus folgenden, mit dem Pathos der heiligsten Entrüstung betonten Sätzen hervor: „In letzter Zeit macht sich, Hand in Hand mit dem wachsenden Aufschwung des Fremdenverkehrs, eine Strömung fühlbar, die die freie Meinungsäußerung der Presse aus selbststichtigen Geschäftsgründen unterbinden möchte. Die Tyrannei dieser Interessenkreise ist mindestens ebenso schlimm, als die der Zensur in andern Staaten.“

Nun wisst Ihr es, Ihr Hoteliers, Ihr Verkehrsvereine und Verkehrsanstalten, Ihr Dampf-schiff- und Eisenbahnbehörden, Ihr Alle, die Ihr bemüht seid, durch Hebung des Fremdenverkehrs neuen Wohlstand ins Land zu bringen — Claqueurs seid Ihr, die die Presse aus selbststichtigen Geschäftsinteressen knebeln und ihre freie Meinungsäußerung unterbinden möchten! Eure Lösung ist die Tyrannei, und die ist nicht besser als die Zensur!

Uns wundert nur, dass bis jetzt aus interessierten Kreisen keine Reaktion auf diese gar nicht feinen Anzapfungen Tagespresse nicht! Wenigstens ist uns nichts dergleichen zu Gesicht gekommen. Wir glauben daher unersesselt dem Herrn Presse-Vormund und Entrüstungs-meier der „N. Z. Z.“ etwas auf den Pferdefuss treten zu müssen.

Eine willkommene Illustration zu dem vorstehend behandelten Thema bildet der gegenwärtig lebhaft besprochene, also keineswegs verurteilte Lepra- oder Aussatzfall im Wallis. Die Lausanner „Revue“ hatte berichtet, dass bei den letzten Rekrutenaushebungen im Wallis von den Ärzten ein Fall von Aussatz konstatiert worden sei. Zwei Familien seien seit längerer Zeit von der schrecklichen Krankheit befallen. Von anderer Seite wurde gesagt, es handle sich bloss um Skrophulose. Die rätselhaften Krankheitsfälle stammen aus Guttet. Der festgestellte Herd besteht seit wenigstens 100 Jahren. Die Krankheit blieb während dieser ganzen Zeit auf zwei Familien beschränkt und die Zahl der Fälle beträgt im ganzen fünf. Es handelt sich im übrigen um einen kleinen Herd, wie solche beinahe in allen europäischen Ländern bestehen. Die Walliser Regierung beschäftigt sich seit einiger Zeit mit Massnahmen, welche geeignet sein könnten, diesen Herd vollständig zum Verschwinden zu bringen.

Nun hat sich der der Schweiz bekanntermassen so „freundlich“ gesinnte „Matin“ in Paris der Angelegenheit bemächtigt und, sensationslustig wie er ist, einen Reporter nach Guttet entsandt. Dieser phantasiert nun in dem Blatte über das Dorf und sendet ihm zugleich die Photographie eines schönen Gebäudes zu, das er la *léproserie de Guttet* nennt. Der „Matin“ beilebt sich, auch seinen Lesern dieses Aussatzigenhaus im Bild vorzustellen. Es mag aber mancher von ihnen den Kopf geschüttelt haben, wenn er in diesem Spital das Hotel Torrenalp erkannte, in dem er vielleicht noch in den letzten Monaten eine angenehme Sommerfrische genoss. Die Regierung des Kantons Wallis lässt gegen die Behauptungen des Pariser Klatschblattes ein offizielles Dementi verbreiten. Wer aus diesem Mästerchen entnimmt, mit welchen Mitteln der „Matin“ gegen die Schweiz als Touristenland streitet — denn um etwas anderes handelt es sich bei dieser einfältigen Geschichte nicht (das sagen nicht wir, sondern die „Basler Nachrichten“). Red.) — der bedarf keiner weiteren Widerlegung des ganzen Geredes.

Der Spezialist Jonathan Hutchinson schreibt der „Times“, dass die jüngsten Meldungen über das Auftreten des Aussatzes im Rhonetal keinerlei Beunruhigung hervorrufen können. Es gebe wahrscheinlich zur Stunde mehr Leprakranke in London als im Wallis. A n.

Die Aufbewahrung des Obstes.

Zu diesem für die Oekonomie des Hotels wichtigen Kapitel finden wir in der „N. Z. Z.“ folgende gerade jetzt besonders wertvollen Darlegungen von Josef Buerbaum:

Das richtige Aufbewahren des Obstes ist noch viel zu wenig oder überhaupt nicht bekannt. Alljährlich im Winter werden Klagen laut über die schlechte Haltbarkeit des Obstes. Die Schuld hierfür wird dann gewöhnlich dem Lieferanten oder dem Obstproduzenten zugeschrieben, obgleich der Schaden sehr häufig durch falsche Aufbewahrung entstanden ist. Eine erfolgreiche Belehrung und Besserung in der Aufbewahrung des Obstes kann nur durch Mithilfe der Tageszeitungen erwartet werden. Im allgemeinen ist aber auch das Publikum viel zu gleichgültig, es beachtet die erteilten Ratschläge nicht und weiss die Bedeutung der richtigen Aufbewahrung des Obstes nicht zu würdigen.

Als erste Vorbedingung für die Haltbarkeit des Obstes sind anzusehen: Richtige Ernte und Verpackung, welche vom Produzenten und

Lieferanten zu erfüllen sind. Immer noch wird auch in diesen beiden Punkten viel gesündigt, wiewohl auch nicht verkannt werden soll, dass eine wesentliche Besserung darin gegen früher doch schon zu verzeichnen ist. Welch grossen Wert man heutzutage der Obstverpackung beilegt, beweisen die vielen alljährlich veranstalteten Obstausstellungen. Doch wie sieht es in Wirklichkeit mit der Verpackung noch aus? Viele tausend Zentner der haltbarsten Winterapfel und Birnen werden von den Obsthändlern in den bekannten dünnen durchsichtigen Säcken verkauft. Es ist selbstverständlich, dass durch das viele Herumhantieren solcher Säcke ein grosser Teil des Obstes Druckstellen erhält, wodurch die Haltbarkeit und das Aussehen der Früchte bedeutend leidet. Eine Besserung hierin wird nur eintreten, wenn das Publikum in solcher oder überhaupt in schlechter Weise verpacktes Obst einfach gar nicht kauft. Ausser der Ernte und der Verpackung kommen Auswahl und Vorbereitung des Obstes, die Lagerräume, Vorbereitung und Einrichtung derselben, sowie die Überwachung des Obstes in Betracht. Schüttelobst ist wegen der vielen Druckstellen unhaltbar, ebenso zu früh geerntetes Obst, wodurch die Früchte zusammenschumpfen, wek werden. Das Winterobst sollte überall dort, wo es nicht so sehr dem Diebstahl ausgesetzt ist, möglichst lange am Baume hängen bleiben. Die Früchte erhalten dadurch eine dünnere Haut und eine bessere Färbung. Auch die Auswahl der Obstsorten ist bei der Lagerung nicht ohne Bedeutung. Folgende Winter-Tafel und Wirtschaffsorten von Äpfeln und Birnen eignen sich zur Aufbewahrung ganz besonders. Von den Äpfeln: Kanada-Reinette, Roter Eisapfel (Paradiesapfel), Borsdorfer, Weissler Winter Calville, Baumanns-Reinette, Schöner von Boscop, Cox Orange Reinette, Parkers-Pepping, grüne französische Reinette, königl. Kurstzeit usw. Von den Birnen: Olivier de Serres, Winter Dechantbirne, Esperens Bergamotte, Saint Germaine, Diels Butlerbirne, Edel Carasanne, Mad. Verte usw.

Zur Vorbereitung für das Lagern oder Aufbewahren gehört auch das sogenannte Abschützen der glattschaligen Früchte. Diese verunreinigen nämlich nach der Ernte Wasser, welches sich auf der Schale niederschlägt. Die Verdunstung dauert 3 bis 4 Wochen. Deshalb dürfen die Früchte nicht sogleich in die Lagerräume verbracht werden, da sonst leicht Fäulnis eintritt, sondern man legt sie einige Wochen in einem kühlen Raum auf Stroh, bis die Verdunstung aufgehört hat. Die rauh-schaligen Früchte dagegen, z. B. die grauen Reinetten, müssen sofort in die Lagerräume gebracht werden, da sie sonst leicht wek werden und zusammenschumpfen.

Als Lagerräume kommen in Betracht: Keller, Gewölbe, Souterrain etc. Die Räumlichkeiten müssen unbedingt aufweisen: Reinlichkeit, niedrige, möglichst gleichmässige Temperatur, reine, etwas feuchte Luft, Luftzirkulation, sowie Regulierung der Lichtwirkung.

Alle Abfälle, wie Gemüse, Kartoffelreste, entfernte man, ebenso altes Stroh, welches wahre Brutstätten für die verderblichen Schimmelpilze sind. Ein Kalken der Wände ist sehr anzuraten. Die Obstgestelle sind sorgfältigst zu reinigen, am besten unter Verwendung von heisser Seifenlauge mittels einer Bürste. Sobald die Räume genügend ausgetrocknet sind, werden sie ausgeschwefelt, welches aber bei geschlossenen Türen und Fenstern zu geschehen hat.

Für den hierzu benötigten Schwefel nimmt man am besten sog. Schwefelschnitten, welche in jeder Drogerie erhältlich sind. Durch Verbrennung des Schwefels entsteht schwefelige Säure, die alle Pilzkeime tötet. Die Räume bleiben 3 bis 4 Tage geschlossen, alsdann muss tüchtig gelüftet werden. Jetzt sind die Räume so weit vorbereitet, dass zur Lagerung der Früchte geschritten werden kann. Zwei Methoden kommen hierbei in Betracht. Entweder werden die Früchte in Obstgestellen auf Horden offen ausgelegt, oder aber in Fässer unter Verwendung von Torfmüll gepackt. Letzteres Verfahren ist noch ziemlich unbekannt und neu, aber sehr empfehlenswert. Die Obstgestelle kann jeder Schreiner für wenig Geld anfertigen. Auch können die Gestelle direkt fertig in allen Grössen und für die meisten Verhältnisse passend, von Möbelhandlungen oder aus Fabriken bezogen werden. Die Verwendung von eisernen Obstgestellen ist ganz und gar zu vermeiden. In den meisten Fällen kommen die Gestelle an eine Wand zu stehen. Die passendste Breite und Tiefe der einzelnen Fächer ist hierfür 70 Zentimeter, bei freistehenden Gestellen jedoch 1 Meter 70 Zentimeter. Die gutgehobelten Lättchen der Horden sollen einen Abstand von 2 Zentimeter untereinander haben, die Horden selbst einen solchen von mindestens 35 Zentimeter. Um das Obst vor Druckschäden zu beschützen, legt man eine dünne Schicht Holzwole oder Roggenstroh auf die Horden. Diese Materialien nehmen auch nicht so leicht Feuchtigkeit und fremde Gerüche an. Nun kann mit dem Auslegen des Obstes begonnen werden, wobei die Äpfel mit den Stielen nach unten, die Birnen mit den Stielen nach oben zu liegen kommen. Härtere Sorten können mehrere Lagen aufeinander gepackt werden, was man jedoch bei feineren Sorten unbedingt vermeiden soll.

Die Temperatur darf im Herbst nicht über 8 bis 10 Grad Celsius, im Winter nicht über 3 bis 5 Grad Celsius steigen. Gleichmässige Temperatur ist sehr wichtig. Bei grosser Wärme reifen die Früchte zu schnell. Um dies zu vermeiden, ist das Lüften des Nachts bei kühlen Tagen sehr gut. Ist das Wetter sehr warm, so sind die Fenster schon in der Frühe zu schliessen und zu verducken. Sollte

der Frost in die Räume eindringen, so werden die Gestelle zweckmässig mit alten Tüchern und Säcken bedeckt. Ausserdem sind natürlich die Kelleröffnungen und Fenster gut zu verpacken.

Der Feuchtigkeitsgehalt der Luft beträgt am besten 70 Grad Celsius nach dem Lambrecht'schen Feuchtigkeitsmesser. Trockene Luft lässt die Früchte welken. Deshalb sind bei zu trockener Luft die Wände und der Erdboden mit Wasser zu bespritzen oder Wassergefässe zur Verdunstung aufzustellen. Dagegen beugt man zu feuchte Luft zumal bei entsprechender Wärme die Bildung der schon eingangs erwähnten so gefährlichen Schimmelpilze. Das Auslegen einiger Chlor-Calcium-Brocken hilft diesem Uebelstand ab, da das Salz die Feuchtigkeit begierig aufnimmt. Soweit es nur immer möglich ist, vermeide man das Einstellen gewisser Konserven in die Obst-räume, wie Sauerkraut, Bohnen, Gurken, etc., da die Früchte dadurch an Aroma einbüßen und leicht die Gerüche dieser Konserven annehmen.

Die Lüftungsrichtungen sollen so beschaffen sein, dass genügend frische Luft einströmen und die schlechte abziehen kann. Dunkle Räumlichkeiten bei nur schwacher Beleuchtung eignen sich am besten. Hierin erhalten die Früchte auch eine gute Färbung. Sehr empfindliche Sorten mit zarten Schalen sind in Seidenpapier einzwickeln. Die Überwachung des Obstes muss auf das sorgfältigste geschehen. Faule Früchte, sowie auch solche, welche nur ein wenig angefault sind, entferne man stets sofort aus dem Lager, weil sonst die guten Früchte davon angesteckt werden. Zu vieles Anfassern ist nicht gut, besonders aber das Abwischen der Früchte ist sehr schädlich, weil die auf den Schalen befindliche Wachshaut ein natürliches Konservierungsmittel ist.

Ist kein geeigneter Raum für die Aufstellung eines Obstgestelles vorhanden, so ist eine Verpackung des Obstes zwischen Torfmüll in Fässern sehr zu empfehlen. Diese Methode ist ausserdem in Fällern, bei denen es sich um eine lange Aufbewahrung des Obstes handelt, überhaupt die beste. Das Gewicht und Aroma verliert sogar dabei nicht im geringsten und die Haltbarkeit, sowie die Reife der Früchte kann um vier bis zehn Wochen verlängert werden. Die geeignetsten Behälter hierfür sind sogenannte Versandfässer, wobei die einzelnen Bretchen Zwischenräume aufweisen zum Eintritt der Luft. Der Torfmüll soll trocken sein, jedoch immer noch einen gewissen Prozentsatz von Feuchtigkeit enthalten. Der Boden der Fässer ist nun zuerst mit einer Torfmüll-Schicht von 5 Zentimeter Höhe zu belegen, darauf bringt man eine Lage Früchte, dann wieder Torfmüll usw. Die Innenwände der Fässer werden dabei mit etwas Holzwole belegt, damit der feine Torfmüll nicht durch die Zwischenräume der Bretchen herausfällt. Um einen Zentner Obst zu verpacken, sind etwa 10 Pfund Torfstreu erforderlich. Zu empfehlen ist ein Einwickeln der Früchte in Seidenpapier, da der Staub des Torfmülls sich an manchen glattschaligen Früchten infolge der Wachsschicht festklebt. Die Fässer sind mit einem Deckel, welcher nicht festgenagelt zu werden braucht, abzuschliessen. Die Aufstellung der Fässer kann in allen vorerwähnten Räumlichkeiten erfolgen, sogar bei einer Kälte bis zu 10 Grad Celsius, ohne dass die Früchte auch nur im geringsten leiden. Nach Bedarf kann nun das Obst den Fässern entnommen werden. Ein einmaliges Umpacken im Winter ist empfehlenswert, jedoch nicht unbedingt notwendig. Kisten sind zur Verpackung weniger gut, da hier die Luft keinen Zutritt hat. Früchte in Torfmüll verpackt sind viel frischer als solche auf Obstgestellen. Es sei noch ganz besonders darauf hingewiesen, dass Früchte in Torfmüllverpackung ohne vorheriges Abschützen sich nicht halten.

Schweizer Weine und Schweizer Hotels.

Bei Anlass der heurigen Weinernte wird der Lausanner „Revue“ vom 5. Oktober folgender bemerkenswerter Artikel geschrieben:

Ein Fremder äusserte uns jüngst sein Bedauern darüber, dass die Weinkarten unserer wichtigsten Hotels so wenig Schweizerweine und die wenigen noch zu übersetzten Preisen ausführen. „Auf der Reise, meinte er, hat man gerne die Landweine, weil man betreffend der Qualität sicherer fährt und oft ganz willkommene Entdeckungen macht. Ein Italiener traut dem Valpolicella oder dem Chianti, den man ihm im Ausland offeriert, nicht ganz; ein Franzose ist vorsichtig gegenüber dem von den Häusern des Südens verpackten Burgunder, oder dem geringen Chablais des Grosshandels; ein Deutscher misstraut dem exportierten Moselwein, der ja schon im eigenen Lande *Coupage* erfährt. Warum offeriert man uns denn nicht von den guten leichten Weinen, die sich zum ersten Frühstück so gut trinken? Und warum verkauft man sie zu 2 Fr. 50, 3 Fr., 3 Fr. 75 bis 4 Fr. per Flasche von 6–7 Deziliter, da doch in guten Jahrgängen der Liter von der Presse weg 40 bis 60 Centimes gilt?“

So ratiointe der Kenner und es liegt viel Wahres in seinen Bemerkungen. Unsere unzähligen Hotels verkaufen zu wenig Schweizerweine, weil sie sie zu teuer verkaufen und sich für den Bedarf ihres Kellers nicht direkt an den Produzenten wenden. Man kennt ansehnliche Hotels, die ihre ausländischen und schweizerischen Flaschenweine korbbweise und nach Massgabe des Augenblicksbedarfs vom Kleinhändler kommen lassen! Soll man danach den

Ruf des Kellers im Schweizer Hotel bemessen? Man sagt, daran seien die gewöhnlich ausländischen Direktoren schuld, die sich gut auf Küche und Bier verstehen, aber den Wein nicht zu besorgen wissen und fertige Arbeit vorziehen. Ich will nicht unterlassen beizufügen, dass es ehrenwerte Ausnahmen gibt und dass gewisse gute Hotels immer noch ihre Kellermeister zu bilden verstehen. In diesem Punkte könnte die Hotel-Fachschule in Lausanne günstigen Einfluss ausüben, wenn sie den jungen Leuten, die künftig Eigentümer oder Geranten von Hotels sein werden, Wegleitung geben würde.

Die übersetzten Preise brachten für Viele die hoffentlich vorübergehende Mode, zur Mahlzeit keinen Wein mehr zu trinken. Wenn man dem Gaste für eine Flasche Yvorne, wovon der Liter 70 Cts. gekostet hat, 3 Fr. 50 Cts. verlangt, so braucht man sich nicht zu verwundern, wenn der Fremde sich auf die Wasserflasche oder Mineralwasser beschränkt. In den Hotels des südöstlichen Frankreichs, wo der leichte Landwein *à discretion* ist, trinkt jeder fröhlich sein Glas. Die Mode ist also nur eine Geldsache.

Dieses Jahr bietet sich den schweizerischen Hoteliers eine gute Gelegenheit, ihre alte Gewohnheit zu verlassen. Die Weine von 1896 sind gut, Weine, die konkurrieren können mit dem Moselwein, den leichten Chablais und den andern fremden Croupierweinen. Möchten doch dieses Jahr alle schweizerischen Hotels und speziell die Waadtländer sich eine Ehre daraus machen, richtigen Waadtländer Wein vom Weinbauern oder Besitzer einzukellern. Sie werden es nicht zu bereuen haben, weder punkto *Bénéfice* noch punkto Absatz. Gerne würde man auch ihre Namen hier und da auf den Käuferlisten der Steigerungen von Dézaley, Aigle, Yvorne und Bonvillars sehen.

Den die Schweiz besuchenden Waadtländern raten wir schliesslich: verlangt überall Waadtländer Weine garantierten Ursprungs, und bei zu hohen Preisen reklamiert energisch beim Hotelier. Das Geld der schweizerischen Touristen ist so viel wert als das der Deutschen oder Engländer.

So der Einsender der „Revue“. Wir brauchen kaum beizufügen, dass in diesen Ausführungen manche Wahrheit und mancher gute Wink steckt, die beherzigt und in Tat umgesetzt zu werden verdienen. Obgleich die Bemerkungen in erster Linie speziell auf die Waadtländer Verhältnisse Bezug haben, so können sie in dieser oder jener Richtung doch auch auf anderwärtige Schweizer Gegenden angewendet werden. Wenn die Hoteliers dazu beitragen, die inländischen Weine wieder mehr zu Ehren und zum Konsum zu bringen, so schaffen sie dadurch einen für die Allgemeinheit günstigen Faktor.

Die Hotelindustrie in Japan.

Im „Schweiz. Handelsamtsblatt“ finden wir folgenden Artikel:

Seitdem Japan in der ganzen Welt bekannt geworden ist, mehr sich auch die Zahl der fremden Besucher sichtlich, und man beginnt in japanischen Kreisen sich bewusst zu werden, dass der Fremdenverkehr eine neue grosse Einnahmequelle für das Land werden kann.

Die Zeitung „Chugai Shogio“ gibt über den Reisendenverkehr folgende interessante Angaben, und zwar unterscheidet sie orientalische Reisende (aus den umliegenden Ländern China, Korea, etc.) und occidentale Reisende (aus Europa und Amerika).

Es sind in Japan angekommen:

	Orientalen	Occidentalen	Total
1902	4,950	8,759	13,709
1903	6,418	8,810	15,228
1904	8,521	6,028	14,547
1905	9,237	7,293	16,530
1906 (bis April)	4,426	4,616	8,942

Die Zahlen sprechen allein: Stete orientalische Zunahme bis 1905. Starke Zunahme in 1903 wegen der grossen Ausstellung in Osaka. In 1904 Ausfall wegen des Krieges. In 1906 ist die Zahl der Reisenden beider Kategorien fast gleich stark. Ueberdies zeigen die ersten vier Monate dieses Jahres schon eine Zunahme um die Hälfte, verglichen mit dem Vorjahre. Bei gleich fortschreitender Zunahme dürfte für 1906 der Fremdenbesuch etwa 80% grösser sein als im Vorjahre.

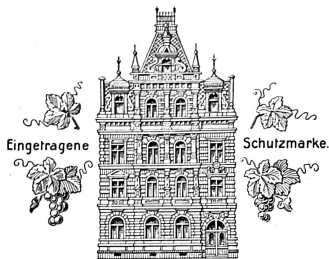
In 1906 (Januar bis April) waren unter den orientalischen Reisenden 90% Chinesen. Unter den occidentalen Besuchern waren etwa 1200 Amerikaner, 1100 Russen, 1000 Engländer, 300 Deutsche, 300 Franzosen, etc.

Interessant für die Schweiz ist eine Statistik, welche das japanische Finanzdepartement kürzlich herausgegeben hat und welche besagt, wieviel Geld die Reisenden durchschnittlich in Japan verausgaben. Es schätzt das von den Touristen in Japan zurückgelassene Geld in 1903 auf Yen¹⁾ 18,700,000, in 1904 auf Yen 15,600,000, in 1905 auf Yen 18,000,000, in 1906 (Januar bis April) auf Yen 10,400,000. Der Durchschnitt der Ausgaben (für Hotels, Einkäufe von „Raritäten“ und Modernem etc.) ist ausgerechnet für einen orientalischen Besucher auf Yen 736. Für einen occidentalen Besucher auf Yen 1823. Für 1906 dürfte also für das Land eine Einnahme von zirka 30 Millionen Yen gerechnet werden.

Es ist fast unnötig hervorzuheben, dass die Hotelindustrie in Japan geradezu goldene Zeiten hat. Die in den Gasthöfen chargierten Preise haben sich in wenigen Jahren verdoppelt und verdreifacht. Im Innern zahl der Reisende für geringe Verpflegung in europäischer Kochart,

¹⁾ 1 Yen = Fr. 2.60.

Grösster Export nach der Schweiz.



Zum bevorstehenden Herbstversand erlaube mir, allen Freunden von **Rhein- und Mosel-Weinen** mein reichhaltigstes Lager in empfehlende Erinnerung zu bringen und stehen Preislisten, sowie Muster gratis und franko zu Diensten. Gleichzeitig gestatte ich mir, darauf aufmerksam zu machen, dass ich meine Weinhandlung unter der Firma **Adolf Jeremias** unverändert seit Jahren in dem Geschäftshaus der früheren Firma J. Jeremias betreibe und aus diesem Grunde das nebenstehende Warenzeichen, welches das Geschäftshaus der früheren Firma J. Jeremias darstellt, für meine Firma **Adolf Jeremias** gesetzlich habe schützen lassen. Um Verwechslungen mit ähnlich lautenden Firmen zu vermeiden, bitte ich das nebenstehende Warenzeichen, sowie meine Firma

(OF2023) 2967

ADOLF JEREMIAS

genau beachten zu wollen.

Weingrosshandlung **ADOLF JEREMIAS**

Dépositaires:

48, Kaiserstrasse, MAINZ a. Rh.

Kramer & Siegfried, Weinhandlung, Zürich. F. Widmer, Weinhandlung, Cham.

Käse en gros
Export - Fabrikation - Import
C. Hurlimann & Söhne
Luzern - Mailand
315
Vorteilhafte Bezugsquelle für
Emmenthaler-, Shrinz- und Parmesankäse

Das Neueste in
Servietten
Linnen- und Fantasiedessins. Billige Preise. Musterkollektion zu Diensten
Für **Bahnhoftbuffets** feines, durchsichtiges
Einwickelpapier mit Aufdruck
Sandwiches etc.
Schweiz. Verlagsdruckerei G. Böhm, Basel

NIZZA HOTEL DE BERNE
beim Bahnhof.
100 Betten.
Einziges nach Schweizer Art geführtes Hotel beim Bahnhof.
Feine Küche. Zimmer von Fr. 2.50 an. Gepäcktransport frei.
Deutsch sprechender Portier am Bahnhof.
H. Morlock, Besitzer
auch Besitzer vom Hotel de Suède (früher Roubion) und vom Terminus-Hotel.

Direktor
für Col. schweiz. Kuranstalt für physik. diät. Heilweise, der mit Fr. 60,000 und einem Arzte dasselbe kaufen könnte,
gesucht. FO 3453
Anfragen sub. Chiffre **H 1577 R** an die Exped. d. Bl.

Joh. Gersbach & Cie., Kühlanlagen-Bau: **Zürich.**
Gessnerallee 38.
Kühlschränke u. Kühlanlagen für Speisen u. Getränke mit Kalttrockenluftzirkulation.
Fleischaufbewahrung 15 Tage tadellos.
Referenzen:
Dolder, Grand Hotel, Zürich.
Fritz Baumann, Fleischhalle, Zürich.
Jacques Jenn, Fleischhalle, Zürich.
Pius Kauf, Warftabrik & Metzgerei, Spiegelgasse, Zürich.
J. Schmidhauser, Schlitzengasse, Zürich.
Fritz Mörker, Warftabrik, Zürich.
Grand Hotel Azenfels ob Brunnen.
E. Strübli & Wirth, Hotel Schweizerhof, Interlaken.
Fridl. Schübli, Confecterie & Restauration, Interlaken.
Hotel Schweizerhof, Gebr. Hauser, Luzern.
Bahnhofrestaurant, Luzern.
Grand Hotel des Palmiers, Nice, Herren Manz & Cie.
- de Cannes, - Menage, - Häuser & Döpfner.
- de Naples, - Pietro Campione Co.
- de Santa Lucia, Naples, - Savoy, Naples.
- Hassler, Naples. (O.F.2750)
- Victoria, Sorrento, Naples.
Kühlraum, Obereisfüllung,
Patent Gersbach No. 25,870
vom 16. März 1903.

À vendre
pour cause de santé, hôtel de 22 chambres dans un des meilleurs quartiers d'une ville du centre d'Italie. Lumière électrique, calorifères, lift. La maison a toujours été tenue par des Suisses allemands. Prix très modéré.
Adresse: F. T. Poste restante Genova.

Zu kaufen gesucht
wegen Geschäftserweiterung ein zweispänniger, noch neuerer Omnibus
à 8-10 bequeme Plätze.
Angebot mit Preisangabe gef. zu richten an **J. Bortner-Örfer**, Deutscher Hof, Interlaken.

Voiture
für Plats du Jour gut erhaltene,
zu kaufen gesucht.
Gef. Offerten mit Angabe der Grösse und Einteilung nebst Preisangabe beliebe man unter Chiffre **H 394 R** an die Exped. zu richten.

Projekte, Baupläne und Bauleitung für **Hotel-Neubauten und -Umbauten**
liefert prompt und übernimmt zu coulantesten Bedingungen das Architekturbüro
Paul Huld, Architekt, Interlaken.
Reichste Erfahrungen im Hotelbau.
Erbauer diverser hervorragender Hotels.
Pro 1906 vollendete erstklassige Hotels:
Savoy-Hotel Interlaken, Engadinerhof St. Moritz-Bad, Central-Hotel Kandersteg. (O3536)2968
Eigenes Patent + No. 34088 für Doppeltüren-Verschluss.

Hotel-Verkauf
In Interlaken ist ein best frequentiertes Hotel mit 100 Fremdenbetten familiärer Verhältnisse halber sofort zu verkaufen.
Offerten unter Chiffre **H 381 R** an die Expedition dieses Blattes.

Blumentische
Zimmerfontainen, Topfständer, Blumen-Exzergren, gerade, halb-u. vierteilrund, Blumenständer, Vogelkäfige und Käfigständer, Gas- und schmiedeiserne Schirm- und Garderobeständer.
Treppentühle u. Klappstiegen halten in reichhaltigster Auswahl u. neuesten Formen vorrätig (H1911Z)
Suter-Strehler & Cie.
mech. Eisenmühlfabrik, Zürich.

Eine Sprachkundige, im Hotelfach tüchtig und erfahrene Tochter sucht **Engagement als Office- und Küchen-Gouvernante, Ober-Saaltochter oder sonstige Vertrauensstelle.** Gute Zeugnisse sowie Photographie stehen zur gef. Verfügung.
Offerten beliebe man unter Chiffre **H 377 R** an die Expedition dieses Blattes zu richten.

Das Neueste und Beste in dieser Branche. — 2 jährige Garantie.
Intensivste Luftzirkulation und Kühlung.
Prospekte, Kostenberechnung etc. umgehend.
Alle Isoliermaterialien, wie holländische Isoliermatten, Korkeisplatten, Isolierpappen etc. liefern zu en gros Preisen und übernehmen Isolierungen jeder Art.

FABRIQUE DE MEUBLES
EN STYLE ANCIEN ET EN MODERNE STYLE
LA PLUS IMPORTANTE DE LA SUISSE — MAISON FONDÉE EN 1860
ZEHNLE & BUSSINGER
BALE
INSTALLATIONS COMPLÈTES
POUR
HOTELS
DE TOUS ORDRES
AUX PRIX LES PLUS AVANTAGEUX

BUREAU SPÉCIAL D'ARCHITECTURE
DESSINS ET DEVIS SUR DEMANDE

PRINCIPALES RÉFÉRENCES:

Hotel Königs	Basel	Schweizerhof	Luzern	Grand Hotel	Montreux
Schweizerhof	Basel	Schweizerhof	Basel	Hotel et des Alpes Territet	
Metropole	Basel	Salina	Basel	Casa Palace	Caux
Balances	Basel	Arno	Basel	Schützen	Basel
Centralhall	Basel	Schützen	Basel	Santalario Gd. Hôtel Leyrin	
Bernherli	Basel	Neue Stadthaus	St. Moritz	Palais Hotel	Montreux
Sonnenberg	Basel	Hotel du Cyprien	Interlaken	Splendid	Evian-les-Bains
Victoria	Basel	Hotel du Cyprien	Interlaken	Hotel du Cyprien	Evian-les-Bains
Regina-Jugendheim	Basel	Hotel du Cyprien	Interlaken	Hotel du Cyprien	Evian-les-Bains
Schweizerhof	Basel	Hotel du Cyprien	Interlaken	Hotel du Cyprien	Evian-les-Bains

Kaufgesuch.
Hoteljahresgeschäft
an grossem Verkehrsplatz in der Schweiz.
Solide Gewöhnlichkeiten mit modernem Betrieb, tadelloser Inventar, vollständig gesicherte Rendite sind Hauptbedingungen. Es wird grosse Anzahlung geleistet.
Offerten mit genauen Angaben unter Chiffre **Z. G. 9432** an die Annoncen-Exped. Rudolf Mosse, Zürich. (MN3208) 1543

Tüchtige Wirtsleute
mittleren Alters, (Fachleute) kautionsfähig, suchen ein gangbares, kleineres
Restaurant oder Wirtschaft
an guter Lage zu mieten. Später Kauf nicht ausgeschlossen.
Offerten unter Chiffre **H 373 R** an die Exped. ds. Bl.

Wanzolin tötet alle Wanzen
mit Brut unter Garantie radikal. 20jähriger Erfolg. Weder Schwefel, Gas noch Pulver. Probeflaschen à 1.20, 2.—, 3.—, Liter 5.— franko.
2932 Diskret von (G1818)
Apoth. Reischmann, Näfels.

Billig zu verkaufen
ein so gut wie neuer
Hotelherd und ein
Restaurationsherd
sowie verschiedene neue Herde mit ohne Warmwassererwärmung neuester Konstruktion. 287
Basler Kochherdfabrik E. Zeiger, Basel.

Gesucht f. sofort
von einem Arzt an international stark frequentiertem Jahreskurort einen
(H03494) 1684
tüchtigen Fachmann
mit etwas Betriebskapital zum gemeinsamen Betrieb einer
Fremden-Pension
mit 24 Zimmern.
Offerten unter Chiffre **S2706Ch** an Haasenstein & Vogler, Chur.

Directeur d'hôtel
expérimenté, disposant d'un certain capital est demandé pour Hotel à construire d'au moins 100 chambres dans magnifique situation, à 10 minutes du centre d'une ville importante des bords du Lac Léman très fréquentée par les étrangers. Vue imprenable, forêts. Familial. S'adresser: **Etude Fr. Peche, notaire & E. Pilet, régisseur, 21 St. Laurent, Lausanne.** Même adresse: Villas de luxe et de rapport à vendre. (H03484)1685

Zu mieten gesucht.
Welche Brauerei oder sonst. Int. verhilft einer ströbren, achbaren jungen Witwe (Wirtsfrau) zu einem Jahresgeschäft, am liebsten
Hotel-Restaurant.
Offerten unter Chiffre **H 388 R** an die Exped. dieses Blattes.

Hotel und Kurhaus
mit Tanzsaal und mehreren Jucharten Wiesland, im Sommer stark frequentiert von Kuranten und Passanten, im Winter viele Vereinsanlässe, ist zu günstigen Bedingungen verkäuflich.
Nähere Auskunft erteilt prompt u. kostenfrei **A. Düttschler-Schweizer**, Ob. Graben 39, St. Gallen. (FO3511) 1589

Kleine Pension
am Vierwaldstättersee ist umzugshalber sofort
zu verkaufen.
Offerten unter Chiffre **H 390 R** an die Exped. ds. Bl.

Gerantin.
Eine in allen Branchen der Hotellerie gut bewanderte energische **Gerantin** findet Winter- ev. Jahresstelle in Berghotel mit 50 (im Sommer 90 Betten). Solche mit eigenen Töchtern wird bevorzugt.
Zeugnisse und Photographie sende man unter Chiffre **H 400 R** an die Exped. ds. Bl.

Passez
vos annonces et vos réclames aux journaux suisses par l'intermédiaire de l'Union des Journaux suisses... pour la Publicité...
UNION-RECLAME
à **LUZERNE** et **LAUSANNE**
qui exécutera au mieux tous vos ordres d'insertions en vous désignant
impialement
les organes qui assurent à votre publicité le plus de succès.

