

Objektyp: **Issue**

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

Band (Jahr): **20 (1911)**

Heft 8

PDF erstellt am: **11.07.2024**

### **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:**

SCHWEIZER: Jährl. Fr. 10.—, halbjährl. Fr. 5.50, vierteljährl. Fr. 3.50, 3 Monate Fr. 2.50, 1 Monat Fr. 1.25. RUSLAND (inkl. Portzuschlag): Jährl. Fr. 15.—, halbjährl. Fr. 8.50, vierteljährl. Fr. 5.50, 2 Monate Fr. 3.20, 1 Monat Fr. 1.60.

**INSERATE:** 8 Cts. per 1 spatige Millimeterzeile oder deren Raum. Bei Wiederholungen entsprechend Rabatt. Vereinsmitglieder bezahlen 4 Cts. netto per Millimeterzeile oder deren Raum. o Die Mitglieder erhalten das Blatt gratis. **Wichtigste Annoncennahme** durch die Expedition dieses Blattes und durch die Unionsklame H.-G. in Bern nebst ihren Filialen.

Postcheck- & Giro-Konto No. V, 85

Redaktion und Expedition: St. Jakobstrasse No. 11, Basel. Verantwortlich für Redaktion und Herausgabe: Emil Stigeler, Basel.

TÉLÉPHONE No. 2406.

Rédaction et Administration: St. Jakobstrasse No. 11, Bâle. Druck: Schweizerische Verlags-Druckerei G. Böhm, Basel.

Compte de chèques postaux No. V, 85

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

Mr. Alfredo Invernizzi, Palace Hôtel Bellavista, Lanzo d'Intelvi (Lago di Lugano) 60  
**Parrains:** MM. Hans Badrut, Besitzer, Palace Hotel, et Conrad Manz, Direktor, St. Moritz-Dorf.

Société d'Exploitation des Hôtels Soleil, Grand Hôtel, Ed. Crittin, Dir., Mont Soleil 45  
**Parrains:** MM. Chr. F. Butticoz, Alexandra Hotel, Lausanne, et Crescentino frères, Hotel Central, Chaux-de-Fonds.

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

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

**Auszug aus dem Protokoll der Verhandlungen des Aufsichtsrates vom 9. Februar 1911, vormittags 11<sup>3</sup>/<sub>4</sub> Uhr im Hotel Bären in Langenthal.**

**Anwesend sind:**

- Kreis I: Herr J. Tschumi, Ouchy, F. Weber, Genf, G. Marti, Bern.
- Kreis II: H. Maurer, Interlaken, A. Mützenberg, Spiez, Ph. Osswald, Bern, H. Sommer, Thun.
- Kreis III: A. Bon, Vitznau, E. Cattani, Engelberg, A. Zimmermann, Weggis.
- Kreis IV: J. Boller, Zürich, A. Geilenkirchen, Basel, W. Graf, Schaffhausen, W. Hafen, Baden, H. Neithardt, Zürich, R. Mader, St. Gallen, E. Taverna, Chur.
- Kreis V: Th. Exhenry, Champéry, G. Morand, Martigny, Dr. A. Seiler, Remait, R. Varonier, Gemmi.
- Kreis VI: Niemand.
- Kreis VII: Niemand.

**Ferner anwesend sind:**

- Herr L. A. Bossi, Kassier, E. Stigeler, Sekretär.

**Entschuldigt abwesend sind:**

- Herr A. Armleder, Genf, F. Buchs, Gilon, J. A. Neubrand, Montreux, W. Niess, Aigle, E. Seiler, Interlaken, J. Hüster, Luzern, A. Riedweg, Luzern, J. Degiacomi, St. Moritz, Dr. O. Tondury, Tarasp, J. Escher, Brig, E. Camenzind, Lugano, G. Clericetti, Lugano, A. Reber, Locarno, C. Reichmann, Lugano, R. Haefeli.

**Unentschuldig abwesend sind:**

- Herr C. Kracht, Zürich, L. Gredig, Pontresina, W. Holsboer, Davos, J. Seiler, Gletsch, R. Balli, Locarno, L. Lombardi, Airolo.

Herr Präsident O. Hauser begrüsst und eröffnet die Versammlung.

Als Stimmzähler werden gewährt die Herren Geilenkirchen-Basel und Mützenberg-Spiez.

**Verhandlungen:**

1. Das Protokoll der letzten Sitzung wird genehmigt.

2. **Reglement für den Ehrenrat betr. Kontrolle über Einhaltung der Hotelführerminimalpreise.** Referent Herr Bon. Nachdem die Eintretensfrage prinzipiell bejaht, wurde zur artikelweisen Beratung des vom Vorstande ausgearbeiteten Reglementsentwurfes geschritten und derselbe mit einigen redaktionellen Änderungen genehmigt.

3. **Begriff „Pension“.** Der Präsident weist darauf hin, dass trotz der veranstalteten Umfrage bei den Aufsichtsratsmitgliedern verschiedene wichtige Gebiete des schweizerischen Fremdenverkehrs zu dieser prinzipiellen Frage keine Stellung genommen haben. Der Aufsichtsrat erteilt der Vorlage des Vorstandes seine Zustimmung zu handen der Generalversammlung.

Der Präsident teilt sodann mit, dass der Vorstand zufolge des ihm von der letzten Generalversammlung erteilten Auftrages die Frage geprüft habe, ob es nicht angezeigt sei, den bisherigen Minimalpensionspreis von Fr. 5.—, der zur Aufnahme in den Führer berechtigte, zu erhöhen. Nach Anfrage der betreffenden Interessenten ist der Vorstand zum Schlusse gekommen, eine Erhöhung des Minimums auf Fr. 5.50 vorzuschlagen. Die Versammlung ist hiemit einverstanden.

4. **Entschädigungstarif bei Krankheits- und Todesfällen in den Hotels.** Herr Cattani referiert über die notwendig gewordene Revision des bestehenden Tarifes. Während die vorgesehene Taxen des neuen Tarifes bei Todesfällen ohne ansteckende Krankheiten Zustimmung finden, wird derjenige bei Todesfällen mit ansteckender Krankheit an den Vorstand zurückgewiesen mit dem Auftrag, durch einen Juristen die Frage prüfen zu lassen, wie der Hotelier seine Ansprüche auf die Folgen von Einschleppung ansteckender Krankheiten wahren kann.

5. **Versicherungsfragen.** a) Diebstahl- und Reisegepäckversicherung. Herr Bon berichtet über die Offerten zweier Versicherungsgesellschaften betreffend Versicherung des Gepäcks der Reisenden.

Der Vorstand beantragt, der Verein solle sich nicht binden, sondern es seinen Mitgliedern, eventuell den Lokalsektionen überlassen, mit diesen Gesellschaften Verträge abzuschliessen oder nicht. Der Aufsichtsrat stimmt dem Antrage des Vorstandes zu.

b) **Glasversicherung.** Herr Bon gibt Kenntnis über die Offerten der Bremer Spiegelglas-Versicherungsgesellschaft auf Gegenseitigkeit. Mit Rücksicht auf das geringe Risiko bei dieser Versicherung prüft der Vorstand die Frage der Selbstversicherung und beantragt Ablehnung der Offerte. Der Antrag ist genehm.

c) **Allgemeine Versicherungsfragen.** Herr Bon teilt ferner mit, dass der Vorstand Studien mache, um ausser der Glasversicherung die Versicherung gegen Betriebs- und Liftunfälle, Diebstahl, Haftpflicht usw. selbst an die Hand zu nehmen.

Das Vorgehen des Vorstandes wird allseitig begrüsst und er wird ersucht, die Angelegenheit weiter zu verfolgen.

6. **Eidgenössisches Verkehrsamt.** Ueber die Schaffung eines eidgenössischen Verkehrsamtes hält Herr Dr. A. Seiler einen längeren

Vortrag an Hand von reichem statistischen Material. Die hohe wirtschaftliche Bedeutung des schweizerischen Fremdenverkehrs rechtfertigt die Errichtung einer eidgenössischen Amtesstelle zur Hebung des Fremdenverkehrs, welche dem schweizerischen Eisenbahndepartement unterstellt werden sollte. Frankreich und Oesterreich, sowie auch kürzlich Bayern, haben bereits derartige Amtesstellen geschaffen, und darf daher die Schweiz nicht zurückbleiben. Im Gegensatz zu den eidgenössischen Verwaltungen sollte aber das Verkehrsamt nicht allein von Beamten geleitet werden, sondern es sollte ihm ein aus Fachleuten zusammengesetzter Beirat, ähnlich wie bei der Schweizerischen Zentralstelle für das Ausstellungswesen, vorgesetzt werden, der die nötigen Verfügungen trifft. Herr Dr. Seiler erklärt sich bereit, die Angelegenheit weiter zu studieren und er ersucht das Zentralbureau, die im Jahre 1907 angeordneten statistischen Erhebungen weiter zu führen, um das für die Eingabe an die zuständigen Behörden benötigte statistische Material möglichst zu vervollständigen. Der Präsident dankt das ausführliche Referat des Herrn Dr. Seiler. Auf Antrag des Herrn Neithardt wird der Vorstand beauftragt, eine dreigliedrige Kommission zu ernennen, welche die weiteren Vorschläge des Herrn Dr. Seiler prüfen und an der Maisitzung des Aufsichtsrates einen definitiven Antrag stellen soll, der dann der Generalversammlung des Vereins, sowie der Delegiertenversammlung des Verbandes Schweizerischer Verkehrsvereine zur Kenntnis zu bringen ist.

7. **Union-Reklame.** Herr Präsident Hauser gibt einen historischen Ueberblick über die Reklamefrage im Verein und über das mit der Union Reklame im Jahre 1907 abgeschlossene Abkommen. Mit Rücksicht auf die Tatsache, dass der bestehende Vertrag bis zum 31. Dezember 1911 gekündigt oder erneuert werden muss, bittet der Vorstand die Versammlung, ihre Meinung hierüber zu äussern. Dies geschieht und der Vorstand wird beauftragt, an der Generalversammlung einen bestimmten Antrag zu stellen.

8. **Fachschule.** Herr Tschumi referiert in einflussreicher Weise über die in Aussicht genommenen Kochkurse, die durch den Ausbau des Souterrains des Neubaus der Fachschule eingeführt werden können. Es sind mehrere Kurse in Aussicht genommen, wovon einer für austretende Zöglinge der Fachschule mit fakultativem Internat und die anderen für Externe. Eventuell kann auch abwechselungsweise ein Kurs für Damen abgehalten werden. Die für die Einführung von Kochkursen notwendigen Bauten benötigen einen Nachkredit von 10,000 Franken. Da die erforderlichen Gelder vorhanden sind und die Generalversammlung den Vorstand ermächtigt hat, den Bau auszuführen, wird der verlangte Nachkredit bewilligt. Die Versammlung ist auch mit den übrigen Punkten einverstanden und ersucht den Vorstand, gemeinsam mit der Fachschulkommission das definitive Programm auszuarbeiten.

9. **Abhaltung von Spezialkursen betr. Heizungs- und Wäschereianlagen.** Ueber die Anregung des Herrn Saratz-Pontresina und die darauf getanen Schritte bei kompetenten Fachleuten referiert Herr Stigeler.

Die Prüfung der Frage hat gezeigt, dass die Abhaltung allgemeiner Kurse kein praktisches Resultat zeitigen würde. Es wurde deshalb empfohlen, jede einzelne Anlage durch Fachleute prüfen und unter Kontrolle stellen zu lassen. Der Aufsichtsrat kann sich für die Vorlage nicht erwärmen und wird die Angelegenheit deshalb fallen gelassen.

10. **Diverses.** a) Der Präsident weist auf die in der „Hotel-Revue“ angeregte Preisaus-

schreibung für neue Propagandawege hin. Die Angelegenheit wird an den Vorstand zur Berichterstattung gewiesen.

b) Die Wahl der Vertreter des Schweizer Hotelier-Vereins für die Gruppenkomitees der Landesausstellung wird dem Vorstand und Herrn Tschumi, welcher letzterer als Delegierter des Schweizer Hotelier-Vereins der grossen Ausstellungskommission angehört, überlassen.

c) Herr Osswald macht darauf aufmerksam, dass eine Besteuerung der fremden Automobile geplant sei. Er verlangt, dass der Schweizer Hotelier-Verein in der internationalen Konkordatskommission eine Vertretung erhalte.

d) Die Herren Marti und Dr. Seiler rügen die Stellungnahme der „Hotel-Revue“ zum Gottardvertrag. Herr Präsident Hauser gibt Aufschluss über die Zumutung des Aktionskomitees gegen den Vertrag, die zurückgewiesen werden musste. Der Vorstand hat die Frage als eine rein wirtschaftliche betrachtet und es deshalb für angezeigt befunden, dazu Stellung zu nehmen, wie er dies bei andern derartigen Fragen gemacht hat. Uebrigens ist auch der gegenwärtige Standpunkt in der „Hotel-Revue“ zur Sprache gekommen.

Schluss der Sitzung 4<sup>1</sup>/<sub>4</sub> Uhr.

Der Präsident: O. Hauser.  
 Der Sekretär: E. Stigeler.

**Extrait du procès-verbal**

de la Séance du Conseil de surveillance du 9 février 1911, à 11<sup>3</sup>/<sub>4</sub> heures du matin à l'hôtel de l'Ours, à Langenthal.

M. O. Hauser, président, ouvre la séance après les souhaits de bienvenue.

Sont désignés comme scrutateurs MM. Geilenkirchen-Bâle et Mützenberg-Spiez.

**Débats.**

1° Le procès-verbal de la dernière séance est adopté.

2° **Règlement du conseil d'honneur chargé de contrôler le maintien des prix minima indiqués sur le guide des hôtels.** Rapporteur M. Bon. L'entrée en matière ayant été votée en principe, on aborde la discussion par articles du projet de règlement élaboré par le comité. Ce projet est adopté avec quelques modifications rédactionnelles.

3° **Que faut-il entendre par „pension“.** Le président fait observer que malgré l'enquête faite auprès des membres du conseil de surveillance, un certain nombre de régions importantes intéressées au mouvement des étrangers en Suisse n'ont pas pris position vis-à-vis de cette question de principe. Le conseil de surveillance approuve la proposition du Comité de remettre l'affaire à l'assemblée générale.

Le président annonce ensuite que le Comité, conformément au mandat qu'il a reçu de la dernière assemblée générale, a examiné la question de savoir s'il ne serait pas opportun d'élever le prix minimum de pension de fr. 5.— qui donne droit à l'inscription dans le guide des hôtels. Après enquête auprès des intéressés, le Comité a décidé de proposer d'élever le minimum à fr. 5.50. Le conseil se déclare d'accord.

4° **Tarif des indemnités en cas de maladie ou de mort dans les hôtels.** M. Cattani rapporte sur la nécessité d'une révision du tarif actuel. Les taxes proposées pour le nouveau tarif, en cas de mort des suites d'une maladie non contagieuse sont approuvées;

par contre les taxes en cas de mort des suites d'une maladie contagieuse sont renvoyées au Comité avec mandat de faire examiner par un juriste la question de savoir comment l'hôtelier peut faire valoir ses droits pour se garantir des suites de l'introduction dans son établissement de maladies contagieuses.

5° **Questions d'assurances.** a) **Assurance contre le vol et assurance des bagages des voyageurs.** M. Bon rapporte sur les offres de deux compagnies d'assurance concernant l'assurance des effets des voyageurs.

Le Comité propose que la Société ne se lie pas comme telle, mais laisse à ses membres, éventuellement aux sections locales, la faculté de conclure ou non des contrats avec ces compagnies. Adopté.

b) **Assurance contre les bris de glaces.** M. Bon donne connaissance des offres de la Société brénoise d'assurance mutuelle contre les bris de glaces. Etant donné les risques minimes que présente ce genre d'assurance, le Comité examine la question de se charger lui-même de l'assurance et propose de repousser les offres. Adopté.

c) **Autres questions d'assurances.** M. Bon annonce que le Comité étudie la question de se charger lui-même, à part l'assurance contre les bris de glaces, des assurances contre les accidents d'exploitation ou d'ascenseurs, le vol, la responsabilité civile, etc.

L'initiative du Comité reçoit une approbation unanime, et le conseil l'engage à poursuivre l'étude de la question.

6° **Office fédéral du tourisme.** M. le Dr. A. Seiler présente un long rapport appuyé de nombreuses statistiques, concernant la création d'un office fédéral du tourisme. La grande importance économique du mouvement des étrangers en Suisse justifie la création d'un office fédéral destiné à favoriser le mouvement des étrangers, office qui devrait être placé sous la surveillance du département des chemins de fer. La France et l'Autriche, et tout dernièrement aussi la Bavière ont déjà créé de tels offices; la Suisse ne saurait donc rester en arrière. Mais à la différence des administrations fédérales, l'office du tourisme ne devrait pas être dirigé seulement par des fonctionnaires; on devrait y adjoindre un conseil composé de spécialistes, semblable à celui qui existe pour l'office central suisse des expositions. M. le Dr. Seiler se déclare prêt à poursuivre l'étude de la question et il invite le bureau central à continuer l'élaboration des statistiques commencées en 1907, afin de compléter le plus possible le matériel statistique que nécessite la pétition aux autorités compétentes.

Le président remercie M. le Dr. Seiler de son rapport si complet. Sur la proposition de M. Neithardt, le comité est chargé de désigner une commission de trois membres, qui devra examiner les propositions ultérieures de M. le Dr. Seiler et présenter une motion définitive à la session de mai du conseil de surveillance. Cette motion sera alors portée à la connaissance de l'assemblée générale de la Société, ainsi qu'à l'assemblée des délégués de l'Union des sociétés suisses de développement.

7° **Union-Reclame.** M. le président Hauser donne un aperçu historique de la question de la réclame dans la Société et du contrat conclu en 1907 avec l'Union-Reclame. Etant donné que le contrat actuel doit être dénoncé ou renouvelé d'ici au 31 décembre 1911, le comité prie le conseil de donner son avis à ce sujet. Il est ainsi procédé, puis le comité reçoit mandat de faire une proposition ferme à l'assemblée générale.

8° **Ecole professionnelle.** M. Tschumi rapporte d'une façon détaillée sur les cours de cuisine projetés qui pourront être créés grâce à l'aménagement du sous-sol du nouveau bâtiment de l'école professionnelle. Plusieurs cours sont prévus pour élèves sortants de l'école professionnelle, avec internat facultatif, et les autres pour externes. Eventuellement, pour varier, on pourrait aussi organiser un cours pour dames. Les installations nécessaires à l'organisation des cours de cuisine nécessitent un crédit supplémentaire de 10,000 francs. Comme on possède l'argent nécessaire et que l'assemblée générale a autorisé le Comité à faire exécuter les travaux indispensables, le crédit demandé est alloué. L'assemblée se déclare également d'accord sur tous les autres points et charge le comité d'élaborer le programme définitif, conjointement avec la commission de l'école professionnelle.

9° **Organisation de cours spéciaux concernant les installations de chauffages et les buanderies.** M. Stigeler rapporte sur la motion de M. Saratz-Pontretrina et sur les démarches entreprises auprès de spécialistes compétents. L'étude de la question a démontré qu'on n'arriverait à aucun résultat pratique en organisant des cours généraux. En conséquence, il est recommandé de faire examiner chaque installation particulière par des spécialistes et de faire exercer un contrôle. Le conseil de surveillance ne peut pas appuyer chaudement la motion, c'est pourquoi l'affaire est mise de côté.

10° **Divers.** a) Le président attire l'attention du conseil sur le concours préconisé dans la "Revue des Hôtels" pour de nouvelles formes de propagande. L'affaire est renvoyée au comité pour examen et rapport.

b) La désignation des représentants de la Société suisse des hôteliers aux comités de groupes de l'Exposition nationale est laissée au comité et à M. Tschumi, délégué de la Société suisse des hôteliers à la grande commission de l'Exposition.

c) M. Osswald attire l'attention du conseil sur le fait qu'on se propose d'imposer les automobiles étrangères. Il demande que la Société

suisse des hôteliers obtienne une représentation dans la commission du concordat international.

d) M. Marti et Dr. Seiler blâment la "Revue des Hôtels" d'avoir pris position dans la question de la Convention du Gothard. M. le président Hauser expose les prétentions du Comité d'action contre la Convention, prétentions qui devaient être repoussées. Le Comité a considéré la question comme ayant un caractère purement économique et c'est pourquoi il a jugé opportun de prendre position, comme il l'a fait déjà dans d'autres circonstances analogues. Au demeurant, l'opinion contraire a aussi été exposée dans la "Revue des Hôtels".

Séance levée à 4 1/4 heures.

Le président: O. Hauser.  
Le secrétaire: E. Stigeler.

## Die Schweiz und Italien. Fremdenverkehr und Cholera- nachrichten.

Die „Neuen Zürcher Nachrichten“ haben kürzlich ein Telegramm über angebliche Cholerafälle in Mailand veröffentlicht, das gleichzeitig auch von französischen, amerikanischen, österreichischen usw. Zeitungen gebracht worden ist. Obwohl diese Nachricht auf Veranlassung des italienischen Konsulats in Zürich, sowie der italienischen Handelskammer sofort demontiert worden ist, und zwar sowohl von den genannten Blättern selbst, als auch von einer Reihe schweizerischer Zeitungen, welche die unrichtige Meldung nicht gebracht hatten, so hat letztere gleichwohl in der italienischen Presse eine Sturmflut der Entrüstung gegen die Schweiz heraufbeschworen, die sich in zahlreichen Schmähartikeln gegen unser Land und seine Hoteliers, die an der ganzen Geschichte schuld sein sollen, Luft zu machen sucht.

Seit einiger Zeit scheint es in Italien Mode zu sein, wenn die Frequenz des Fremdenverkehrs nicht den Erwartungen entspricht, die bösen schweizerischen Hoteliers für den Ausfall verantwortlich zu machen. Es hätte gewiss nur wenig Intelligenz gebraucht, um einzusehen, dass dem schweizerischen Fremdenverkehr aus einem tatsächlichen Auftreten der Cholera in Mailand keine Vorteile erwachsen können. Unsere Beziehungen zu der lombardischen Metropole, welche den Ausgangspunkt unserer beiden grossen Alpenbahnen bildet, sind zu eng und die Stadt liegt zu nahe, als dass eine solche Gefahr ohne enormen Schaden für unser Land vorüber gehen würde. Ferner sind die wirtschaftlichen Beziehungen zwischen der Schweiz und Italien so vielfache und insbesondere im Hotelwesen, wo zahlreiche Hoteliers Geschäfte in beiden Ländern besitzen, so intime, dass es nur in unserem eigenen Interesse liegen kann, wenn der Fremdenverkehr in Italien blüht und wir einen wirtschaftlich kräftigen und wohlhabenden Nachbar an der Südgrenze besitzen.

Da der Schweizer Hotelier-Verein die Anschuldigungen und Verleumdungen der italienischen Presse nicht auf sich sitzen lassen konnte, hat er den Zeitungen die nachstehende Mitteilung zukommen lassen:

„Die italienische Presse ergeht sich neuerdings in gehässigen Ausfällen gegen die Schweiz, weil kürzlich einige schweizerische Blätter Nachrichten über angebliche Cholerafälle in Italien gebracht haben. Es wird behauptet, dass an der Veröffentlichung dieser alarmierenden Berichte allein die schweizerischen Hoteliers Schuld seien, welche in ihrem Konkurrenzneid den auf die grossen Festlichkeiten zu erwartenden Fremdenstrom von Italien abzulenken können. Um dies zu ermöglichen, würden in allen grossen Hotels der Schweiz Plakate zum Aushang gebracht, um die Fremden vor einer Reise nach Italien zu warnen, weil dort die Cholera grassiere und täglich Hunderte von Opfern fordere. Auch auf den Menüs seien solche Warnungen angebracht.“

Als eine Folge des in Italien herrschenden Fremdenmangels hat die Handelskammer in Florenz an die römische Zentralhandelskammer und alle Industrie- und Handelsvereine einen Aufruf erlassen, in welchem sie zu einem allgemeinen Boykott der schweizerischen Waren auffordert, da „Worte und Vorstellungen nichts gefruchtet“ hätten.

Schon letzten Herbst hat der Schweizer Hotelier-Verein in der Fachpresse ähnliche Angriffe zurückgewiesen und als Lügen entlarvt. Auf die Aufforderung, nur ein einziges schweizerisches Hotel zu nennen, in dem warnende Plakate angebracht seien oder Menüs mit dergleichen Bemerkungen aufgestellt würden, ist man in Italien die Antwort schuldig geblieben. Auch jetzt wird der Beweis für diese Behauptung nicht erbracht werden können, weil diese Tatsachen absolut widerspricht. Der Schweizer Hotelier hat es nicht notwendig, mit solch verwerflichen Waffen zu kämpfen, und wir protestieren deshalb energisch gegen die perfiden Beschimpfungen.

Jenseits der Alpen dagegen nimmt man es mit der Veröffentlichung von Nachrichten, die den schweizerischen Fremdenverkehr schädigen können, nicht so genau.

Wenn nur die Sensationslust des lesenden Publikums befriedigt werden kann, so sind die italienischen Zeitungen zufrieden. Wir erinnern an das letztjährige Hochwasser in Luzern, über welches die „Tribuna illustrata“ in Rom unter dem 26. Juni 1910 ein farbiges Schauerbild nebst dazu passendem Text, betitelt: „Un episodio della terribile inondazione di Lucerna“ veröffentlichte, in dem geradezu der Untergang der schweizerischen Fremdenmetropole dargestellt war!

Wenn die „Neuen Zürcher Nachrichten“ kürzlich unwahre Berichte über Cholerafälle in Mailand gebracht haben, so ist deren Veröffentlichung nicht im Auftrage der schweizerischen Hoteliers erfolgt. Für die Verdächtigung der schweizerischen Presse, dass sie im Dienste der Hoteliers stehe und dieser zu Liebe falsche Nachrichten publiziere, mögen sich unsere Zeitungen in Italien selbst bedanken.“

## Zum Kapitel Reklame-Fragen.

Es ist gerade in letzter Zeit soviel über Reklame gesprochen und beratschlagt worden, so manch ein fachkundiges Urteil, oder eine rege Phantasie hat sich uns kund getan, dass wir heute glauben sollten, es mangle nur noch an der Tat, die vielen Vorschläge in praktische Anwendung zu bringen. Und doch wird es noch viel Nachdenken und Anstrengungen erfordern, um den ausgestreuten Samen reifen zu lassen.

Immerhin wird nach den vorausgegangenen Artikeln und auch nach eigener Ueberlegung der sich mit dieser Frage Beschäftigende doch allmählich zur Ueberzeugung kommen, dass eine gut einstudierte Kollektiv-Reklame den heutigen Bedürfnissen am zweckmässigsten entsprechen könnte. Wie uns ja bekannt ist, haben sich bereits verschiedene Vereinsmitglieder eingehend auf diesem Gebiete betätigt; doch ist bis heute eine völlig befriedigende und geregelte Durchführung der Angelegenheit noch nicht erzieht worden. „Aller Anfang ist schwer“, gewiss, aber „wo ein Weg ist, da ist auch ein Ziel“. Und so bedarf auch die Reklame-Frage noch einer gründlichen Durchforschung und unser Wohl und Wehe gebietet uns, aus den zahlreichen Vorschlägen vorerst noch die die Spreu von dem Weizen zu sondern und das Beste zu behalten. Einmal mit den nötigen Erfahrungen ausgerüstet, können wir alsdann die Reform im Propagandawesen auch vornehmen und sicherlich wird der erwünschte Erfolg nicht ausbleiben.

Stellen wir uns vorerst die Aufgabe, nach dem Hindernis, an dem die Kollektiv-Reklame schon so oftmals gescheitert ist, zu forschen, so finden wir es leider häufig in der Uneinigkeit der Hoteliers selbst. Es ist jedermann zu Genüge bekannt, wie kleinliche Parteifragen oft gewichtige Diskussionen unterwühlen und ernsthaft Bestrebungen ersticken. Meine verehrten Herren Kollegen mögen mir verzeihen, wenn ich hier ganz frei und offen spreche; aber — es muss einmal gesagt werden — die Meinungsverschiedenheiten sind in den meisten Fällen nur dem egoistischen Brotenneid des Einzelnen zuzuschreiben. Hier und da mögen ihnen auch Gleichgültigkeit oder Unaufgeklärtheit zu Grunde liegen.

Ich möchte daher die Kollektiv-Reklame in erster Linie als ein gemeinnütziges Unternehmen hinstellen, das zum Zweck hat, für Erhaltung und Ausdehnung unseres von der ausländischen Konkurrenz bedrohten Hotel-Gewerbes Vorsorge zu treffen.

Es müsste alsdann eine solche Propagandaförmung gefunden werden, die kraft ihrer Wirkung vermöchte, den ausländischen Reisestrom auf unsere Schweiz zu lenken und ihn für unsere Naturschönheiten zu fesseln; die Verteilung auf die einzelnen Gebiete würde sich dann leicht von selbst vollziehen, nicht zu vergessen, dass dem reisenden Publikum in der Schweiz beinahe überall unsere fachgewandten Verkehrs- und Kurvereine beratend an die Hand gehen. Aber auch der Hotelier könnte in eigenen Lande der Förderung des Fremdenverkehrs grosse Dienste leisten, wenn er oder sein Vertreter sich stets — was ja vielfach auch schon geschieht — der Mühe unterziehen wollten, in höflicher, unaufdringlicher Weise seine Gäste nach der Weiterreise zu befragen und sie gegebenenfalls mit Empfehlungskarten auszustatten. Es würde dem Fremden dadurch oftmals die Unannehmlichkeit erspart bleiben, in ein unpassendes Haus reinzufallen, wodurch sehr oft die Reiselust beeinträchtigt wird. Bezüglich der Kollegialität könnte dadurch ein freundlicheres Einvernehmen erwirkt werden. Die allgemeinen Interessen wären gewahrt, indem zugleich auch der Schutzkonkurrenz des Schmierens, womit leider noch immer durch Bestechung gewisser Hotel-Angestellter grosser Missbrauch getrieben wird, die Spitze gebrochen würde.

Im weitern möchte ich noch auf die vielen abschleichen Plakate, Affichen und Reklame- tafeln hinweisen, die unsern herrlichen Gegenden oftmals nicht nur zur Unzieder gereichen, sondern geradezu einer Schändung der Natur gleich kommen, so dass es beinahe als Wohlthat empfunden würde, wenn durch die Kollektiv-Reklame gleich hier reformierend eingeschritten und das Propagandawesen künstlerisch ausgestattet würde. Herr Dr. Otto Kölner hat uns da bereits verschiedene, gute Ideen unterbreitet.

Meinerseits möchte ich zu diesem Zwecke noch den Theater-Vorhang oder die Theater-Programme in Vorschlag bringen. Diese Reklame würde allerdings ziemlich kostspielig werden und müsste nach den einzelnen Richtungen hin gehörig ausgearbeitet und überdacht werden. Aber wenn jährlich so viele Summen nutzlos zu Reklame-Zwecken verwendet werden, warum sollte nicht auch diese einmal gewagt werden. Ich denke mir die Sache z. B. so, dass sämtliche Verkehrsvereine der Schweiz, wie auch die Hoteliers im Verhältnis ihrer Bettenzahl hierzu Beiträge zu leisten hätten, die dann einem — vom Schweizer Hotelier-Verein erwählten — Ausschuss zur Verwaltung und praktischen Verwendung anvertraut würden.

Man stelle sich nur mal die Wirkung vor, die eine hehre Schweizer Alpenlandschaft auf ein grossstädtisches Publikum vor Beginn einer Vorstellung ausüben würde, sagen wir z. B. „Luzern in der Morgendämmerung“. Im Hintergrund die zackigen Gipfel des Pilatus, von leuchtender Morgensonne vergoldet, seitwärts die liebliche Rigi noch friedlich im Frühlicht schlummernd. Während unten auf der berühmten Gobelbrücke an der grünen Reuss ein früher Morgenwandler andächtig nach den historischen Museggtürmen blickt und Luzern's interessante Geschichte an seinem Geiste vorüberziehen lässt, löst sich am Schweizerhofai geschäftig ein Boot frei, um auf den kräuselnden Wellen des Vierwaldstättersees eine Rundfahrt zu unternehmen und in vollen Zügen nach Klopstock's Worten: „Schön ist, Mutter Natur, deiner Schöpfung Pracht“, das prächtige Naturschauspiel geniessen zu können.

Ähnliche herrliche Bilder liessen sich viele finden, z. B. die Jungfrau im Abendglühn, vom Höhenweg aus gesehen, oder ein Winter-Idyll aus dem Bündnerland, wo beim Anblick des gesunden Sportlebens sich schon die Muskeln straffen, um in freier Natur die kranken Nerven zu heilen. Ich glaube, mit Recht annehmen zu dürfen, dass derartig künstlerisch ausgeführte Theater-Vorhänge, oder kinematographische Produktionen nicht nur einen vorübergehenden Genuss verschaffen, sondern einen bleibenden Eindruck hervorrufen würden, welcher sicherlich den Anlass zu mancher Schweizerreise geben würde. II.

## Die Reklame der Hotels.

Von H. Bohrmann, Bern.

Es ist für einen Reklamefachmann kein geringes Vergnügen, die gestellten, von gesunder Skepsis durchdrungenen Ausführungen von Dr. Kölner über „Reklame-Fragen“ zu lesen. Für den Hotelier dürfte die Lektüre vermuthlich von geringerem Genuss, aber dafür von desto grösserem Nutzen sein. Ihm blüht am Schlusse der höchst anregenden und begrüssenswerten Aufsätze das bittere Gefühl, seit Jahren grosse Summen Geldes dem Moloch Reklame unnütz geopfert zu haben, und trotz aller greifbaren Vorschläge, die Dr. Kölner macht, sieht er für die Handhabung der Reklame zu gunsten seines Geschäftes den festen Boden unter seinen Füssen schwinden.

Wie soll ein Hotelier für sein Haus Reklame machen? Diese Frage wird in den Dr. Kölner'schen Aufsätzen unbeantwortet gelassen. Sie kann auch gar nicht in einigen kurzen Aufsätzen oder einem Leitfaden generell behandelt werden, da die Erfordernisse in jedem einzelnen Falle verschiedene sind. Das ist eine Binsenwahrheit; aber man spricht sie immer nur aus und handelt nicht darnach.

Soll der Hotelier überhaupt Reklame machen? Fast drängt sich diese Frage als Schlussfolgerung aus den interessanten Ausführungen auf, obwohl ihre Verneinung sicher nicht Sinn und Absicht des Verfassers war. Ich möchte jedenfalls davor warnen, das Kind mit dem Bade auszuschütten und die Reklamegelder im Budget zu streichen. Ich bin sogar der Ansicht, dass Herr Dr. Kölner in seinem abfälligen Urteil über die Wirkungen der jetzigen Reklame entschieden zu weit geht, und will nur in betreff der so verpönten Inseratenreklame einen sehr leicht denkbaren Fall heranziehen, der, wenn auch konstruiert, doch die grösste innere Wahrscheinlichkeit für sich hat. Es fährt Jemand nach Bern. Er weiss nicht, wo er absteigen soll und fragt einen Bekannten, der vor einiger Zeit in Bern war. Dieser empfiehlt das Hotel, in dem er gewohnt hat, auf dessen Namen er sich aber nicht mehr besinnen kann. Kurz darauf findet er den Namen in seinem Kursbuch oder in seiner Zeitung und teilt ihn stracks dem Freunde mit. Hotel Schweizerhof. Wird nun dieser, wenn er ins Hotel kommt und über den Anlass zur Wahl dieses Hauses befragt wird, nicht sagen: Es ist mir von einem Freunde empfohlen worden? Unzweifelhaft. Und doch dürfte der Hotelier nicht daraus schliessen, dass das Geld für sein Inserat weggeworfen war.

Ich bin also nicht ganz der Meinung des Herrn Dr. Kölner, und ich könnte seinen Ansichten und Folgerungen noch vielfach andere Ansichten und Folgerungen entgegen setzen. Das ist aber keineswegs meine Absicht, wäre vielmehr höchst unfruchtbar. Es ist nichts leichter, als solcherart in Kleinigkeiten zu polemisieren, und wenn ich eine zweite Auffassung vorbringe, so werden von hundert andern Seiten hundert andere Auffassungen auftauchen, die gerade so berechtigt sind, die gerade so auf gemachten Erfahrungen beruhen und doch alleamt nichts wert sind, weil sie die ganze Frage zersplittern.

Ich tue mir also auf meine abweichenden Ansichten gar nichts zu gute, sondern will vielmehr versuchen, einen höheren Standpunkt zu gewinnen, um Möglichkeiten, Wirkungen und Grenzen der Reklame zu überschauen. Und von solchem Standpunkte aus scheinen die vielen guten Gedanken, Anregungen und Vorschläge zur Besserung der Verhältnisse und zur Verhütung der Geldvergeudung ein wenig wird durcheinander zu laufen. Dem Laien wird Urteil und Wahl schwer. Und der Hotelier ist doch in bezug auf die Reklame grossenteils Laie. Die Reklame ist eine Kunst, und wer sie richtig handhaben will, muss Schriftsteller, Drucker, Künstler, Psychologe, Geschäftsmann und am Ende noch manches andere zugleich sein. Das „Hotelier Spiel“ bliebe da

höchstens als kleine Nebenbeschäftigung übrig. Die Fachleute, die sich dem Hotelier auftragen, die Inseratenjäger und Drucksachen-Agenten, fallen gänzlich ausser Betracht. Denn diese leitet nur ihr eigenes Interesse: Die Jagd nach dem Auftrag.

In das Gewirr von Fragen und Anregungen kann nur einer Ordnung bringen: der Organisator. Organisation heisst das grosse Schlagwort unserer Zeit, Organisation ist das Geheimnis des geschäftlichen Erfolges, und der Organisator ist diejenige Persönlichkeit im Geschäftsleben, die den grossen Aufschwung, das Gedeihen bringt, der wichtiger ist als Technik, Fachmann und Beamter. Man blickt so gern nach Amerika. In Amerika herrscht der Organisator. Er hat den Grundsatz aufgebracht, dass Niemand eine Arbeit tun soll, die ein anderer ebenso gut und billiger machen kann; er lehrt den andern, dass das System und nicht die geniale Disposition den Erfolg verbürge. Denn das erprobte System steht dem Durchschnittsmenschen zur Verfügung, aber die Genialität nicht. Und dem Ausbau des „Systems“, der ständigen Prüfung und Erprobung neuer Vorschläge und Reklamemöglichkeiten, der besten, am meisten Zeit und Geld sparenden Art der Reklame für jede Art von Geschäft, kurz der auf praktischer Erfahrung fussenden Theorie der Reklame sind dort drüben bedeutende Unternehmungen gewidmet.

Warum können wir das nicht? Bei uns muss jeder Geschäftsmann und jeder Hotelier seine Erfahrungen selbst sammeln; jeder immer von Neuem. Welche enorme, welche phantastische Geld- und Kräfteverschwendung! Wer gibt dem Hotelier für seinen Einzelfall genau ausgearbeitete, auf Erfahrung fussende und vor allen Dingen vollkommen unparteiische Pläne und Ratschläge für seine Reklame? Und wer sucht die auseinanderstrebenden Kräfte zusammenzuführen, gleichlaufende zu kombinieren, die gemachten Erfahrungen zum Nutzen aller mit wissenschaftlicher Genauigkeit zu ergründen und zu prüfen? Das müsste eine dankbare Aufgabe für einen Reklame-Organisator sein. Oder? — Am Ende würden Misstrauen und kleintliche Hüten der eigenen Erfahrungen unsere Hoteliers hindern, diesem Organisator sich anzuvertrauen: der liebe Nachbar könnte auch davon profitieren! Hand aufs Herz: wäre das nicht zu befürchten?

Im übrigen besitzen die schweizerischen Hoteliers ihre muster-gültige Organisation im Hotelier-Verein. Wenn die „Hotel-Revue“ in Nr. 5 vom 4. Februar 1911 vor ihrem neuen „Hotel-Führer“ warnt, so ist dies hochverdienstlich im Sinne einer Reklame-Organisation. Der gesunde Menschenverstand muss einem sagen, dass, wenn ein Hotel-Führer besteht, ein zweiter überflüssig und von Uebel ist. Schon dass überhaupt eine Arbeit in Angriff genommen wird, die schon ein anderer gemacht hat, ist ein Uding, ganz abgesehen von dem Unwert derartiger Publikationen, wie des privaten Hotel-Führers, als Reklamemittel.

Die bestehende Organisation geht noch weiter, denn schon jetzt arbeitet der Hotelierverein mit den Verkehrsvereinen und den Bundesbahnen Hand in Hand in gemeinschaftlichen Reklame-Unternehmungen, die jedem Hotelier den grössten Nutzen bringen. Nichtsdestoweniger erscheinen von einzelnen Hotels in der deutschen, französischen, englischen und amerikanischen Presse immer wieder Inserate, die sich, wie Dr. Köhler sehr richtig sagt, in der ungeheuren Menge von Reklamen verlieren, die von den wenigsten Leuten gelesen und von denen, die sie lesen, in den seltensten Fällen beachtet werden. Jeder Techniker würde sich schämen, mit einem so geringen Nutzeffekt zu arbeiten. Dennoch möchte ich nicht alle diese Inserate aussortieren. Sie können von bester Wirkung sein, wenn sie einen Stützpunkt suchen, und einen solchen bieten die Kollektivinserate der Bundesbahnen. Mir ist selten etwas sinnloser erschienen, als jene Inserate selbst angesehenen Zeitungen, auf denen das Solbad Salzlake, das Sanatorium Wassergussdorf, das Ostseebad Sandhagen, das Hotel Metropol in Kyritz und das Hotel Monopol in Neustadt neben vielen andern auf den Leser einbilden, eines immer lauter wie das andere. Solche Reklame, die nicht das Geringste nützt, ist nur ihrer selbst, d. h. des Verlegers wegen da. *Art pour l'art*, sozusagen. Aber der wirkliche Reklamefachmann bedauert solch sinnloses Schreiben. Auch die Sammelinserate mit alphabetisch geordneten Ortschaften, wie sie manche illustrierte Blätter pflegen, sind nicht viel besser. Sie brüllen noch zu sehr, sie geben keine Auskunft. Weit besser sind die nach irgend einer Ordnung zusammengestellten Sammelinserate eines bestimmten Gebietes, wie sie eben die Reklamen der Bundesbahnen, aber auch einzelner Verkehrsvereine darstellen.

Das einzelne Hotel, das allein für sich inseriert, und wäre es auch in der wirksamsten Zeitung, verliert sich. Eine Ausnahme machen nur ganz grosse Unternehmungen, die mit Millionen-Budgets rechnen. Bei den andern ist jede Einzelannonce von Uebel. Was sie vor Schaden bewahrt, ist ständiger Kontakt mit ihrem Lokalverein, ihrem Verkehrsverein, dem Schweizer Hotelier-Verein, der dann gewiss die Bearbeitung des Reklamegebietes noch ausdehnen wird. Wenn sich die Hoteliers um den lokalen Verkehrsverein scharen, so kann dadurch eine Konzentration der Kräfte erreicht werden, die dem Ort und jedem Hotel dortselbst in ungeahnter Weise von Nutzen sein muss.

Man sieht, es ist nicht durchaus notwendig, die alten Reklamemittel über Bord zu werfen. Wenn sie der richtige Mann handhabt, dann wirken sie, als ob sie neu wären. Die Zeitung z. B. ist und bleibt das Reklamemittel *par excellence*, ja sie nimmt immer noch an Be-

deutung zu. Alle von Dr. Köhler vorgeschlagenen neuen Unternehmungen aber würden doch in allererster Linie einen Mann oder meinetwegen eine Stelle voraussetzen, die sie durchführt, sie organisiert.

Hierauf kommt es an. Die Tendenzen zu einem Zusammenschluss der Kräfte sind neuerdings in der Schweiz in erfreulicher Weise am Werk. Was aber fast noch wichtiger ist, ist das, dass der Einzelne Disziplin übt und es sich zur Regel macht, Anschluss zu suchen. Das erfordert ein wenig Selbstüberwindung, ein wenig Ueberlegung, das der Nachbar in erster Linie Kollege und erst in zweiter Konkurrenz ist. Wo diese nicht herrscht, werden auch die besten aufklärenden Artikel nicht verhindern, dass der Einzelne sich für teures Geld — Witz kaufe.

## Welche Reisende suchen vornehme und welche billige Hotels auf?

Herr Direktor Max Gottlieb, Wien, schreibt unter dieser Ueberschrift in der „Int. Hotelindustrie“:

Ein Problem, welches nur auf Grund reicher Erfahrungen wenn auch nicht gelöst, so doch erörtert werden kann, ist die Frage, welche fremden Reisenden zumeist in vornehmen und welche billigen Hotels abzustiegen pflegen. Laien und überhaupt bodenständige Personen, welche sich von der Scholle höchstens zum Zwecke eines kleinen Sommerausfluges in der Heimat trennen, sind mit der Antwort auf diese Frage natürlich rasch zur Hand. Sie sagen einfach: Die Reichen suchen vornehme, die Minderbemittelten billige Hotels auf. Dem ist aber keineswegs so und die Statistik, die Fremdenbücher, noch mehr aber die Protokolle der Kriminalpolizei sprechen eine ganz andere Sprache. Der routinierte Hotelier, der aus Übung und Praxis einen Scharfblick erster Güte besitzt, weiss jedenfalls am sichersten den Wert seiner Passagiere abzuschätzen, und aus den Informationen dieser Fachleute darf man auch Schlüsse ziehen, welche eine prinzipielle Bedeutung haben. Die oben zitierte Laienantwort kann ja auch nicht ohne weiteres abgelehnt werden, aber sie bezieht sich eben nur auf die unterste Regel. Es unterliegt keinem Zweifel, dass reiche Leute, wenn sie nicht Sonderlinge sind oder etwa einen bestimmten Zweck verfolgen, nicht in Hotels zweiten und dritten Ranges absteigen werden, und ebensowenig wird sich ein Reisender, der mit seinen Heilern zu rechnen hat, in ein vornehmes Hotel ersten Ranges wagen, da er sich — nicht immer begründeterweise — vor der Rechnung fürchtet. Das sind also Ansichten, die aus der Natur der Sache stammen. Also keiner Erörterung bedürfen. Ganz anders verhält es sich mit deren „Ausnahmen“, für welche die Erfahrungen übrigens gleichfalls schon Regeln aufzustellen vermöchten. Beginnen wir die Rundschau mit den Nationalitäten, aus denen sich ja stets die Eigenart, die Lebensgewohnheiten, die Existenzbedürfnisse und meistens auch die persönlichen Gewohnheiten des einzelnen ableiten lassen. Der Engländer, der Russe und der Franzose, der Belgier und der Amerikaner suchen fast ausnahmslos grosse und vornehme Hotels auf. Sie alle sind praktische Reisende und kalkulieren, dass ihnen nur dort die nötige Bequemlichkeit, ein gewohnter Luxus und besondere Aufmerksamkeit, zeitliche Annehmlichkeiten und auch eine treffliche Verpflegung geboten werden können. Sie wohnen lieber in einem erstklassigen Hotel in höheren Stockwerken, beanspruchen nicht einmal Strassenansicht, da sie sich wenig in ihren Appartements aufhalten, aber sie wollen eben in einem vornehmen Hotel abgestiegen sein — aus Repräsentationsrücksichten. Wir sprechen hier von solchen Reisenden, welche nicht über allzu grosse Mittel verfügen, sondern ein bestimmtes Budget nicht überschreiten wollen.

Der Reichsdeutsche ist auf Reisen ein typischer Rechenmeister: er sucht Hotels mittleren Ranges auf, fragt schon beim Beziehen seines Logements nach den Preisen und wohnt lieber in einem mittleren Hotel in der ersten Etage, als in einem erstklassigen in dritten Stockwerke. Der Reichsdeutsche beansprucht, wo immer er absteigt, ganz besondere Aufmerksamkeit, pünktliche Einhaltung aller seiner Anforderungen, tadellose Bedienung und Wertschätzung. Die Italiener sind zumeist anspruchsvolle Gäste, mit allem zufrieden, sie klügeln nicht hinsichtlich der Preise und suchen auch nicht Hotels mit hochklingenden Namen, wohl aber mit Vorliebe solche auf, in denen sie in ihrer Muttersprache verkehren können. Ein äusserst anspruchsvoller und vornehmer Gast in den Hotels ist der Rumäne. Er reist nicht oft, wenn er aber das Ausland besucht, will er elegant reisen, ist freigebig mit Trinkgeldern, wohnt bequeme und schöne Räume mit Strassenansicht, alle irdischen Bequemlichkeiten, Aufmerksamkeiten, er fellscht nicht, sondern spielt den *grand seigneur*.

Die Reisenden aus den Balkanstaaten, Bulgaren, Serben, der Montenegro und Albanen, sind bedürfnislos, und ihnen dünkt die Unterkunft in einem gut bürgerlichen Hotel mittleren Ranges als höchst befriedigend. Sie sind auf ihre heimatischen Verhältnisse gestimmt und daher ist ihre Zufriedenheit wohl erklärlich. Der Türke — die Kaufleute, welche in Geschäften reisen, ausgenommen — ist Gast in den vornehmsten und ersten Hotels; er liebt den Luxus und höchste Bequemlichkeit, er befindet sich in einem stetigen Zustande des Ruhebedürfnisses und will von jeder Indiskretion, von jeder Aufregung oder kleinlichen Neugierden

verschont bleiben; er zahlt daher auch willig, was man von ihm fordert, ohne zu mäkeln oder zu reklamieren.

Ganz selten praktische Reisende sind die Nordländer, der Schwede, der Norweger, und auch der Däne und Holländer. Man findet in den Fremdenlisten nicht allzu häufig Hotelgäste aus diesen Staaten, reisen sie, so sind sie wohl situiert, aber sie rechnen auch sicher und klug, sie wollen für ihr verausgabtes Geld auch volle Gegenleistung, sie beziehen zumeist erste Hotels, lehnen jedoch alle Prunkräume ab, in denen sie sich nicht behaglich fühlen, sondern verlangen bescheidenen Komfort, peinlichste Sauberkeit und exquisite Bedienung; sie sind von ungewöhnlicher Lebenswürdigkeit, suchen einen trefflichen Tisch und fühlen sich auf der Reise in kleinen Verhältnissen ebensowenig wohl, wie der feine Engländer, der das Geld im Ausland überhaupt nicht ansieht, sondern darauf stolz ist, als reicher Mann behandelt zu werden.

Spanier und Portugiesen sind keine beliebten Hotelgäste; sie finden sich gerne in vornehmen Absteigequartieren zusammen, aber sie rechnen und finden zudem alles entsetzlich teuer. Spanier und Portugiesen sind überhaupt keine ausgesprochenen Freunde des Deutschtums, vor dem sie nur reservierte Position einnehmen; über ihren heissblütigen Charakter ist von Hotelangestellten und auch von Hoteliers selbst häufig geklagt worden; sie sind auch nicht freigebig. Einzelne Fälle ausgenommen, wo sie mit dem Gelde völlig herumwerfen, um von sich reden zu machen.

Der spießbürgerlichste Reisende bleibt allzeit der Oesterreicher selbst. Von der Mehrzahl darf man sagen, dass sie mit einer Scheu vorerst die Tarife durchstudieren und selbst im Hotel die Zimmer noch wechseln, wenn ein etwas billigeres Logement frei wird; sie klagen auch über die hohen Preise für Beleuchtung, Bedienung, Beheizung und alle Nebenauslagen; sie zeigen sich hinter dem gutmütigen Gesichte als anspruchsvoll bis zur Kleinlichkeit, aber dennoch herrscht das Bedürfnis vor, auch „für etwas Besonderes“ gehalten zu werden. Um dies leichter und sicherer zu erreichen, suchen sie bürgerliche Mittelhotels auf, wo man ja ihre Provinzschwächen kennt und sie auch demgemäss behandelt. Aus diesem Grunde findet man auch in den Hotels zweiten Ranges heute schon manchen Luxus, vornehme Ausstattung, wenigstens auffallenden Gänge, Stiegen und Zimmerschmuck, der dem einheimischen Provinzreisenden so sehr gefällt und seinen Reiseerinnerungen das richtige Milieu gibt.

Eine andere Scheidung der Qualitäten kommt in dem Reisezwecke zum Ausdruck.

Der Geschäftsreisende aller Nationen ist über eine Form gearbeitet; er will möglichst billig wohnen, möglichst im Zentrum der Stadt, möglichst viele Begünstigungen geniessen, lässt sich aber doch nirgends als „Begnügter“ behandeln. Er ist über alle Konditionen genauestens informiert, speist stets ausser Hause, und man heisst ihn dennoch überall bestens willkommen, weil er in bestimmten Terminen wiederkehrt und bei seinen Berufskollegen für jenes Hotel kostenlos Propaganda macht, wo man ihn am meisten berücksichtigt. In solchen Fremdenberühmungs-Unternehmungen ist der bürgerliche Geschäftsreisende, der Pensionist, der kleine Rentier heimisch, und diese sind auch die beliebtesten Gäste, weil sie ohne Einwendung behalten, in der Regel im Hotel speisen, das Personal nicht zu viel in Anspruch nehmen und überdies den Ruf des betreffenden Gasthofes befestigen.

In den ersten und vornehmsten Hotels findet man natürlich auch den Offizier; er bewohnt zwar dort Hinterräume — wenn er nicht Privatvermögen besitzt — aber er entschliesst sich selten, ein billiges Hotel aufzusuchen, er speist niemals im Hotel, sondern schläft nur dort, hat daher keine Repräsentationsräufe nötig. Man hat zwar in der Grossstadt sogenannte „Offiziershotels“, in denen Bonifikationen zugesichert sind und die von den dienstlich hier weilenden Herren ohne Privatvermögen auch häufig frequentiert werden, aber — diese Praxis nimmt merklich ab — man will nicht zu „jener Durchschnittsmenge“ zählen, sondern sich etwas vornehmeres leisten.

Zu den Stammgästen der ersten und vornehmsten Hotels zählen die Bühnenkünstler, Komponisten, die Sterne der Artistentruppen, berühmte Literaten, also die Vertreter der schönen und auch minder schönen Künste, bei denen viel Geld verdient wird. Sie sind gesuchte, liebwerte Gäste, welche ein „Haus“ machen, Besuche empfangen, grosse Rechnungen aufbauen, sie bezahlen, ohne einen Blick darauf zu werfen; sie sind gegen das Personal von verschwenderischer Freigebigkeit und Jovialität. Den Hotelbesitzern ist diese Gruppe von Gästen angenehmer wie der Hochkadett, der bekanntlich seine Rechnung durch die Sekretäre und Kammerdiener bezahlen lässt, die ihrerseits nicht mit jeder Post zufrieden sind und ihrer Herrschaft „sparen“ helfen. Als letzte Type von Hotelgästen, welche die vornehmsten Etablissements frequentieren, seien noch jene zweifelhaften Existenzen erwähnt, welche ein Abenteuerleben führen, verkraachte Elemente, welche zwischen den Gesetzen wandeln, von Unterstützungen früherer Beziehungen ihr Dasein fristen, Lebemänner und auch Lebendamen, welche solche Beziehungen anknüpfen, Spieler, welche von Monte Carlo kommen oder dahin reisen, ferner obskure Naturen, welche bereits schuldbeladen ein Flüchtlingsdasein fristen. Alle diese sind logischerweise keine Rechenmeister, sie haben das nicht notwendig, sie spielen *va banque* und jeder Tag, der ihnen in freier Bewegung vergrönnet ist, muss dem Genusse, dem Luxus, der Bequemlichkeit gewidmet sein. Bei dieser Sorte von Auslandsreisenden spielt die Rechnung überhaupt keine Rolle; sie zahlen, wenn sie haben,

sie honorieren das Personal königlich, pumpen es auch zuweilen an, wenn gerade Ebbe ist, häufig bleibt die Flut gänzlich aus und der Hotelier hat das Nachsehen, wenn der Gast eines Tages nicht mehr wiederkehrt von einem — Spaziergange. Wären nicht die wackeren Mitglieder der „Hotelbrigade“ unserer Polizei am Platze, der Schäden gäbe es noch viel mehr. Solche Elemente aber sind schon beim Eintreffen überwach, man kennt sie nicht, aber man „fühlt“ sie förmlich: in kleinen Hotels treten sie niemals auf, dort wären sie unmöglich.

## Vermischtes.

Ueber einen gesunden Appetit müssen die Pariser verfügen; davon zeugt eine heitere Statistik, die der *Gazette* mitgeteilt hat. Sie wollte ergründen, wie die Pariser den heiligen Abend feiern, und wandte sich an einen Beamten der Marktallienverwaltung, der dem Ausfrager eine erschöpfende Antwort geben konnte. Seit jeher ist dem Pariser der Weihnachtsabend der Anlass zu einem üppigen Festmahle. Im letzten Jahre wurden in den Markthalen für das Reveillon-Souper gekauft: 189,848 Kilo Gekochtes, 70,000 Kilo Butter, 200,000 Kilo Blutwurst, 9308 Stück Wild, 131,600 Pfund Käse, und rund 280,000 Pfund Seefische, 17,700 Pfund Flussfische, 28,700 Pfund Muscheln und Krabben, 9000 Pfund Weinbergshochweizen und genau 76,000 Pfund frische Austern, ungerchnet all die Leckerbissen, welche nicht auf dem Umweg über den Markt in die Pariser Küchen fliessen.

Wie die Gewitter auf der Erde verteilt sind, am häufigsten kommen die Gewitter in Java vor, denn dort zählt man im Durchschnitt 97 Gewittertage im Jahre. Es folgen Sumatra mit 86 Tagen, Hindostan mit 65 Tagen, Borneo mit 54, die Goldküste in Afrika mit 52 und Rio de Janeiro mit 51 Tagen. In Europa sind die häufigsten Gewittertage die erste Stelle ein, es kommt dann Oesterreich mit 23, das Grossherzogtum Baden, das Königreich Württemberg und Ungarn mit je 22 Tagen, Schlesien, Belgien, Bayern mit je 21, Holland, die Provinz Brandenburg, mit je 18, Frankreich und Südrussland mit je 16, Grossbritannien und die Schweiz mit je 7, Norwegen mit 4 Gewittertagen. In der Türkei und den Polargegenden sind Gewittererscheinungen äusserst selten, die nördlichste Grenze der Zone, in der man Gewitter wahrnimmt, geht durch Island, Nowaja-Semlja und die Küste von Sibirien; im höheren Norden sind die Nordlichter die einzigen elektrischen Naturerscheinungen.

Das grösste Hotel der Welt. New-York wird in kürzester Zeit das grösste Hotel der Welt besitzen, das mit einem Kostenaufwand von nahezu 100 Millionen Fr. errichtet werden wird. Der Bauplatz allein kostet 87 Millionen Fr. Das Hotel wird 1600 Fremdenzimmer und 1000 Baderäume besitzen und das Gebäude, das im Zentralbezirk errichtet werden wird, soll 26 Stockwerke hoch werden. Das Hotel soll vorzugsweise für Geschäftsleute bestimmt sein und nicht für ultra-schöne amerikanische Reisende und wird an vier der Hauptstrassen Eingänge besitzen. Im Erdgeschoss wird ein ungeheurer Ratskeller eingerichtet und auf dem Dach ein Badgarten und ein türkisches Bad. Mr. Charles Laft, der Bruder des amerikanischen Präsidenten, ist einer der Direktoren der Korporation, die die Hotelgesellschaft finanziert. New-York ist bereits eine Hotelstadt, aber trotzdem ist noch Platz für weit mehr vorhanden und speziell für ein Hotel, wie das projektirte.

Der grosse Durst. Der „Flk. Ztg.“ wird aus New-York geschrieben: „Kann man 80 Tage hintereinander täglich eine gebrauchte Taube essen?“ Diese tief sinnige Frage hat in Amerika zu vielen Wetten Anlass gegeben, die, soviel man weiss, alle in negativem Sinne entschieden wurden. Ein anderes, nicht minder wildbewegendes Problem ist kürzlich in St. Louis gelöst worden. Dort hatte am Wahltag eine weithin bekannte Lokalfigur, der „Colonel“ Abe Slusky, behauptet, er könne an 30 aufeinanderfolgenden Tagen je 20 Flaschen Bier trinken. Es wurde eine Wette abgeschlossen, ob der „Colonel“ gewonnen hat. Dafür ist ihm der Betrag von 250 Dollars ausbezahlt worden, ausserdem darf er sich beim besten Schneider seiner Heimatstadt einen feinen Anzug machen lassen. Wasser hat dieser Durstige in St. Louis gar nicht getrunken, lud ihn aber seiner Freunde zu einem Fläschchen einer stärkeren Flüssigkeit ein, so hat er solche Einladungen nicht schüchtern zurückgewiesen. Die Brauer, die natürlich ein grosses Interesse an dem Gelingen des Experiments hatten, liessen dem „Colonel“ sofort, nachdem die Wette zum Austrag gebracht worden war, ein Diner servieren. „Colonel“ Slusky hat während des Monats 11 Pfund an Gewicht zugenommen und er erklärt sein Befinden für ausgezeichnet.

Alkoholfreies Bier mit Alkohol. Eine merkwürdige und vorläufig unangeklärte Erscheinung, die im Gefolge der alkoholischen Gärung auftritt, hat der Chemiker Overbeck entdeckt und zum ersten Male dem wissenschaftlichen Institut für Brauerei in England mitgeteilt. Der Fachmann war mit Verwunderung beschäftigt, als er bemerkte, dass Bier, mit Alkohol durchsetzt worden war. Es zeigte sich beispielsweise, dass Bier, die nach der ersten Behandlung nur noch 0,2% Alkohol enthalten hatten, später wieder 1—1½, und sogar bis 2% Alkohol behielten. Man könnte nun glauben, dass eine Nachgärung eingetreten war, aber die Flüssigkeit war in allen Fällen durchaus frei von Hefe, sodass eine Erklärung nach dem bisherigen Stand der Kenntnisse unmöglich erscheint. Overbeck meint, es könne nur angenommen werden, dass entweder ein rein chemischer Vorgang vorliege, oder dass im Bier noch einige bisher unentdeckte geliebene Fermente enthalten seien, deren Wirkungen unter den Bedingungen jenes Experimentes in die Erscheinung treten. Für die Brauereiwissenschaft können diese Beobachtungen unter Umständen Folgen von grossem Interesse haben. (M. N. N.)

Fischfleisch als Nahrungsmittel. Auf Grund eingehender Berechnungen geben laut M. N. N. Prof. König und Dr. Spittler über den jährlichen Gesamtverbrauch an Fischen für den Kopf der Bevölkerung in Deutschland 16,8 Kilo an, wovon etwa 6 Kilo auf Seefische entfallen. Da der nicht essbare Teil der Fische 40—45% ausmacht, so kann man den jährlichen Verbrauch an reinem Fischfleisch zu 3½—4 Kilo pro Kopf veranschlagen. Der Verbrauch an reinem Warmblüterfleisch ist zu je 30 Kilo berechnet worden, sodass das Fischfleisch nur 1/8—1/2 des sonst genossenen Fleisches ausmacht. Ein Verlust von Nährsubstanzen bei der Fischnachbereitung entsteht dadurch, dass nicht unbedeutliche Mengen namentlich an Stickstoff bei Bräthungen, verschiedenen Heringen, also nicht zum Verbrauch kommenden Brühen übergehen, wodurch der Nährwert des ursprünglichen Fischfleisches nicht unwesentlich vermindert wird. Die Zusammensetzung des völlig entfetteten Fischfleisches entspricht im allgemeinen derjenigen des Fleisches anderer Tiere, desgleichen wird das Fischfleisch ebenso leicht und verdaut wie das anderer Tiere. Die angebliche

Schwerverdaulichkeit ist darauf zurückzuführen, dass es vielen Menschen im Geschmack nicht zusagt. Da das häufig von vorzuziehender, wasserreicher Fischfleisch infolge der kurzen Kochdauer meist nur 5-15% Wasserverlust erleidet (gegen 40-43% beim Rindfleisch), so muss, um die gleichen Nährstoffmengen zuzuführen, das zu verzehrende Volumen Fischfleisch dementsprechend bis zum dreifachen größer sein. Da derartige Mengen aber meist nicht genossen werden können, so wird sich bald nach der Mahlzeit das Gefühl der Leere im Magen einstellen; für die Fischdauerwaren mit geringerem Wassergehalt kommt letzteres nicht in Betracht. Unter Annahme von 40% Abfällen erreicht der Preis der gewöhnlichen Süßwasserfische mehr oder weniger denjenigen von Rind- und Kalbfleisch, während das Fleisch der gewöhnlichen Seefische sich durchschnittlich um die Hälfte billiger stellt.

### Kleine Chronik.

**Berlin.** Am 10. d. verstarb hier der Besitzer des Hotel Moskwa, Herr Carl Plath.

**Unterberg.** Herr Lehrer J. Waldvogel hat das Hotel Drusberg käuflich erworben.

**Frankfurt a.M.** Infolge einer Gasexplosion sind die Wirtschaftsräume des Hotel Grossmann am Ostbahnhof abgebrannt.

**Lugano.** Das Hotel International au Lac, Besitzer H. Riedweg & Disler, ist für die Saison eröffnet worden.

**Maienfeld.** Das Hotel Bahnhof Vilan (bisheriger Besitzer Herr Bislin) ist durch Kauf an Herrn Müller in Bern übergegangen.

**Ragaz.** Herr A. Steiner, gewesener Direktor des Hotel Schweizerhof in Neuchâten, hat die Direktion des Hotel Bristol in Ragaz übernommen.

**Buchs.** Das Hotel Bahnhof ist vom bisherigen Besitzer A. Frei-Thurnher um den Preis von 86,500 Franken an Herrn Chr. Gantenben, zurzeit zum "Mattenhof" in Bern, verkauft worden.

**Langenbruck.** Mit Anfang Februar hat Herr A. Diester, früher zum Hotel Schiff in Zürich, die Führung des hiesigen Gasthofes zum Kreuz übernommen.

**Thun.** Herr C. Karinger, langjähriger Direktor der Hotels Viamala und Posthotel, wird am 1. Mai die Direktion des Grand Hotel in Vöslau bei Wien übernehmen.

**Wels.** Der Gasthof zum Wilden Mann ging durch Kauf in den Besitz des Herrn Hoteliers Höng über, welcher hier sein Hotel zu vergrößern gedenkt.

**Zad Elster.** Das Hotel Reichsverweser wurde im Zwangsverkauf dem Gastwirt Herrn Adam Pastor (bisher Zwickers Restaurant dort) für 180,000 Mk. zugeschlagen. Die Schätzung lautete auf 330,000 Mk. 105,000 Mk. Hypothek blieben aus.

**Morschach.** Hier ist ein Kursaal im Werden begriffen. Das Etablissement soll in die unmittelbare Nähe des Bahnhofes zu stehen kommen. Man verspricht sich von der Verwirklichung dieses Projektes einen grossen Aufschwung des Kurortes.

**Maloja.** Obschon die Verwaltung des Kursaals Maloja dessen Winterbetrieb schon für diese Saison vorgesehen hatte, musste die Eröffnung des Hauses noch verschoben werden. Nun hat sie beschlossen, mit der Wintersaison definitiv am 1. Dezember 1911 zu beginnen.

**Triest.** Das noch im Bau befindliche Excelsior-Palast-Hotel wird demnächst eröffnet werden. Vertrieht, soll die Regierung 8 Millionen Kronen zinsfreies Darlehen zugestehen haben. Die Leitung des neuen Hotels wird Herr Generaldirektor Schalk persönlich führen.

**Dresden.** Herr Emil Robert Zschökel, zuletzt Pflichter des alten Schlüter-Hotels und früher des Hotel Lingke in der Seestraße, hat das Hotel zum Strahlener Hof, bisher dem Justizrat v. Metzsch gehörig, für den Preis von 230,000 Mk. gekauft. Es soll zu einem erstklassigen Hotel um- und ausgebaut werden. Die Übernahme erfolgt am 1. März.

**Diesse (Oberbayern).** Das über 300 Tagwerk grosse Hofgut Laachen bei Diesse am Ammersee soll sichern Vernehmen nach von einem auswärtigen Konsortium zu dem Zweck gekauft worden sein, um am See ein grosses erstklassiges Hotel mit etwa 160 Zimmern, Musikparkell, Spielplätzen, Autogaragen, Schiffhafen u. a. m. zu erbauen.

**St. Moritz.** Das Hotel Engländerhof in St. Moritz-Bad soll mit Zentralheizung versehen werden, behufs Einrichtung des Winterbetriebes auf die Saison 1911/12. — Eine jüngst auf dem Platze St. Moritz gegründete Gesellschaft beabsichtigt die Anlage einer grossen, erstklassigen Rennbahn für die Abhaltung von Sommerpferdrennen, Fohlenpöten, hippischen Sportanlässen etc.

**Pontresina.** Wie verlautet, werden in Pontresina auch andere Hotels im nächsten Winter ihre Pforten zu öffnen und Wintersaison einzuführen. Der gute Verlauf der gegenwärtigen Saison scheint dies ermutigen zu lassen, es auch mit dem Winter zu versuchen. Mit der Errichtung von Zentralheizungen soll dort, wo sich noch keine solche befindet, im Frühjahr begonnen werden.

**Berlin.** Die Hotelbetriebs A.-G. Conrad Uhl's Hotel Bristol-Zentralhotel hat das Hotel Bellevue & Tiergarten für die Summe von 5 Mill. Mk. erworben. Der Besitzwechsel hat im Betriebe und in der Leitung des Hotel Bellevue & Tiergarten keinerlei Änderungen im Gefolge. — Die Kaiserhofgesellschaft eröffnete am 1. Februar gegenüber dem Stettiner Platz das Hotel Baltic, ein grosses, modernes Haus, dessen Leitung Herr Direktor H. Suhbrig übertragen wurde.

**Montreux.** Herr Max Thierfelder, Besitzer der beiden Buffets Glion und Chaux, hat das Hotel-Restaurant Beau-Lieu in hier käuflich erworben. Kaufpreis Fr. 225,000. Das Haus ist zunächst neu renoviert und seit kurzem unter dem Namen Hotel Germania wieder in Betrieb gesetzt worden. Der jetzige Besitzer gedenkt, im Laufe der Zeit einen grösseren modernen Neubau zu errichten und das Hotel mit einem herrlichen aus exotischen Pflanzen reichen Garten auszustatten.

**Weggis.** Zufolge Verheiratung der bisherigen Besitzerin, Fr. A. Müller, ist die Firma Hotel Alpenblick abgeändert worden in Chr. Jung-Müller, Hotel Alpenblick. Das Etablissement wird durch den Bau einer Dependance im Stile eines vornehmen Luzerner Landhauses erheblich vergrößert. Der Neubau, genannt Villa Favorita, enthält 16 Fremdenzimmer, eine Privatwohnung und Gartensalon; er wird mit elektrischem Licht, Zentralheizung, Bädern etc. versehen. Die Gesellschaft ist am 30. Jahre, vom 1. Februar 1911 an, geschlossen. Das Kapital beträgt Fr. 8,175,000, eingeteilt in 16,350 Aktien von je Fr. 500. Die Aktien lauten auf den Inhaber und sind eingeteilt in 200 Stammaktien und in 16,150 Prioritätsaktien. Die Bekanntmachungen der Gesellschaft erfolgen durch Einschalten in Schweizerischen Handelsamtsblatt in Bern. Mitglieder des Verwaltungsrates sind: Fritz Lüders, von Blankenbühl a/H., wohnhaft in Bern-Willmersdorf, und Johannes Heibler, von Gera-Reuss, wohnhaft in Bern-Friedenau. Geschäftsführer: Aeschbacher-Verwaltungsgesellschaft.

**Konstanz.** Von der Konstanzener Heilung erlangen wir nachstehende Zuschrift: Die "Thurgauer Zeitung" liess sich die vorize Woche von einem Reporter berichten: "Der Besitzer eines grossen Passanten-Hotels in Konstanz, das viel von Schweizer Besuchern wird, ist über Nacht spurlos verschwunden. Diese Nachricht ist vollständig aus der Luft gegriffen, denn sie trifft bei keinem der hiesigen Hotels zu. Da das Thurgauer Blatt keine Namen nannte, und die leichtfertige Reporterarbeit durch die durch einen grossen Teil der Schweizerblätter verbreitete, so hat sie, wie immer in solchen Fällen, nach aussen hin alarmierend gewirkt, dadurch zu allerlei Gerüchten Anlass gegeben und das Hotelgewerbe am Platze Konstanz in seiner Gesamtheit geschädigt. Die Vertretung des hiesigen Hotelgewerbes stellt daher hiermit die in Frage stehende Notiz richtig und erwartet von der seriösen Presse, dass sie bei ähnlichen Nachrichten, um falsche Verdächtigungen zu vermeiden, auch gleich Namen nenne."

**Wien.** Wie die "Int. Hotel-Industrie" aus zuverlässiger Quelle erfährt, hat die Union Bank (Rothschildbank) eine erweiterte Konzession für Hotel-, Restaurant- und Caféhäuser, sowie für Fuhrwerk erworben, und zwar für den Betrieb mehrerer Stalthalterei erhalten, um ein neues Hotel zu erbauen. Das Kapital beträgt 5,000,000 Kr., welches bis auf 10,000,000 Kr. erhöht werden kann. Die Aktie ist auf 200 Kr. angesetzt. Der Bauplatz ist noch unbestimmt. Doch ist hierfür die Baugründe des demnächst zu erbauenden Gebäudes der Gartenbaugesellschaft in Aussicht genommen. Da auch das Wiener Grand Hotel, welches bekanntlich demnächst vergrößert wird, bereits im Besitze der Union Bank ist, so ist nicht zu zweifeln, dass Wien in bezug auf Hotels einen besseren Zukunft entgegen geht. Vor Frühjahr 1913 ist die Fertigstellung der Hotels nicht zu erwarten. — Das Café Mariahilf, Ecke der Mariahilferstrasse und Kasernengasse, ist um den Betrag von 800,000 Kr. in den Besitz des bisherigen Eigentümers des Wiener Künstler-Cafés am Franzensring übergegangen.

**Die Verantwortlichkeit des Hotelrektors.** Eine Anklage wegen fahrlässiger Körperverletzung, die am 16. dies vor dem Schöffengericht Berlin-Mitte verhandelt wurde, richtete sich gegen den Generaldirektor der Hotelbetriebsgesellschaft, Herrn Eduard Elkan. Die Anklage ist, wie dem "Berl. Tagbl." geschrieben wird, die Folge eines schon vor vier Jahren im Hotel Bristol vorgekommenen Unfalls.

Am 5. Dezember löste sich von der Decke des Restaurationsraumes im Hotel Bristol ein Stück des Deckenstucks und fiel dem Kellner Hermann Stadel auf den Kopf. Der Betroffene sank bewusstlos zu Boden und musste in ein Krankenhaus geschafft werden. Er hatte eine Gehirnerschütterung erlitten und es bildete sich eine Gemütskrankheit bei ihm heraus, die ihn veranlasste, einen Entschädigungsprozess gegen die Gesellschaft, von der er eine fortlaufende Rente verlangte, anzustrengen. Dieser Zivilprozess verläuft zurzeit noch bei dem Reichsgericht zur entgeltlichen Entscheidung; die zweite Instanz hatte die Klage des Kellners dem Grunde nach für berechtigt anerkannt. Inzwischen war auch noch die Anklage wegen fahrlässiger Körperverletzung gegen Generaldirektor Elkan erhoben worden. Die Lösung des Stückes war darauf zurückzuführen, dass an der kritischen Stelle über dem Restaurationsraum ein Badezimmer liegt und von dort nach und nach Wasser durchgesickert ist. Die Verhandlung, zu der mehrere Bausachverständige geladen waren, ergab, dass der Angeklagte für den Unfall nicht verantwortlich gemacht werden kann. Es erfolgte daher die Freisprechung.

**Ein Gastwirt die Pflicht, gewalttätige Gäste aus dem Lokal zu entfernen?** Eine besonders die Gastwirtswelt interessierende Entscheidung, die in ähnlicher Art wohl noch niemals Ziel einer Klage gewesen sein wird, hatte kürzlich laut "M. N. N." der III. Zivilsenat des Reichsgerichts in Leipzig zu fällen. Es handelte sich dabei um die prinzipielle Frage, ob der Wirt seinen Gästen eventuell schadenersatzpflichtig werden kann, wenn er einen ihm als gewalttätig bekannten Krawaker nicht rechtzeitig aus seinem Lokal hinausgewiesen hat. Der Vorfall, der demnächst zur Verhandlung kommen wird, ist der ausser anderen Gästen auch der Mechaniker S. Meyer anwesend war, welcher sich bereits an den Vorabend durch Streitaufschlag missliebige gemacht hatte. Beim Spiel kam es zu einem Streit, in dessen Verlauf Meyer einen Gast einen Stoss vor die Brust schlug und ihn schliesslich mit dem Bierglase schlug. In einem weiteren Augenblicke schlug der Mechaniker den hinzugeströmten Kaufmann Str. so unglücklich getroffen, dass dieser die Sehkraft des linken Auges verlor. Die Strafkammer hatte Meyer mit 2 Jahren 9 Monaten Gefängnis bestraft, während der Täter auf die Zahlung des Verletzten hin zum Schadenersatz in Höhe von 1833 Mk., sowie zur Zahlung einer Jahresrente von 800 Mk. verurteilt worden war. Für letztere war jedoch, da Meyer ziemlich mittellos war, gleichzeitig auch der Wirt haftbar gemacht worden, weil dieser anfangs zum Spiel angefordert und den langdauernden Streit mit angehört habe, ohne den ihm als gewalttätig bekannten Meyer hinauszuweisen. Der Wirt habe die Pflicht gehabt, eventuell mit polizeilicher Hilfe gegen Meyer einzuschreiten, da er voraussehen konnte, dass Meyer in angetrunkenem Zustand ebenso wie an den Vorabend den Zank und Schlägerei beginnen werde. Das Landgericht Chemnitz und das Oberlandesgericht Dresden hatten jedoch die Klage abgewiesen. Eine Haftpflicht des Wirtes bestände nicht. Der Kläger habe selbst erkennen müssen, dass Meyer ein streitsüchtiger und gewalttätiger Mensch sei. Das Reichsgericht wies die Revision zurück, da die an sich begründete Haftpflicht durch das überwiegende Verschulden des Verletzten selbst ausgeschlossen sei.

### Verkehrswesen.

gerühmt. Vor allem wird auf den Einkufeln ein sehr ruhiges und sicheres Fahren erzielt, da das Rütteln und Schütteln wegfällt, das sonst bei der Verteilung der Last auf zwei Kufen bei deren Rutschen über ungleichen Boden entsteht. Da sich beim Durchfahren von Bahnkrümmungen der Rodler mit dem Einkufeln je nach Erfordernis im grösseren oder kleineren Winkel nach innen neigen kann, wird immer ein leichtes und sicheres Beschreiben der Bögen selbst bei der schiefen Kurven erreicht, und das überaus gefährliche Schleudern aus der Bahn wird so verhütet.

### Verkehrswesen.

Schweizerische Bundesbahnen. Betriebsergebnisse im Januar 1911. Personenzahl 6,400,000. — Gepäck, Güter und Vieh 940,000 Tonnen. — Total-Einnahmen Fr. 12,271,000 (1910: Fr. 11,788,142.60). — Betriebsausgaben Fr. 9,557,000 (1910: Fr. 9,074,605.62). — Betriebsergebnis Fr. 2,714,000 (1910: Fr. 2,713,537.00).

**Wintersaison in Graubünden.** Dem grossen diesjährigen Wintersaisonverkehr der bündnerischen Kurorte illustrieren folgende Einnahmestellen der Rätischen Bahnen pro Januar 1911: Personen Fr. 245,000 (1910: Fr. 206,000); Güter Fr. 202,000 (1910: Fr. 137,000); Teleinnehme Fr. 511,000 (1910: Fr. 411,000); Überschuss der Einnahmen Fr. 261,000 (Fr. 182,000).

**Lötschbergunnel.** Wie der "Bund" berichtet ist im Januar der Sohlenstollen um 426 Meter vorgetrieben worden, nämlich auf der Nordseite um 243 und auf der Südseite um 183 Meter. Am 31. Januar hatte der Sohlenstollen eine Länge von 13,738 Meter und auf der Südseite des Gesamtlänges des Tunnel erreicht. Der mittlere Fortschritt der mechanischen Bohrung betrug auf der Nordseite 8.24 Meter, auf der Südseite 5.90 Meter pro Arbeitstag. Die Gesteinstemperatur vor Ort erreichte auf der Nordseite 27 und auf der Südseite 32 Grad Celsius. Die erschlossene Wassermenge betrug auf der Nordseite 167 und auf der Südseite 62 Sekundaliter.

### Fremdenfrequenz.

**Arosa.** Amtliche Fremdenstatistik vom 8. bis 14. Febr. 1911: Deutschland 611, England 170, Schweiz 167, Russland 87, Holland 39, Italien 12, Frankreich 25, Oesterreich 29, Belgien 6, Dänemark und Skandinavien 8, Amerika 6, andere Staaten 12. Total 1336.

**Zürich.** Fremdenfrequenz in den Hotels und Pensionen im Januar 1911: Schweiz 5,088, Deutschland 3,547, Oesterreich und Ungarn 415, Italien 291, Frankreich 523, Spanien und Portugal 60, Belgien und Holland 31, England 254, Dänen, Schweden und Norwegen 30, Russland 107, Amerika 183, Diverse 19. Total 10,606.

**St. Moritz.** Die Zählung des Verkehrsvereins ergab für den 10. d. Mts. folgendes Resultat: Engländer 749, Deutsche 816, Schweizer 369, Franzosen 204, Holländer 103, Belgier 61, Russen u. Polen 80, Oesterreicher und Ungarn 103, Portugiesen, Spanier und Griechen 6, Italiener 27, Dänen, Schweden und Norweger 15, Amerikaner 114, Angehörige anderer Nationen 15. Total 2659.

**Davos.** Amtliche Fremdenstatistik. 4. Februar bis 10. Febr.: Deutsche 1947, Engländer 599, Schweizer 568, Franzosen 352, Holländer 221, Belgier 75, Russen und Polen 713, Oesterreicher und Ungarn 277, Portugiesen und Spanier 67, Italiener und Griechen 141, Dänen, Schweden, Norweger 20, Amerikaner 68, Angehörige anderer Nationalitäten 71. Total 5,019.

**Vom 1. bis 17. Februar 1911:** Deutsche 1958, Engländer 649, Franzosen 241, Holländer 217, Belgier 63, Russen 708, Oesterreicher und Ungarn 267, Portugiesen und Spanier 58, Italiener und Griechen 139, Dänen, Schweden, Norweger 19, Amerikaner 65, Angehörige anderer Nationalitäten 66. Total 4,909.

**Montreux.** Statistique des Etrangers arrivés à Montreux pendant l'année 1910 et demandant dans les hôtels faisant partie de la Société des Hoteliers.

Un étranger, qu'il séjourne un an ou un jour, compte pour un et non pour 365 comme l'indique la plupart des statistiques.

### Wintersport.

Das Rodeln mit einkufigen Schlitten. Bislang galt, so lesen wir in der "Frg. Ztg.", allgemein das Schlittenfahren als das schönste Vergnügen beim Rodeln. Jetzt will man aber mehr und mehr zum Kunstrodeln übergehen, das heisst zum Bogenschießen, zum Durchfahren von schwierig zu nehmenden Gelände, zum Entlangschleiten an Weg- und steilen Abhängen u. a. m. Daher wird in Zukunft auf Wintersportfesten beim Rodeln genau wie beim Schlittschuhlaufen nicht nur die Schnelligkeit, sondern auch die Kunstfertigkeit zu bewerten sein. Das Kunstrodeln ist auf zweifelhafte Weise allgemein auszuüben, und man braucht deshalb zur Zeit sehr zweckmässige robuste einkufige Schlitten in den Handel. Diese erdgebundene sehr leicht und in sehr gefälliger haltbarer Form gebauten Schlitten, deren Kufen ungefähr 6 cm. breit und mit schmalen Aufhängeseiten versehen sind, finden überall grossen Beifall. Man sieht ganz und gar davon ab, ein einkufiges Rodal irgendwelche Lenk- und Bremsvorrichtungen anzubringen, weil es sich erwiesen hat, dass die Schlittschuhe an den Füssen als Hilfsmittel zum Lenken und Bremsen der Wirkung und Zuverlässigkeit von keinem Mechanismus auch nur annähernd erreicht werden können. Den Einkufnern werden verschiedene Vorzüge nach-

gelassen. So lassen wir in der "Frg. Ztg.", allgemein das Schlittenfahren als das schönste Vergnügen beim Rodeln. Jetzt will man aber mehr und mehr zum Kunstrodeln übergehen, das heisst zum Bogenschießen, zum Durchfahren von schwierig zu nehmenden Gelände, zum Entlangschleiten an Weg- und steilen Abhängen u. a. m. Daher wird in Zukunft auf Wintersportfesten beim Rodeln genau wie beim Schlittschuhlaufen nicht nur die Schnelligkeit, sondern auch die Kunstfertigkeit zu bewerten sein. Das Kunstrodeln ist auf zweifelhafte Weise allgemein auszuüben, und man braucht deshalb zur Zeit sehr zweckmässige robuste einkufige Schlitten in den Handel. Diese erdgebundene sehr leicht und in sehr gefälliger haltbarer Form gebauten Schlitten, deren Kufen ungefähr 6 cm. breit und mit schmalen Aufhängeseiten versehen sind, finden überall grossen Beifall. Man sieht ganz und gar davon ab, ein einkufiges Rodal irgendwelche Lenk- und Bremsvorrichtungen anzubringen, weil es sich erwiesen hat, dass die Schlittschuhe an den Füssen als Hilfsmittel zum Lenken und Bremsen der Wirkung und Zuverlässigkeit von keinem Mechanismus auch nur annähernd erreicht werden können. Den Einkufnern werden verschiedene Vorzüge nach-

gelassen. So lassen wir in der "Frg. Ztg.", allgemein das Schlittenfahren als das schönste Vergnügen beim Rodeln. Jetzt will man aber mehr und mehr zum Kunstrodeln übergehen, das heisst zum Bogenschießen, zum Durchfahren von schwierig zu nehmenden Gelände, zum Entlangschleiten an Weg- und steilen Abhängen u. a. m. Daher wird in Zukunft auf Wintersportfesten beim Rodeln genau wie beim Schlittschuhlaufen nicht nur die Schnelligkeit, sondern auch die Kunstfertigkeit zu bewerten sein. Das Kunstrodeln ist auf zweifelhafte Weise allgemein auszuüben, und man braucht deshalb zur Zeit sehr zweckmässige robuste einkufige Schlitten in den Handel. Diese erdgebundene sehr leicht und in sehr gefälliger haltbarer Form gebauten Schlitten, deren Kufen ungefähr 6 cm. breit und mit schmalen Aufhängeseiten versehen sind, finden überall grossen Beifall. Man sieht ganz und gar davon ab, ein einkufiges Rodal irgendwelche Lenk- und Bremsvorrichtungen anzubringen, weil es sich erwiesen hat, dass die Schlittschuhe an den Füssen als Hilfsmittel zum Lenken und Bremsen der Wirkung und Zuverlässigkeit von keinem Mechanismus auch nur annähernd erreicht werden können. Den Einkufnern werden verschiedene Vorzüge nach-

gelassen. So lassen wir in der "Frg. Ztg.", allgemein das Schlittenfahren als das schönste Vergnügen beim Rodeln. Jetzt will man aber mehr und mehr zum Kunstrodeln übergehen, das heisst zum Bogenschießen, zum Durchfahren von schwierig zu nehmenden Gelände, zum Entlangschleiten an Weg- und steilen Abhängen u. a. m. Daher wird in Zukunft auf Wintersportfesten beim Rodeln genau wie beim Schlittschuhlaufen nicht nur die Schnelligkeit, sondern auch die Kunstfertigkeit zu bewerten sein. Das Kunstrodeln ist auf zweifelhafte Weise allgemein auszuüben, und man braucht deshalb zur Zeit sehr zweckmässige robuste einkufige Schlitten in den Handel. Diese erdgebundene sehr leicht und in sehr gefälliger haltbarer Form gebauten Schlitten, deren Kufen ungefähr 6 cm. breit und mit schmalen Aufhängeseiten versehen sind, finden überall grossen Beifall. Man sieht ganz und gar davon ab, ein einkufiges Rodal irgendwelche Lenk- und Bremsvorrichtungen anzubringen, weil es sich erwiesen hat, dass die Schlittschuhe an den Füssen als Hilfsmittel zum Lenken und Bremsen der Wirkung und Zuverlässigkeit von keinem Mechanismus auch nur annähernd erreicht werden können. Den Einkufnern werden verschiedene Vorzüge nach-

gelassen. So lassen wir in der "Frg. Ztg.", allgemein das Schlittenfahren als das schönste Vergnügen beim Rodeln. Jetzt will man aber mehr und mehr zum Kunstrodeln übergehen, das heisst zum Bogenschießen, zum Durchfahren von schwierig zu nehmenden Gelände, zum Entlangschleiten an Weg- und steilen Abhängen u. a. m. Daher wird in Zukunft auf Wintersportfesten beim Rodeln genau wie beim Schlittschuhlaufen nicht nur die Schnelligkeit, sondern auch die Kunstfertigkeit zu bewerten sein. Das Kunstrodeln ist auf zweifelhafte Weise allgemein auszuüben, und man braucht deshalb zur Zeit sehr zweckmässige robuste einkufige Schlitten in den Handel. Diese erdgebundene sehr leicht und in sehr gefälliger haltbarer Form gebauten Schlitten, deren Kufen ungefähr 6 cm. breit und mit schmalen Aufhängeseiten versehen sind, finden überall grossen Beifall. Man sieht ganz und gar davon ab, ein einkufiges Rodal irgendwelche Lenk- und Bremsvorrichtungen anzubringen, weil es sich erwiesen hat, dass die Schlittschuhe an den Füssen als Hilfsmittel zum Lenken und Bremsen der Wirkung und Zuverlässigkeit von keinem Mechanismus auch nur annähernd erreicht werden können. Den Einkufnern werden verschiedene Vorzüge nach-

**Le Champagne DESAULT-REIMS**

Reims

dans les grands Banquets officiels en Suisse:

Dîner, offert par le Conseil fédéral, Hôtel Baur au Lac, Zurich, 10 Juillet 1907.

Banquet, offert par le Conseil fédéral, Hotel Bernerhof à Berne, 4 Octobre 1909.

Banquet, offert par la Ville de Berne, au Casino de Berne, le 5 Octobre 1909.

Dîner, offert par le Conseil fédéral, le 6 Octobre 1909, au Beauvillage-Palace-Hôtel, Ouchy.

Congrès international des chemins de fer: Dîner, offert par le Conseil fédéral, aux Grands Hôtels Victoria, Métropole et des Alpes à Interlaken, 7 Juillet 1910.

Dîner, offert par le Conseil fédéral à Monsieur A. Fallières, Président de la République française, 15 Août 1910, Grand Hôtel Bernerhof à Berne.

Déjeuner, donné en l'honneur de Messieurs les Représentants de la Presse Française, Mardi, le 16 Août 1910, Hotel Savoy à Interlaken, offert par la Commune d'Interlaken.

VIN BRUT VERY DRY GRAND VIN SEC CARTE BLANCHE

Agence générale pour la Suisse: BERGER & Co., LANGNAU (Berne) et MORGES (Vaud).

(L. 8419)

**DIREKTOR**

mit ebenfalls tüchtiger Frau, erfahren und sprachkundig, gesetzten Alters, z. Z. in I-klassigem Hotel tätig, sucht sich auf Frühjahr zu verändern. Ansprüche bescheiden. Jahresstellung von Franz. und Deutsch.

Gefl. Offerten unter Chiffre H 496 R an die Exp. d. Bl.

**Direktion**

suchen 2 Brüder (wovon einer mit geschäftstüchtiger Frau verheiratet), tüchtige Fachleute, Geschäftsführer und Küchenchef, in noch ungekündigter Stellung, Alter 30 und 32 Jahre, 3 Hauptsprachen in Wort und Schrift. Bescheidene Ansprüche. Offerten an die Exp. des Blattes unter Chiffre H 544 R.

**Auf 1. Juni zu verkaufen in**

**LOBATON**

30 Betten, vollständig, Mobilier.  
Grosser Garten. Billiger Preis.

• Günstige Bedingungen. •

Offerten unter Chiffre H 543 R befördert die Expedition d. Blattes.

**Hotel I. Ranges am Genfersee**

wegen Todesfall billig zu verkaufen. Grösseres Haus mit über 100 Betten, modernster Einrichtung und flotter Frequenz seitens einer grossen Kundschaft. Entsprechend ersetzt buchtlich nachweisbar. Reflektanten, die Fr. 100,000 anzahlen können, bietet sich Gelegenheit, ein schönes Geschäft zu erwerben. — Offerten an die Exp. unter H 230 R.

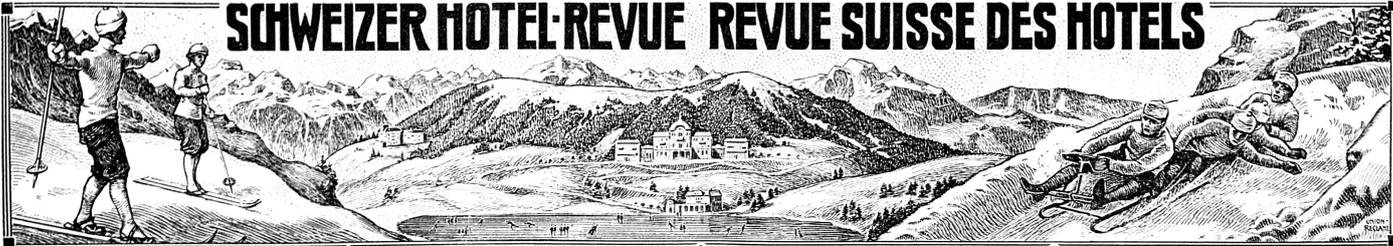
**HOTEL-VERKAUF**

Auf Januar 1912 wird aus Gesundheitsrücksichten an einem besuchten Höhenkurort Graubündens, mit stets wachsendem Fremdenverkehr, modern eingerichtete, renommierte

**HOTEL VON 90 BETTEN**

mit Sommer- und Wintersaison, feiner Clientèle und nachweisbarer Rendite, käuflich abgetreten. — Anzahlung 200 Mille. Ernstl. kapitalkräftige Reflekt. erhalten nähere Auskunft unter Chiffre Ue 9500 durch die Annoncen-Expedition Union-Reklame, Bern 937

Es 9500



## Questions de réclame

par le Dr. Otto Kölner, à Mils Hall, Tyrol.

Reproduction interdite sans indication de source.  
V.

Aujourd'hui, si j'ai besoin des adresses de personnes exerçant n'importe quelle profession, industrie, etc., j'ai recours à un bureau d'informations préposé à cette tâche, et, en très peu de temps, j'obtiens les noms et domiciles des personnes appartenant à toutes les professions possibles et impossibles: médecins, jardiniers, relieurs d'Allemagne ou de Hollande, etc. Pourquoi ne serait-il pas possible d'obtenir au bout d'un certain temps les adresses des familles ou des individus qui ont régulièrement voyagé ces dernières années pendant l'été, ou qui ont fréquenté une place de sports d'hiver. Si ces adresses étaient en outre classées de telle façon qu'on puisse sur demande obtenir les noms de personnes qui fréquentent des établissements de première et de seconde classe, des hôtels de luxe ou de simples pensions, ces adresses auraient une valeur considérable, parce qu'on aurait directement devant soi la clientèle que l'on veut atteindre par la propagande.

Aujourd'hui, on manque absolument d'indices qui permettent de savoir si la personne à laquelle je m'adresse avec ma propagande appartient au genre de clientèle de mon établissement, c'est-à-dire est à même de prendre mes offres en considération.

Prenez un exemple concret. Il y a en Allemagne 24,000 médecins dont 5000 à Berlin seulement. On en compte à peu près autant dans les autres grandes villes d'Allemagne; le reste, soit 12,000, est établi dans les petites villes ou à la campagne.

Admettons par exemple qu'un hôtel de première classe d'une station climatique veuille se créer une clientèle dans le monde médical et qu'elle envoie aux 12,000 médecins habitant les grandes villes de superbes prospectus. Les médecins des petites villes ou de la campagne sont laissés de côté, car l'hôtelier calcule que ce n'est pas la clientèle pour sa maison. Or, chacun sait, d'après la presse quotidienne et la presse professionnelle que dans les grandes cités, la condition d'un grand nombre de médecins est très loin d'être enviable. Sur 100 praticiens, 10 environ ont un très gros revenu, 20 un revenu moyen, 30 un modeste et le reste, soit 40, un revenu misérable. Au contraire, dans les petites villes et à la campagne, la situation des médecins est généralement bien meilleure et beaucoup d'entre eux, en tout cas beaucoup plus que parmi ceux qui pratiquent dans les grandes villes, ont un revenu qui leur permet d'entreprendre un voyage en été, pendant lequel ils ne se laissent avoir besoin de rien et descendent par conséquent dans les meilleures maisons.

L'hôtelier en question a-t-il donc agi pratiquement en n'envoyant ses prospectus qu'à des médecins de grandes villes dont 70% environ ne peuvent pas prendre ses offres en considération, alors même qu'ils en auraient le désir?

Par contre, s'il eût eu à sa disposition les adresses des médecins qui font chaque année un voyage et qui fréquentent des maisons de première classe, il aurait réalisé une économie de 50% sur le matériel de propagande et les frais de port, tout en ayant le sentiment d'avoir parlé à une clientèle correspondant au rang de son établissement et, par conséquent, capable de faire plus ample connaissance avec lui.

Et ce qui est vrai pour les médecins l'est aussi pour toutes les autres professions. On pourrait tenter la même expérience avec les industriels et les commerçants, avec les banquiers et les propriétaires fonciers.

La situation serait encore tout autre si, à l'adresse, était jointe une observation de ce genre: voyage chaque année, ne descend que dans des établissements de première classe, ne se rend que dans la mer du Nord, etc. Si l'on possédait des adresses complètes et exactes avec des remarques de ce genre, dominant de précieuses indications, il serait facile d'attirer d'abonnés intéressés sur tel ou tel établissement.

On leur envoie au Nouvel-an une jolie carte de félicitations, au printemps, un prospectus, en mai, juin ou juillet ou chacun des trois mois une belle carte postale illustrée. Probation est. Le destinataire a sûrement été rendu attentif à la maison, et l'on pourra, par d'autres moyens, le décider définitivement à y descendre.

Je ne prétends certes pas que ce mode de propagande serait bon marché, mais il serait efficace. Car ainsi le vendeur parle directement à l'acheteur. L'offre incite celui qui la reçoit à se poser une question, mais peut aussi y répondre psychiquement, éveiller l'idée de devenir acheteur, idée qui, peut-être, était auparavant bien éloignée.

On m'objectera peut-être qu'il sera horriblement difficile de se procurer un matériel d'adresses sur lequel on puisse vraiment compter. Qui peut garantir que la classification a été faite exactement, ou que l'intéressé voyage bien en été, ou enfin qu'il existe réellement. Les bureaux d'adresses peuvent, le cas échéant, duper leurs clients; on ne sera jamais sûr qu'on en reçoit bien le matériel qu'on désire, qu'on a commandé et pour lequel on a payé.

Je connais un moyen de se procurer un matériel d'adresses exactes et auxquelles on pourrait pleinement se fier. Je vais le faire connaître, mais je prie le lecteur de ne pas pousser immédiatement des cris de paon et d'appeler la police au secours pour cause de concurrence déloyale. Allons-y tout tranquillement et si, à la fin de cet article, on devait être amené à constater que ma proposition est irréalisable, ou qu'elle soulève de trop grosses objections, alors admettons que je n'aie rien dit. Ce ne serait pas une proposition, mais un simple coup d'épée dans l'eau.

A mon avis, les portiers et les maîtres d'hôtels seraient en tout points qualifiés pour recueillir ces adresses. Mais ils ne devraient pas, en ce faisant, favoriser la concurrence déloyale comme le cas a dû se produire jusqu'ici de temps en temps si l'on en juge d'après les entretiens qu'on a pu lire à ce propos dans ce journal; ils devraient poursuivre un but idéal et chercher à être à la hauteur de leur tâche.

Pour autant que je sache, les employés en question appartiennent à l'une ou l'autre des grandes associations professionnelles, à l'Union Helvétique ou à l'Union "Ganymed". Les dits employés, éventuellement d'autres encore qui voudraient s'occuper de la chose, rassembleraient les adresses complètes et exactes et les enverraient à leurs associations respectives. Là, elles seraient examinées, triées, cataloguées et, éventuellement, tenues prêtes à être immédiatement utilisées, ce qui, probablement, nécessiterait une autorisation du gouvernement. L'examen, le classement ne coûteraient pas grand chose ou même rien du tout. On pourrait en charger des membres des deux associations momentanément sans place, ou ceux d'entre eux qui réclament un secours qui leur serait accordé comme ce comme.

Les adresses seraient vendues par les associations et le produit de la vente versé dans les caisses de secours ou de pension.

Il ne pourrait être question de concurrence déloyale, car les adresses recueillies profiteraient non à un seul concurrent, mais à l'ensemble, c'est-à-dire que chaque hôtelier en tirerait personnellement profit.

Si l'on examine la question de très près, on ne saurait trouver nulle part un dommage que ce mode de faire pourrait causer à un hôtelier en particulier.

Si je possède un hôtel, il est plus probable que les voyageurs qui ont été contents de mon établissement y reviendront, car l'homme est un être en qui l'habitude joue un grand rôle. Un tel hôte, accoutumé à descendre chez moi, ne se laissera tenter par aucune offre d'un autre hôtel de la localité. Quant à l'hôte qui n'est venu qu'une fois, cela doit m'être égal ou il descend une seconde fois. Je n'ai rien perdu au jeu.

Par contre, j'obtiens les adresses de tant et tant d'autres hôtes parmi lesquels il s'en trouvera bien un pour fréquenter mon établissement et finir par être comblé au nombre de mes clients habituels.

Au demeurant, les adresses de voyageurs peuvent être obtenues de cent autres manières, mais pas aussi exactement que de cette façon. Il arrivera que d'habiles collectionneurs d'adresses voueront leur attention aussi à cette spécialité. Mais il est plus que problématique que les intéressés soient aussi bien servis de cette façon qu'en employant la méthode que j'ai préconisée tout à l'heure. Il appartient aux associations d'employés de prendre position dans cette question. Si elles voulaient prendre l'affaire en main, cela faciliterait les deux parties: les patrons, parce qu'ils obtiendraient un excellent stock d'adresses; les associations, parce qu'elles se créeraient ainsi une source nouvelle de revenus.

Le premier article sur les questions de réclame était à peine paru que je reçus du directeur d'un grand hôtel de première classe de la Riviera une longue lettre dans laquelle il se déclarait pleinement d'accord avec mes thèses et me soumettait un nouveau mode de propagande, en me priant de le livrer à la publicité, sans toutefois citer son nom. Je satisfais à son désir, et je nommerai la méthode qu'il préconise "la propagande par le tableau d'hôtel". Voici le raisonnement que fait le correspondant en question; la plupart du temps, les voyageurs qui quittent un hôtel descendent dans un autre hôtel d'une autre localité. Si un hôtel veut

avoir des hôtes, il doit les chercher où on peut les trouver, c'est-à-dire dans des bureaux de voyages, aux gares et dans d'autres hôtels.

Or donc, pour épargner aux voyageurs du travail, de la peine, des tracass, M. le directeur propose d'installer dans le hall de chaque hôtel un grand tableau, divisé en un grand nombre de compartiments, 20-30-40 par exemple. Chaque compartiment serait mis à la disposition d'un propriétaire d'hôtel ami qui pourrait y afficher l'image de son hôtel et installer au-dessous un distributeur de prospectus du dit hôtel, pour autant qu'il ne possède pas encore d'installation de ce genre. Le portier ou un employé quelconque serait chargé de veiller à renouveler la provision de prospectus aussitôt qu'elle serait épuisée. Il n'y aurait jamais sur le tableau qu'un seul hôtel de la même localité. L'hôte jette un coup d'œil sur le tableau, trouve ce qu'il cherche, prend un prospectus et, ainsi, a payé son tribut à la propagande.

Comme l'idée n'est pas de moi, je m'abstiendrai de toute critique; je me permettrai seulement de faire remarquer une chose, c'est que le tableau chargé d'hospitaliser 20 grandes images, bien visibles, ou même davantage, et, de plus, les installations nécessaires à la distribution des prospectus, devrait avoir une surface tellement considérable que bien peu de halls pourraient le contenir. Car si les images sont petites, on n'y accorde pas d'attention et le but poursuivi par la propagande en devient illusoire.

Peut-être pourrait-on cependant combiner l'affaire de telle façon que le tableau ne porte éventuellement que le nom de l'hôtel et l'endroit où il se trouve, et que les images correspondantes parent, ou plutôt déparent les corridors et d'autres locaux, comme c'est le cas actuellement, et que les prospectus, comme on l'a déjà fait jusqu'ici, soient placés à proximité de l'image suspendue.

Une réclame pour hôtels dans les hôtels mêmes pourrait, c'est certain, donner de très beaux résultats. Mais avant tout, il serait nécessaire qu'on se servit d'images meilleures que jusqu'à maintenant. Si je dépense déjà 8-10 francs ou même plus pour le cadre et le verre, je ne devrais donc pas regretter de sacrifier au moins autant pour une bonne image de mon établissement. Cette image aura au moins quelque ressemblance avec la réalité, tandis qu'aujourd'hui certaines représentations produisent une impression réellement repoussante.

L'idée est néanmoins digne d'être propagée, soit sous la forme qui je lui ai donnée, soit sous celle qu'a préconisée le Directeur d'hôtel. Comme tel, ce dernier doit savoir si les halls des hôtels peuvent recevoir un aussi volumineux tableau. Il doit savoir si ses collègues permettraient qu'on installe dans leur hall un tableau semblable et enfin il doit connaître le public et être au clair sur l'accueil que ferait celui-ci à cette propagande dans le hall.

Mutatis mutandis, on pourrait continuer à développer cette idée; ce serait l'affaire d'une organisation future de travailler à sa réalisation pratique.

J'ai pour principe d'aider ce que l'on peut aider. Fidèle à ce principe, je recommande que l'on examine cette idée, qu'on la discute et, le cas échéant, qu'on la réalise.

## À propos des „Questions de réclame“.

Nous recevons d'un membre de la Société la lettre suivante:

„Les articles que M. le Dr. O. Kölner a consacrés dans les derniers numéros de la Revue des Hôtels aux questions de réclame ont été lus avec un grand intérêt par les membres de la Société et ils ont recueilli l'assentiment de chacun.“

D'une façon générale, cette question importante semble passer au premier plan des questions à l'ordre du jour, et elle mérite toujours plus de retenir toute notre attention. Ce sont nos frais de réclame élevés qui nous poussent à faire front sérieusement et en toute tranquillité contre la propagande et qui nous engageant à examiner d'un peu plus près les résultats obtenus et à faire des comparaisons. L'auteur de ces lignes s'est lui aussi averti ces dernières années à s'enquérir auprès de ses hôtes comment ils avaient été rendus attentifs à son établissement. Grande a été sa surprise lorsqu'il constata combien minime est le nombre de ceux qui trouvent le chemin de son hôtel grâce à des annonces: à peine 2%, alors que 70% des voyageurs étaient venus sur la recommandation personnelle d'hôtes précédents, et 28% sur la recommandation de collègues. D'autres hôteliers pourraient facilement faire des expériences semblables.

Et en dépit des résultats peu satisfaisants que nous donnent les annonces, nous insérons toujours! Si nous nous demandons „pourquoi

en est-il ainsi“, nous sommes forcés, pour être sincères, de nous répondre à nous-mêmes: „parce que les autres hôteliers font des annonces, et que nous ne saurions, à aucun prix, rester en arrière“. Au contraire, on cherche à surpasser ses collègues par de plus grandes annonces, tâche que Messieurs les courtiers en annonces nous facilitent le plus aimablement du monde en cherchant à nous convaincre par un flux de paroles et de belles promesses que „plus notre annonce sera grande et coûteuse, plus celle de notre collègue en sera amoindrie, et plus un succès éclatant sera certain“. Il peut arriver de temps à autre que, subjugués par un discours aussi alléchant, on se laisse aller à céder. En réalité, c'est l'annoncier qui a fait une bonne affaire et qui s'en retourne chez lui satisfait et se disant: „Je les connais bien, mes gaillards!“

Certains éditeurs d'ouvrages de réclame n'ont, aujourd'hui déjà, plus de concurrents, de telle sorte que l'hôtelier doit encore être reconnaissant qu'on veuille bien accepter sa demande d'insertion au poids de l'or. Mais ce qui est le plus lamentable c'est que, malgré les sommes considérables qui sont dépensées chaque année pour la réclame dans les journaux, le nombre des voyageurs n'augmente pas, mais diminue plutôt. On peut en partie attribuer cette situation au fait que d'année en année on voit surgir de nouveaux hôtels. Néanmoins, il est sage autant qu'opportun de vouer toute son attention à la question de la propagande. Il faudrait trouver un système unique et d'une application générale. Il serait sûrement bien accueilli de chacun. Il semble qu'on puisse découvrir le moyen d'assurer à l'avenir une efficacité plus grande à notre réclame. Par une action raisonnée et sagement conduite, nous devrions arriver à obtenir de chaque éditeur des conventions qui nous assurent des avantages très sensibles, spécialement en ce qui concerne les frais.

L'auteur de ces lignes s'est occupé activement cette année de la question de la réclame et il est fermement persuadé qu'une réforme serait possible. C'est pourquoi il approuve la proposition de M. le Dr. Kölner, d'ouvrir un concours de nouvelles méthodes de réclame, sûr que dans l'un ou l'autre travail il se trouverait une idée qui vaudrait la peine d'être développée jusqu'à former un tout complet.“

Remarque de la Rédaction. Depuis qu'a paru la série d'articles de M. le Dr. Kölner, la rédaction de ce journal a reçu à répétition reprises des demandes de renseignements sur la valeur ou l'opportunité de telle ou telle réclame de journal. Alors même que, d'après les observations faites par notre honorable correspondant, les 2% seulement de ses hôtes aient trouvé le chemin de son hôtel grâce à des annonces de journaux, on ne saurait dénier à celles-ci toute espèce de valeur. Dans notre pays également il y a un grand nombre d'hôtels qui ne pourraient pas vivre sans elles. Seulement, la question principale est celle-ci: „Où et comment insérer“. Et l'on commet beaucoup d'erreurs dans ce domaine!

Nos hôtels suisses sont littéralement inondés de courtiers d'annonces. Très souvent, les journaux pour lesquels ils font des offres ne valent pas seulement le papier sur lequel ils sont imprimés. C'est pourquoi on ne saurait être assez prévoyant lorsqu'on veut faire des insertions dans les journaux. Il ne faut pas se laisser séduire par des courtiers roublards qui, verbalement, vous font toutes les promesses imaginables, lesquelles, dans la plupart des cas, ne seront pas tenues; mais il faut repousser sans autres toutes offres de journaux dont on ne connaît pas exactement la valeur. Le bureau central de la S. S. H. qui a partout des relations sûres et qui, du reste, a fait lui-même de précieuses expériences, est toujours disposé à donner des conseils sérieux sur toutes questions de réclame.

En ce qui concerne l'opportunité des annonces, ce ne sont pas toujours les journaux les plus grands et les plus répandus qui doivent entrer en ligne de compte. D'une façon générale, on peut dire que ce sont les journaux qui sont lus par les touristes en voyage qui ont tout d'abord de l'intérêt pour un hôtel. Alors même que toute personne fortunée voyageant pour sa santé ou pour son plaisir possède un livre de voyages ou un guide d'après lequel elle se détermine pour le choix des hôtels, les cas ne sont pas rares où elle se déterminera pour tel hôtel de préférence à tel autre, grâce à une annonce qu'elle aura lu dans un journal bien coté. Il existe aussi beaucoup de gens qui voyagent de préférence au gré de leur caprice et qui cherchent volontiers dans le journal les adresses des hôtels dans lesquels ils descendent.

Il ne faut pas oublier que les personnes qui font des voyages d'agrément ne constituent qu'une fraction infime de la population de leur pays. C'est ainsi qu'on a calculé, par exemple, que, des 40 millions d'habitants que comptent

la Grande-Bretagne et l'Irlande, il y en a au plus 300,000, soit 7 1/2 % du total qui viennent chaque année sur le continent, et que ce sont presque toujours les mêmes, ou leurs parents, amis et connaissances, ou, si l'on veut, une classe particulière de personnes. De même, il y a au plus 300,000 Américains, sur 80 millions, qui viennent chaque année en Europe. Il est donc naturel que, pour que la réclame ait du succès, elle atteigne les gens qui sont en voyage. Tous ces grands quotidiens populaires qui tirent souvent à des millions d'exemplaires sont sans valeur pour l'hôtelier, précisément parce qu'ils ne sont point lus par la classe qui voyage.

Un facteur important dans le domaine de la propagande pour le développement du mouvement des étrangers et de l'industrie hôtelière, c'est ce qu'on appelle les feuilles de famille. On peut ranger dans cette catégorie tous les quotidiens et les revues auxquels sont abonnés les gens de la bonne société ou qui sont lus par eux. Beaucoup de projets de voyage, on peut même dire la grande majorité, ne sont pas élaborés par le pater familias, mais par les dames de la maison; et, dans la plupart des cas, avant que le voyage soit décidé, on ne possède pas de guide de voyage, parce qu'on ne s'en procure qu'une fois qu'on a choisi un but. Pendant cette période d'études préparatoires, on en est précisément réduit aux réclames de journaux, étant donné qu'on n'a pas toujours à sa disposition quelqu'un qui connaisse personnellement la contrée où on a l'intention de se rendre et qui puisse vous donner des renseignements à ce sujet.

Après avoir montré où il faut insérer, nous dirons en quelques mots comment on doit insérer. Nous aussi nous sommes depuis longtemps convaincus que notre système de réclame a besoin d'être réformé. Chaque année, on dépense de grosses sommes d'argent en pure perte, et la plus grande partie pour des annonces isolées qui se noient dans la masse des autres annonces. C'est principalement à l'étranger qu'on devrait faire beaucoup plus de propagande pour la Suisse; l'important est que nous détournions le courant des étrangers vers notre pays; là, il se diviserait de lui-même entre les différentes régions. Nous croyons donc que les hôtels devraient s'entendre entre eux pour faire leur réclame, soit qu'ils fassent paraître leurs annonces conjointement avec celles de leurs sociétés locales de développement, soit qu'ils se groupent selon leur rang d'importance et qu'ils fassent des annonces collectives. De cette façon, il serait loisible à chaque intéressé non seulement de participer à une réclame plus efficace, parce que plus étendue et plus fréquente que lorsqu'il est seul à insérer, mais encore de réaliser des économies importantes sur son budget. En divers endroits on a commencé à pratiquer ce système des insertions collectives, par exemple dans les horaires et aussi dans des journaux, et les résultats obtenus ont été satisfaisants. De nos jours, on voit partout les gens de même profession se grouper. Pourquoi ne serait-il pas possible aux hôteliers de s'unir pour une propagande en commun, tout au moins à titre d'essai. Car dans ce domaine-là également, ils obtiendraient davantage unis qu'isolés. En outre, une telle alliance contribuerait à fortifier considérablement les intérêts professionnels et les sentiments de collégialité. Cette question est d'une importance capitale et nous conseillons à toutes les associations locales de l'étudier attentivement.



## A propos de souris.

(Appel à nos sociétaires.)

Ma lettre d'il y a environ un mois, relative à l'escroquerie de Gust. Edel, soi-disant désinfecteur à Zurich, n'a été entendue que par une demi-douzaine de collègues. Ce petit nombre de mécontents est loin d'être la réalité, car Edel a travaillé dans presque tous les centres d'étrangers et il a fait plus de 100 à 150 dupes. D'accord avec Mr. Ch. Fr. Buttiaz, propr. du Grand Hôtel Alexandra à Lausanne, je lance à tous nos collègues victimes des agissements de G. Edel un vigoureux appel les priant de s'annoncer à nous. Ce n'est que lorsque nous serons un certain nombre que nous pourrions avec succès actionner cet individu qui prend les hôteliers suisses pour des gogos. Il est temps de démontrer une bonne fois à la masse d'exploiteurs genre Edel qui, à chaque instant, tentent de nous extirper de l'argent par des procédés douteux, que nous sommes sur nos gardes et que nous, nous réagissons contre la facilité avec laquelle ces faiseurs nous entreprennent. J'attends avec confiance un mot de chaque sociétaire victime d'Edel pour agir contre lui comme il le mérite.

Agréé, — — —

Jacques Brewer,  
propr. de l'Hôtel Régis  
Clarens (Montreux).



## Réclame collective en Allemagne.

Les C. F. F. ayant, depuis quelques années, réussi à attirer sur notre pays, avec un réel succès, l'attention du public voyageur fashionable de France et d'Angleterre grâce à leurs annonces collectives, la même expérience sera également tentée au printemps prochain et en été en Allemagne. Dans ce but, le bureau officiel de renseignements des C. F. F. de Berlin W. 8, Unter den Linden, 14, a élaboré un projet tendant à remplacer par une annonce collective dans les journaux allemands les plus

réputés et les plus répandus, le système actuel de l'éparpillement des annonces suisses en Allemagne.

L'idée à la base du projet est de diminuer notablement les sommes énormes qui sont dépensées chaque année en Allemagne pour des annonces d'hôtels, tout en rendant beaucoup plus efficace la réclame en faveur du mouvement des étrangers. Dans ce but, le bureau officiel de Berlin a envoyé dernièrement à tous les membres de notre société une invitation à participer à l'annonce collective en question. La circulaire y relative donne des détails circonstanciés sur le genre et la grandeur de l'annonce, sur les noms des journaux auxquels elle sera adressée, ainsi que sur le coût total de l'entreprise et de chaque annonce séparément.

Nous voyons dans ce projet un bon moyen de réclame et c'est pourquoi nous n'hésitons pas à recommander à nos membres de participer à sa réalisation. Le bureau officiel cidessus indiqué se met volontiers à la disposition de Messieurs les intéressés pour leur fournir tous les renseignements désirables.



## Das Düngen des Hausgartens im Winter.

Unter dieser Überschrift bringt „Haus, Hof und Garten“ folgenden sehr zeitgemässen Aufsatz: „Eine der wichtigsten Winterarbeiten für den Gartenfreund ist das Düngen im Hausgarten. Schon ein altes Bauernwort sagt: „Stallmist ist der beste Dung.“ Und das ist wahr. Mag der Wert der organischen Düngemittel von vielen Landwirten auch noch so hoch gepriesen werden, die Grundbedingung für jedes Gedeihen im Hausgarten ist eine reichliche und schlagmässige Stallmistdüngung. Sie ist die Seele der Landwirtschaft. Es kommen hier in der Hauptsache nur zwei Düngarten in Betracht, der Rinder- und Pferdedung. Der erstere ist der gehaltreichere. Er kommt in erster Linie für den leichten Sandboden in Frage, den er humusreicher und bindiger macht. Jetzt, wo alles Pflanzenleben zur Rüste gegangen, ist die beste Zeit zum Düngen. Ist der Boden noch offen, so ist der Dung auf die Gartenbeete zu bringen und sofort auszubreiten und flach unterzulegen. Wo im nächsten Jahr Kohl und Sellerie, Kartoffeln und Gurken, Spinat, Erdbeeren und dergleichen gepflanzt werden sollen, ist im Winter eine reichliche Vordüngung besonders vorteilhaft. Denn im Dung sind alle jene Stoffe enthalten, aus denen sich die Pflanzen aufbauen. Stallmist enthält im Durchschnitt auf 100 kg ein Phosphorsäurestoff 0,35 kg Phosphorsäure, 0,5 kg Kali, 0,5 kg Stickstoff und 0,7 kg Kalk. Letzterer fehlt dem Boden am häufigsten und ist fast überall von Nöten. Während für schweren Boden eine Zugabe von Aetzalk sehr dienlich ist, ist für leichteren Boden kohlen-saurer Kalk nötig und auch nur zweckdienlich. Würden beide Kalksorten an verkehrter Stelle angewendet, so erwärtete dem Kulturboden daraus kein Vorteil, sondern nur Schaden. — Alle anderen künstlichen Düngersorten sind nur eine Art Reizmittel, sie wirken nur dann in wünschenswerter Weise auf die Kulturpflanzen ein, wenn im Boden genug Humus vorhanden ist. Humus wird aber nur durch die Verwesung des Stallmistes gebildet.

Tritt im Verlaufe des Winters Frost ein, so belässt der Gartenfreund ja so wie so den Dung länger im Stall, als gewöhnlich, weil er wärmt, und ein längeres Offenhalten der Türen den Tieren Erhaltung bringen würde. Die Frostzeit ist aber andererseits auch wieder für viele eine erwünschte Gelegenheit, den Dung im Garten zu verteilen. Es gilt dies besonders für tiefliegende Gärten, wo man infolge nassen Bodens im Herbst mit seinen vielen Nieder-schlag alles in Grund und Boden fahren würde. Hier bietet dann zur Frostzeit die gefrorene Bodenkruste einen natürlichen festen Grund, der selbst an den einzelnen Gartenbeeten keine Veränderung zulässt. Wird hier nun Dung aufgebracht, so ist dieser niemals auf Haufen zu belassen, sondern in genügend dicker Schicht auszubreiten. Tritt dann Schneefall ein, der alles mit seinem wärmenden Mantel zudeckt, so wirkt das auf den Dung so ein, als sei er flach untergegraben.

Ist ein Ausbreiten des Stalldüngers aus irgend einem Grunde nicht möglich, vielleicht durch Ueberschwemmung der einzelnen Gartenbeete oder ähnliche Verhältnisse, so kann ausnahmsweise der ganze Düngervorrat wohl auf einem Haufen belassen werden. Es ist dann aber gut, ihn nicht in zu grosser Höhe aufzuschichten, weil er sich sonst durch seine Eigenwärme zu sehr erhitzen würde, wodurch viele wertvolle Düngstoffe verflüchtigen. Es empfiehlt sich in solchem Falle, den Haufen mit Stroh, Laub, alter Streu und dergleichen abzudecken oder wenn angängig, eine Schicht Sand darüber zu breiten, der ja in schwerem Boden stets erwünscht ist.

Besonders gilt dies für Pferde- und Schafdung, die für trockenen Boden wohl kaum in frischem Zustande in Frage kommen. Ist aber der Boden aufgetaut, so ist der Dung unbedingt auseinanderzubreiten und flach unterzulegen; denn ein auf diese Weise behandeltes Gartenland trocknet im Frühjahr nach dem Auftauen viel schneller aus und ermöglicht eine zeitigere Bestellung.

Ausser dem frischen Dung gibt es aber für den Gartenfreund noch andere Düngstoffe zur Verbesserung des Gartenbodens, die ebenfalls sehr wertvoll sind. Da ist zunächst der Komposthaufen in der äussersten Gartenecke, auf dem während des ganzen Jahres alles Gras von den Rasenplätzen, alles Unkraut, Holzschädel, Kehricht, verrotteter Dünger und nicht zuletzt

des öftern auch Jauche gebracht wurde. All das bildet, wenn es mehrmals umgeschauelt worden ist, in Verbindung mit gewöhnlicher Gartenerde einen äusserst kräftigen Dung. Auch Strassenschlick kann hier gut mitverwendet werden. Dieser Dung ist überall da zu gebrauchen, wo frischer Dung nicht angebracht ist, wie z. B. bei Zwiebeln, Erbsen, Bohnen usw.; auch die Obstbaumstämme sind damit zu belegen, und im Frühjahr ist er dann dort unterzulegen.

Der Winter ist des weitern auch eine Zeit, in der der Gartenboden ausgiebig mit Jauche gedüngt werden kann. Durch den scharfen Geruch, der sich überdies ja auch bald verflüchtigt, lasse man sich nicht abschrecken; je schärfer derselbe ist, um so grösser ist der Düngewert. Besonders Obstbäume, Obststräucher, Strauchgruppen, Erdbeeren und sonstige Gartenpflanzen, bei denen sich anderer Dung schlecht anbringen lässt, sind für kräftige Jauchedüngung sehr dankbar.

In grösseren Gartenanlagen hat der Gartenfreund aber im Gartenwinkel noch einen zweiten Erdhaufen liegen, auf dem alle Gartenkräuter, Torf- und Kohlenasche, Getreidespreu, Reste vom Heuboden, Kehricht und dergleichen gesammelt werden. Dieser Haufen, der ähnlich dem Komposthaufen bearbeitet wurde, ist für die Düngung der Rasenflächen und Wiesen bestimmt. Man wirft diesen Vorrat kurz vor seiner Verwendung aber noch schnell durch ein grobmaschiges Sieb, damit alle grobe und unverrottete Material zurückbleibt. Dann bringt man diesen Kompost auf die Rasendecke, breitet ihn etwa zwei Finger stark gleichmässig aus und ebnet ihn mit dem Rechen ein. Diese Düngung ist für den Gartenrasen die grösste Wohltat und durch keine andere Düngart zu ersetzen.

Mancher Gartenfreund glaubt es ganz besonders gut mit seinem Gartenrasen zu meinen, wenn er Kuhdung auf die Rasenfläche bringt. Das ist jedoch grundfalsch; im Kuhdung entwickeln sich viel Regenwürmer, die ihrerseits wieder viele Maulwürfe herbeilocken, die dem Gartenfreund dann viel Verdross bereiten. Wohl ist Kuhdung gut, aber er gehört in eine Tonne, wo er durch Zusatz von Wasser flüssig gemacht wird, um dann als Jauche gegeben zu werden.

Ausser Kalk kann ein künstlicher Dünger während der Winterzeit auch Salz verabreicht werden, besonders bei allen Steinobstbäumen; alle anderen künstlichen Dünger vermeide man im Winter, denn ihre Wirkung ist meist eine sofortige und geht daher während des Winters, der natürlichen Ruhezeit der heimischen Vegetation, vollständig verloren. Künstlich präparierte Düngemittel, wie die sogenannte Brenner-Poudrette und Rinderguano, sind zwar ebenfalls sehr wertvoll und tragen zur Humusbildung des Gartenbodens bei, aber auch sie werden besser nicht während des Winters gegeben, sondern erst im zeitigen Frühjahr, wenn der Boden offen ist, und wenn die Vegetation neu auflebt. Sie müssen dann sehr dünn und gleichmässig gegeben werden, ähnlich allem Geflügdung, der an sich sehr wertvoll ist, aber zu reichlich gegeben, die Wurzeln der Pflanzen verrotten, besonders dann, wenn der Boden sehr wasserarm ist.

## Vermischtes.

Rasch tritt der Tod den Menschen an. Dieser Tage befand sich in Paris ein Leichenzug auf seinem Wege zum Père Lachaise, als ein Mann schnell noch versuchte, die Strasse vor dem Zuge zu kreuzen. Ein ungeschriebenes Gesetz, das aber überall befolgt wird, verlangt, dass jeder Pariser das Haupt entblässe, wenn eine Leiche vorüberkommt, und dass niemand zu Fuss oder zu Wagen den Zug durchbricht. Deshalb versuchte der Mann, der es eilig hatte, noch vor dem Wagen hinüberzukommen; er glitt aber aus, stürzte zu Boden und der Leichenzug ging über ihn hin, sodass er augenblicklich todt wurde. Der merkwürdige Unglücksfall wurde viel besprochen und ein Statistiker, der augenscheinlich eine Vorliebe für die grausigen Zwischenfälle des Lebens hat, stellte aus der letzten Zeit eine ganze Reihe von ähnlichen Unglücksfällen zusammen. In Paris nahm ein Landmann an dem Leichenbegängnis seines Bruders teil; er kniete an dem offenen Grabe nieder und in diesem Augenblick begann ein Markorkreuz, das auf dem nächsten Grabe stand, zu stürzen und verletzte ihn im Falle so schwer, dass er todt blieb. Ein Mann in Paris sollte sich eine Frau gerade am 31. Dezember einer leichten Operation unterziehen. Der Arzt war an dem Tage durch einen Zufall verhindert, seine Absicht auszuführen und die abergläubische Frau war nunmehr so überzeugt, dass das Jahr, das mit einer Operation beginnen sollte, für sie ein unglückliches Ende nehmen würde, dass sie vor Aufregung darüber starb, ehe der Arzt zu ihr kam. Am selben Tage starb ein Zimmermann, als er die Freudenbotschaft erhielt, dass er unerwartet eine grosse Erbschaft gemacht hatte. In Paris fuhr eine junge Frau in einer Droschke, ein anderer Wagen rannte in den ihren hinein, zerschmetterte die Fenster und ein Stück Glas bohrte sich in ihr Herz und tötete sie. Als man die Leiche aufnahm, hielt er in den Händen noch eine Zeitung, in der die Geschichte von einem Kinde erzählt wurde, das am Tage vorher vom Diabolkreisel an der Schläfe getroffen und sofort gestorben war. Der merkwürdigste Fall in der langen Liste ist aber der eines bekannten Pariser, der mit durchschnittener Kehle in seinem Ankleidezimmer gefunden wurde. Niemand konnte sich vorstellen, dass der lebenslustige Herr Selbstmord begangen hätte, denn er war reich, erfreute sich der besten Gesundheit und war auch immer als glücklich und zufriedener erschienen. Das Geheimnis klärte sich auf, als seine Liebste, eine weisse Angora, zum Vorschein kam und man bemerkte, dass sie mit Blut bespritzt war. Eine genauere Untersuchung zeigte nun, dass der Mann augenscheinlich gerade damit beschäftigt war, sich zu rasieren, als seine Katze ihm auf die Schulter sprang, wie sie es oft zu tun pflegte, und dass er infolge des unerwarteten Stosses sich mit dem Rasiermesser die Kehle durchschnitten hatte.

Eisfiguren nennt der geübte Schlittschuhläufer die kunstvollen Spuren, die er mit der Kante seines Schlittschuhs auf die Eisfläche zu zeichnen versteht. Solcher Eisfiguren gibt es schon einige Zehntausende, so versichern die Sachverständigen. Alle diese vielen

„Schritte“, „Märsche“, „Rundläufe“, „Reigen“ und „Eis-scherzer“ mussten selbstverständlich eine feste Benennung erhalten. Der Aufgabe der Nomenclatur hat man sich nun im Reiche der Eislaufkunst teils mit frischem Ernst unterzogen, namentlich hat auch die Galanterie sich wohlwollend gezeigt und oft zu Worte kommen lassen. Auf solche Weise entsteht dann ein „Mizit“, ein „Minna-Marsch“, ein „Valerien-Achter“, ein „Paula-Schritt“, ein „Berta-Zwischenbenachter“, ein „Adwialzer“ usw. Sehr ist aber, wie schon angedeutet worden, auch die Benennung einer Eisfigur nach dem Erfinder oder ihrer Erfindung. So schuf z. B. Alfred Blatter den „Blatter-Zwischenbenachter“, Alexander Diamantini den „Alexander-Rebenachter“, ein Fräulein Mimi Simmer erfindet die „Sommer-Figur“ und gemeinsam setzen zwei Ausser-Badkünstler den „Dinstl- und Jockl-Flügelgähter“ in die Welt. Dann werden für die Eisfiguren namentlich auch gern sachliche Bezeichnungen gewählt, die auf das auf der Eisfläche entstandene Liniennbild oder auch mit auf die zur Ausführung der Figur erforderlichen Körperbewegungen Bezug nehmen. Da kennt man z. B. einen Hornschritt, einen Schnabeschritt, einen Brillenschritt, einen Gegenschlagwendungsschritt, einen Gegenwiegenschritt, einen Schlangengöschschritt, einen Gegendreierschritt usw. Nicht uninteressant sind auch die Namen der verschiedenen hübschen „Rebenfiguren“. Es gibt nämlich ausser einer „einfachen“, einer „doppelten“, einer „vierfachen“ und einer „gekruzten vierfachen Rebe“, auch eine „Wiener-Rebe“, eine „Kalifornische Rebe“, eine „Schmabel-Rebe“, eine „Zirkel-Rebe“ usw. Ausserdem kommt ein Eis-rundlauf auch der „Reben-Amerikaner“. Aus Gesundheitsrück-sichten sehr zu empfehlen scheint die Ausführung eines anderen Rundtanzes zu sein. Er soll eine massgebende Wirkung auf den Körper haben und trägt daher der Figur den Namen „Antihypochonder“. Und während wieder ein anderer Rundtanz die melancholische Bezeichnung die „Dornenkrone“ führt, heisst ein lieblicher Wiener Eisreigen, bei dem die Partner sich einander nähern und dann wieder fliehen, „Kokettieren“, das „Kokettieren“. Ein anderer Reigen erhielt den interessanten Namen der „Unbewusste“. Eine Dame erlangt noch einen Schnörkel dazu und so haben wir nun ausserdem noch einen „Unbewussten mit Zügel“, einen „Gleichfalls“, einen „Christlichen“, einen „Wienerin“ — ward der schelmische „Spitzbuben-achter“ eronnen. Wienerinnen waren es auch, die sich eine ganze Reihe „überseeischer“ Figuren widmen liessen, z. B. die Figuren „Bagamojo“, „Timoteo“, „Uganda“, „Santitas“, „Gardien“, „Gardien“ auch noch eine Reihe von „Eis-scherzern“. Die Reben wir „Hexen- und Affentänze“, aber auch „Lilienstengel“ und „Fliederblüten“ kennen; oder man führt uns das von Holteischek erfundene „Zopfchen“ vor. Eine sehr hübsche Schürzfigur ist auch der „Walfsch“. Dem Umrisse der Figur werden sogar durch Windungen auf beiden Füssen zwei Linien beigefügt, die die beiden ausgestossenen Wasserdampfstrahlen darstellen. Dieser Walfsch ist, wie wir schon in seiner „Kunstfertigkeit im Eislaufen“ angibt, schwäbischer Herkunft und stammt aus Heidenheim in Württemberg. (Münch. N. N.)

Der Kulturkritiker, so berichtet die „K. Ztg.“, der zum ersten Male behauptete, dass der Seifenverbrauch einer Nation der beste Gradmesser für die Zivilisation eines Volkes sei, hat bei seinem scheinbar scherzhaften Ausspruch ein zweites Merkmal der Zivilisation, das dem Volke zu bemerken ist, beobachtet nicht weniger verlässliche Aufschlüsse gewährt über die Vollendung, zu der eine Nation ihre Lebensformen entwickelt hat: die Art, wie in den Restaurants die Kellner ihres Amtes warten. Gute Gourmet, der sich nicht durch den Glanz der Küche so gern das Spiegelbild vollendeter Lebenskunst und vorredelten Geschmacks sieht, wird vor dem köstlichen Leckerbissen schmerzlich zusammenzucken, wenn der Kellner ihn mit einer plumpen Beize zum Gourmet macht, ein gutes Glas Wein verliert durch ein ungeschicktes Glas, wenn seine besten Reize, ja ein vollendeter Kellner vermag sogar durch die vollkommene Beherrschung seiner Kunst einem mittelmässigen Gerichte eine Art Würze zu verleihen und dem weichen durch seine Art des Servierens, durch sein Auftreten und die ruhige Würde seines Benehmens eine Art Ersatz für die Kunstfehler des Koches bieten. Nach einem wirklich guten Kellner werden die Leiter der grössten Hotels Jagd machen; nur selten vereinigen sich in einem Menschen alle Eigenschaften, die aus einem gewöhnlichen Speisenzüger einen echten Kellner machen, und deren ein berühmter britischer Meister des Servierens fünf als die wichtigsten aufzählt: die Geduld eines Hobb, die Weisheit eines Salomons, der Geist eines Diplomaten, die Geschicklichkeit eines Künstlers und das Auftreten eines Fürsten. In London besteht eine Hochschule, in der versucht wird, den jungen Anwärtern auf das Amt eines Gajnymed diese seltsame Erwerbung kostbarer Eigenschaften anzuerkennen. Paradoxerweise ist eine Vorlesung in dieser hohen Schule des Kellnerberufs beigevoht und gibt im Strand Magazine eine amüsante Schilderung seiner Beobachtungen. In einem langen Saal, an dessen einem Ende ein mitchtelliger Spiegel die ganze Wand verdeckt, stehen die „Studenten“ an langen Tischen und lauschen den Ausführungen des Professors. „Das erste, was Ihnen unumstössliche Leberregel werden muss, ist eine musterhafte Feinheitlichkeit, das zweite Schnelligkeit der Reaktionen.“ „Meine Herren, Sie müssen glauben, dass die Apollo von Belvedere zu kopieren suchen, auch nicht die Gebärden eines Tanzmeisters annehmen, aber jeder Bewegung Ihres Körpers müssen Sie klare und harmonische Schönheit abzugewinnen.“ Und dann vor dem Kellner, der die Ihr Gedächtnis. Nichts muss einen mehr erbittern, als das Wort „Vergessen“ aus dem Munde eines Kellners. Zuerst wird das Diner im Restaurant geführt. Der künftige Kellner muss lernen, mit welcher Bewegung er dem Gaste entgegentritt, ihn Hut und Mantel abnimmt, ihm mit der rechten Hand den Stuhl zuschiebt und die Speisekarte reicht. „Wird Table d'hôte serviert, so folgt nach den Hors d'oeuvres wegen der Suppe die Frage: Klar oder diok, mein Herr? Versuchen Sie nicht, original zu sein. Unser Beruf hat keinen Raum für Originalität. Sie können einst einen Kellner, der die Frage mit solcher Betonung sprach, dass der Gast stets aufwahr. Es war ein miserabler Kellner.“ Dann folgt das Zutragen der Speisen. „Meine Herren, Sie müssen glauben, dass sie ohne Daumen geboren sind. Ein Teller mit Suppe, bei dem man während des Servierens den Daumen des Kellners auf dem oberen Tellerrand sieht, ist ein zerstücktes Gedicht.“ Und nun das Ab-servieren. Schnell, geruschlos, aber nirgendwo darf die Gebärde Hast verraten. Ein Kellner, der nicht die Gebärde Schnelligkeit muss es sein, nie darf der Arm dabei vor die Brust des Gastes kommen. „Ich erinnere mich, wie dies einst in einem Hotel bei einem altschönen Oberst geschah: der stech das Kellner mit der Gabel in die Hand, der Kellner beschwerte sich beim Hotelier, und er bekam die einzig korrekte Antwort: „Seien Sie froh, dass er Sie nicht getötet hat.“

## Hotelbesitzer

die geneigt sind sofort oder gelegentlich ihr Haus abzugeben, machen wir auf das

## Hotel-Office in Genf

aufmerksam, das stets eine grössere Anzahl Käufer notiert hat und Abschlüsse diskret und unter der Hand zu mässigen Gebühren vermittelt.



**Chef de cuisine.** Tessinois, 38 ans, connaissant bien la cuisine soignée, très capable, patissier, entremetier, ayant travaillé 10 années dans l'Oberland bernois, cherche place à l'année ou saison à partir de 15 Mai. Entrée à condition. Certificats et photo à disposition. Chiffre 445

**Chef de cuisine.** français, 31 ans, certificats de maisons de l'ordre, Suisse, Allemagne, Tri. Nice et Italie, cherche engagement d'été avec brigade. Parle allemand, français, italien. Ecrire: Bonn, 22, rue de la Préfecture, Nice. (35) Chiffre 445

**Chef de cuisine.** Français, 35 ans, économiste, bon administrateur, pour un des meilleures références, ayant toujours travaillé dans grandes maisons de premier ordre, cherche place pour l'été ou à l'année. Chiffre 245

**Chef de cuisine.** 40 Jahre, tüchtig und zuverlässig, 7 bis 8 Jahre im gleichen Hotel tätig gewesen, sucht Engagement in grösseren Haus. Beste Referenzen. Jahresstelle vorgezogen. Chiffre 266

**Chef de cuisine.** 36 ans, sérieux, économiste, multi de très bons certificats des meilleurs hôtels de la France et de la Suisse, connaissant la pâtisserie, cherche place pour l'été, de préférence à la montagne. Chiffre 312

**Chef de cuisine.** 40 ans, sérieux, très capable, ayant travaillé dans première maison en Suisse et de la Riviera, cherche place pour la saison d'été. Chiffre 303

**Chef de cuisine.** Suisse, 33 ans, économiste, bon administrateur, multi de meilleures références, ayant toujours travaillé dans maison de 1er rang, cherche place pour courte saison. Chiffre 383

**Chef de cuisine.** jeune, ticheur, solide et sparsamer Arbeiter, gewandt in Restauration und Table d'hôte, sucht per sofort oder nach Überweisung Stelle in mittelgrossen Hotel. Gute Zeugnisse. Chiffre 440

**Commis.** Jeune cuisinier, 21 ans, parlant français et allemand, cherche place pour de suite, comme commis ou aide. Certificats à disposition. S'adresser à E. Haert, Garmbrunn, La Chaux-de-Fonds. (29) Chiffre 329

**Contrôleur-Economiste.** zurecht in erstem Haus Egyptens. Sucht auf 15. April Stellung. Prima Referenzen. Chiffre 372

**Cuisinier.** Jeune, connaissant la pâtisserie, cherche place dans un bon hôtel, pour le 1er mars. Adresse: Ch. Bucher, cuisinier, Bon Port 25, Montreux. (24) Chiffre 344

**Cuisinier.** ayant travaillé dans des maisons de 1er ordre, cherche place pour tout de suite. Très bons certificats à disposition. S'adresser à Edmond Roth, cuisinier, Progress 3, Chaux-de-Fonds. (43) Chiffre 466

**Cuisinier.** 30 ans, Français, actuellement comme cuisinier dans hôtel de 1er rang de l'Oberland bernois cherche place analogue pour le printemps. Libre dès les premiers jours de Mars. Chiffre 510

**Gouvernante-Dispensière.** gesezten Alters, sucht Stelle, event. als Pflegeverwante, in Hotel der deutschen Schweiz für die Sommersaison. Chiffre 510

**Kaffeeköchin.** tüchtige, sucht Stelle in erstkl. Haus. Eintritt kann auf den 15. März erfolgen. Chiffre 371

**Koch.** 25 Jahre alt, mit prima Zeugnissen und Empfehlungen, deutsch, italienisch und etwas französisch sprechend, gegenwärtig in Grand Hotel der franz. Schweiz, wünscht ebenfalls auf kommende Saison Engagement. Chiffre 382

**Koch.** selbständiger, Schweizer, 27 Jahre, sucht auf 15. März oder 1. April Stelle. Chiffre 453

**Koch.** 23 Jahre, sucht Stelle auf Ende März, als Commis in grösserem, oder Chef de partie in mittlerem Haus. Chiffre 479

**Koch.** 23 Jahre, Elsässer, sucht Stelle als Aide en Rôtisserie in gutes Haus. Frankreich und französisch sprechend. Eintritt 1. April, ev. später. Zutritt in Bergheutli. Zeugnisse und Photographie zu Diensten. Gefl. Offerten mit Gehaltsangabe erbeten. Chiffre 466

**Kochlehrer.** Intelligenzler, 15 Jahre alter Knabe, sucht Kochlehre in gutem Haus der franz. Schweiz. Familienbehandlung. Gefl. Offerten an Postfach 12077 Sénaiz, Zürich II. (505) Chiffre 466

**Kochlehrer.** gesucht für intelligenten, braven Jüngling in einem guten Hotel der deutschen Schweiz. Eintritt nicht vor Ostern. Offerten an: D. Reber, Lachen-Vonwil. (374) Chiffre 466

**Kochvolontär.** Konditor, 22 Jahre alt, sucht Kochvolontärstelle in besserem Hotel der Schweiz. Chiffre 377

**Kochvolontär.** Suche für meinen Kochlehrer, welcher sechs-zwölfjährige Lehrzeit vollendet, auf April oder Mai Start als Koch-Volontär in gutem Hause bewandert, sucht Stelle in gutem, kleinerem Hotel. Gute Zeugnisse. Eintritt nach Überweisung. Chiffre 368

**Küchenchef.** tüchtig, sparsamer, gesezten Alters, sucht auf kommendes Frühjahr angenehme, gutbezahlte Saison- oder Jahresstelle. Magnungen oder Berater Oberstall bevorzugt. Gute Zeugnisse und Photo zu Diensten. Chiffre 432

**Küchenchef.** tüchtig, 26 Jahre, ein wenig franz. sprechend, sucht Stelle in der franz. Schweiz, in kleinerem Hotel oder Pension, auf Anfang April. Gefl. Offerten mit Konditionen an M. Kecher, Chef, Hüco Canton, Sânten (Italien). (262) Chiffre 466

**Küchengouvernante.** ges. Alters, mehrere Jahre als Kaffee- und Köchlein tätig gewesen, in allen Arbeiten bewandert, sucht Stelle in gutem, kleinerem Hotel. Gute Zeugnisse. Eintritt nach Überweisung. Chiffre 368

**Pâtissier-od. Küchengouvernante.** welche einige Jahre in besserem Hotel als Kaffeeköchin tätig war, sucht auf kommendes Saison oder für l'été. Place de saison ou à l'année. Bons certificats. Chiffre 492

**Pâtissier-Aide de cuisine.** Schweizer, mit guten Zeugnissen, sucht Engagement auf Frühjahrsaison zu baldigem Eintritt. Genesce, Tessin oder oberitalienische Seite bevorzugt. Photo und Zeugnisse zur Disposition. Gefl. Offerten an E. Lasser, P. Adr. Herrn Schweizer, Pellenbergerstr. 15, Bern. (554) Chiffre 466

**Pâtissier-od. Commis-Saucier.** Koch, Schweizer, 21 Jahre, 3 1/2 Jahre in Frankreich tätig gewesen, sucht Stelle in ein grösseres Hotel sofort oder auch später. Chiffre 448

**Etagé & Lingerie.**

**Etagégouvernante.** 39 Jahre, absolut zuverlässig, fliessend 2 1/2 Hauptsprachen sprechend, sowie etwas Italienisch, sucht selbständigen Posten in erstkl. Hause (Italien oder Schweiz). Referenzen aus ersten Häusern zur Verfügung. Reiseverfügung wird nicht beansprucht. Chiffre 324

**Etagégouvernante.** erfahrene, Witwe, mit besten Zeugnissen und besten Referenzen, sucht Engagement auf kommendes Frühjahr. Jahresstelle bevorzugt. Chiffre 293

**Etagégouvernante.** Junge Deutschschweizerin, mit Fachkenntnissen des Hotelwesens, französisch und genügend Italienisch sprechend, sucht auf Ende April selbständige Stelle als Etagégouvernante oder Vertrauensperson in erstkl. Hotel in Italien. Chiffre 357

**Etagégouvernante** wünsch selbstständigen, seriösen Vertrauensposten in grösseres Hotel I. Ranges. Eintritt vom 1. Mai an. Saison- oder Jahresstelle. Gefl. Offerten an Mlle. S. Weber, Winter-Palace, Luzern (Ober-Aargau). (259) Chiffre 357

**Etagégouvernante,** sprachkundig, tüchtig in ihrem Fach, gut empfinden, sucht Sommerengagement. Eintritt 1. Juni. Chiffre 393

**Etagégouvernante,** selbständig und zuverlässig, der vier Hauptsprachen mächtig, in grossen Hotels I. Ranges tätig gewesen, sucht Engagement mit beliebigem Eintritt. Gute Zeugnisse und Photo zu Diensten. Chiffre 454

**Etagégouvernante,** Tochter, gesezten Alters, mit Sprachkenntnissen, sucht Jahresstelle für Etagé u. Jüngere, Zeugnisse und Photo zu Diensten. Chiffre 536

**Etagégouvernante.** Schweizerin, 29 Jahre, der 4 Hauptsprachen mächtig, im Hotelfach durchaus bewandert, sucht Stelle in erstklassigem Hause als Etagé-Gouvernante oder Dienerin, vorzugsweise nach Italien. Chiffre 548

**Etagégouvernante.** Haushälterin, energisch, tüchtig, gesezten Alters, sucht für Frühjahr Stelle in besserem Hause und Referenzen. Chiffre 467

**Etagégouvernante-Hausälterin,** gesezten Alters, tüchtig und energisch, mit besten Referenzen erstkl. Hotels, sucht Engagement. Jahresstelle bevorzugt. Chiffre 258

**Etagé-od. Lingeriegouvernante,** mit vorzüglichen Referenzen, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 383

**Etagéportier,** erfahrene, sprachkenntnis für die Sommersaison, in grösseres Haus. Fachkenntnisse: französisch, deutsch und ein wenig italienisch. Gute Zeugnisse. Chiffre 347

**Glättern.** tüchtige, Deutsche, mit guten Zeugnissen, sucht baldige Stelle in Hotel der Südtirol, am liebsten in Lugano. Chiffre 375

**Glättern.** Junge Tochter, sucht Stelle in gutes Hotel. Jahresstelle bevorzugt. Zeugnis und Photo zu Diensten. Chiffre 477

**Glätterninnen.** zwei Jünger, tüchtige, suchen Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 352

**Gouvernante d'étagé,** seriöse Tochter, Schweizerin, der 4 Hauptsprachen mächtig, sucht Sommerengagement, event. als Dispensière. Frei ab 15. Mai. Chiffre 460

**Gouvernante d'étagé od. économat,** im Hotelfach bewanderte, gewissenhafte, vertrauenswürdige, 38-jährige Tochter, in grösseres Haus. Fachkenntnisse: französisch, deutsch und ein wenig italienisch, sucht baldiges Engagement. Gefl. Offerten befördert Fri. Weiss, Strassburgerstrasse 16, Basel. (480) Chiffre 326

**Gouvernante d'étagé od. générale,** expérimentée, parlant 4 langues, demande place à l'année. Chiffre 538

**Gouvernante für Etagé und Lingerie** sucht Stelle auf kommendes Saison. Gute Zeugnisse zu Diensten. Chiffre 463

**Portier d'étagé,** Junger, solider Mann (25 Jahre), ledig, deutsch, französisch und italienisch sprechend, sucht Stelle auf kommendes Sommer. Ausland bevorzugt. Gute Zeugnisse und Photo zu Diensten. Eintritt auf 15. April. Chiffre 457

**Zimmermädchen** mit guten Zeugnissen, der 4 Hauptsprachen mächtig, sucht Stelle. Chiffre 480

**Zimmermädchen** sucht per sofort Stelle event. als Lingerie. Kleineres Hotel bevorzugt. Zeugnisse zu Diensten. Chiffre 453

**Zimmermädchen,** 2 Schwestern, deutsch und französisch sprechend, suchen auf kommendes Saison Stellen. Zeugnisse und Photo zu Diensten. Chiffre 463

**Zimmermädchen,** tüchtig und sprachkundig, sucht Frühjahrsaisonstelle in ein Hotel I. Ranges. Chiffre 274

**Zimmermädchen,** 30 Jahre, sucht Jahres- oder Saisonstelle in Hotel I. Ranges. Gute Zeugnisse und Photo zu Diensten. Chiffre 314

**Zimmermädchen,** 22 Jahre, tüchtig im Zimmerservice, deutsch und franz. sprechend, sucht Sommerseasonstelle. Chiffre 421

**Zimmermädchen,** zuverlässiges, tüchtiges, sucht per sofort Stelle in besserem Hotel. Chiffre 436

**Zimmermädchen,** tüchtiges, sucht auf Ende März oder Anfang April Frühjahrsaisonstelle in grösseres, erstkl. Hotel. Chiffre 441

**Zimmermädchen.** Junge, nette Tochter, der 3 Hauptsprachen mächtig, sucht Stelle als Zimmermädchen, auf kommendes Saison. Letztere bevorzugt. Gute Zeugnisse und Photo zu Diensten. Offerten an Margarete Stähli, Hotel National, Gstaad (Berne Oberland). (383) Chiffre 371

**Zimmermädchen,** tüchtiges, sucht Stelle in besserem Hotel, am liebsten an die italienischen Seen. Eintritt nach Belieben. Chiffre 371

**Zimmermädchen,** tüchtiges, sauberes, sucht per 15. März Stelle in besserem Hotel, am liebsten in Mitteldeutschland. Gute Zeugnisse. Chiffre 380

**Zimmermädchen** (zwei), tüchtig, gewandt und sprachkundig, sucht Stelle, das eine für sofort oder auch Wunsch das andere als Aushilfe für 1. März bis 15. April. Gute Zeugnisse. Chiffre 354

**Loge, Lift & Omnibus.**

**Concierge.** Schweizer, 30 Jahre alt, der drei Hauptsprachen mächtig, mit guten Referenzen, sucht Sommerengagement. Chiffre 327

**Concierge.** Suisse, parlant les quatre langues, cherche engagement pour la saison d'été. Actuellement dans un grand Hôtel de tout premier ordre à Nice. Chiffre 318

**Concierge.** 29 Jahre, der vier Hauptsprachen mächtig, mit prima Referenzen, sucht Stelle in Saison- oder Jahresgehalt. Eintritt nach Belieben. Chiffre 425

**Concierge.** junger, sprachkundiger, sucht Aushilfsstelle als Concierge-Conducteur, Liftier oder sonst passenden Posten. Frei bis Mitte Mai. Chiffre 332

**Concierge.** Schweizer, 30 Jahre, gewandter, tüchtiger Fachmann, der 4 Hauptsprachen mächtig, mit prima Zeugnissen und Referenzen, sucht passendes Engagement für sofort oder später. Jahresstelle bevorzugt. Chiffre 351

**Concierge.** Schweizer, militärfrei, 39 Jahre, sucht mehreren Jahren in erstklassigem Passantenhotel (Oberitalien) tätig, sucht baldigen Eintritt. Chiffre 424

**Concierge.** Schweizer, 30 Jahre, der 4 Hauptsprachen mächtig, mit prima Zeugnissen und Referenzen des In- und Auslandes, sucht Engagement. Jahresstelle bevorzugt. Chiffre 458

**Concierge oder Concierge-Conducteur,** 30 Jahre, deutsch und französisch sprechend, sucht Stelle, Eintritt nach Belieben. Gefl. Offerten an Leumberg, Hreitfeldstr. 50, Bern. (481) Chiffre 326

**Concierge od. Concierge-Conducteur.** Junger Schweizer, der Hauptsprachen mächtig, mit la. Referenzen, wünscht seine Sommerreise zu hindern. Chiffre 188

**Concierge od. Concierge-Conducteur.** Suisse, 4 langues, 29 ans, cherche place pour la saison d'été en 1<sup>er</sup> rang. Meilleurs références de grandes maisons d'Italie et du Tyrol. Ch. 280

**Concierge-Conducteur.** mit Zeugnissen erstkl. Hotels, sprachkundig, sucht Stelle. Eintritt nach Belieben. Gefl. Offerten unter Chiffre 424, poste restante Möbli (Aargau). (428) Chiffre 463

**Concierge-Conducteur.** tüchtiger, sprachkundiger Mann. Anfang dreissiger, sucht Saisonstelle als Concierge. Chiffre 549

**Concierge-Conducteur.** 32 Jahre, grosse Postur, zurecht in Stellung in England, der 4 Hauptsprachen mächtig, mit prima Zeugnissen, sucht Jahres- od. Saisonstelle. Chiffre 484

**Liftier.** 22 Jahre, perfekt deutsch, französisch und italienisch sprechend, mit prima Referenzen, sucht Stelle nach England. Chiffre 316

**Liftier.** junger Mann, Deutsch und Französisch sprechend, sucht als tüchtiger Liftier oder Chasseur auf 1. März. Montreux. Chiffre 328

**Liftier od. Commissionär.** Zwei Schüler der bündner. Kantonschule suchen für die Monate Juli und August Stellen, sucht an Heinrich Weber, Zugführer S. B. B., Chur. (388) Chiffre 353

**Portier.** der drei Hauptsprachen mächtig, sucht passendes Engagement als Konkurrent oder 1. Fortier. Alter 27 Jahre. Gute Zeugnisse. Chiffre 353

**Portier.** tüchtiger, der 3 Hauptsprachen mächtiger, verheiratet, der seinen längeren Zeit in nur erstklassigen Hotels tätig war, sucht Stelle für sofort als Portier allein in Passetenhaus. Ch. 356

**Portier.** 25 Jahre, zweier Sprachen mächtig, sucht Stelle zum baldigen Eintritt oder per kommendes Saison. Fotografische und Zeugnisse zu Diensten. Gefl. Offerten an Jules Locher, Erasmich bei Leuk (Valais). (568) Chiffre 326

**Portier.** 26 Jahre, sucht Stelle als Portier d'Etage oder allein, in einem Hotel, deutsch und franz. sprechend, mit guten Zeugnissen, sucht Saison- oder Jahresstelle, event. als Kutscher-Conducteur. Chiffre 289

**Portier-Conducteur.** gewandter, tüchtiger, solider Mann, gesezten Alters, deutsch und franz. sprechend, mit guten Zeugnissen, sucht Saison- oder Jahresstelle, event. als Kutscher-Conducteur. Chiffre 324

**Portier-Conducteur.** gewandter, tüchtiger, solider Mann, gesezten Alters, deutsch und franz. sprechend, mit guten Zeugnissen, sucht Saison- oder Jahresstelle, event. als Kutscher-Conducteur. Chiffre 324

**Portier-Conducteur.** gewandter, tüchtiger, solider Mann, gesezten Alters, deutsch und franz. sprechend, mit guten Zeugnissen, sucht Saison- oder Jahresstelle, event. als Kutscher-Conducteur. Chiffre 324

**Portier-Conducteur.** gewandter, tüchtiger, solider Mann, gesezten Alters, deutsch und franz. sprechend, mit guten Zeugnissen, sucht Saison- oder Jahresstelle, event. als Kutscher-Conducteur. Chiffre 324

**Portier-Conducteur.** gewandter, tüchtiger, solider Mann, gesezten Alters, deutsch und franz. sprechend, mit guten Zeugnissen, sucht Saison- oder Jahresstelle, event. als Kutscher-Conducteur. Chiffre 324

**Portier-Conducteur.** gewandter, tüchtiger, solider Mann, gesezten Alters, deutsch und franz. sprechend, mit guten Zeugnissen, sucht Saison- oder Jahresstelle, event. als Kutscher-Conducteur. Chiffre 324

**Portier-Conducteur.** gewandter, tüchtiger, solider Mann, gesezten Alters, deutsch und franz. sprechend, mit guten Zeugnissen, sucht Saison- oder Jahresstelle, event. als Kutscher-Conducteur. Chiffre 324

**Portier-Conducteur.** gewandter, tüchtiger, solider Mann, gesezten Alters, deutsch und franz. sprechend, mit guten Zeugnissen, sucht Saison- oder Jahresstelle, event. als Kutscher-Conducteur. Chiffre 324

**Portier-Conducteur.** gewandter, tüchtiger, solider Mann, gesezten Alters, deutsch und franz. sprechend, mit guten Zeugnissen, sucht Saison- oder Jahresstelle, event. als Kutscher-Conducteur. Chiffre 324

**Portier-Conducteur.** gewandter, tüchtiger, solider Mann, gesezten Alters, deutsch und franz. sprechend, mit guten Zeugnissen, sucht Saison- oder Jahresstelle, event. als Kutscher-Conducteur. Chiffre 324

**Portier-Conducteur.** gewandter, tüchtiger, solider Mann, gesezten Alters, deutsch und franz. sprechend, mit guten Zeugnissen, sucht Saison- oder Jahresstelle, event. als Kutscher-Conducteur. Chiffre 324

**Portier-Conducteur.** gewandter, tüchtiger, solider Mann, gesezten Alters, deutsch und franz. sprechend, mit guten Zeugnissen, sucht Saison- oder Jahresstelle, event. als Kutscher-Conducteur. Chiffre 324

**Portier-Conducteur.** gewandter, tüchtiger, solider Mann, gesezten Alters, deutsch und franz. sprechend, mit guten Zeugnissen, sucht Saison- oder Jahresstelle, event. als Kutscher-Conducteur. Chiffre 324

**Portier-Conducteur.** gewandter, tüchtiger, solider Mann, gesezten Alters, deutsch und franz. sprechend, mit guten Zeugnissen, sucht Saison- oder Jahresstelle, event. als Kutscher-Conducteur. Chiffre 324

**Portier-Conducteur.** gewandter, tüchtiger, solider Mann, gesezten Alters, deutsch und franz. sprechend, mit guten Zeugnissen, sucht Saison- oder Jahresstelle, event. als Kutscher-Conducteur. Chiffre 324

**Portier-Conducteur.** gewandter, tüchtiger, solider Mann, gesezten Alters, deutsch und franz. sprechend, mit guten Zeugnissen, sucht Saison- oder Jahresstelle, event. als Kutscher-Conducteur. Chiffre 324

**Küfer.** mit guten Zeugnissen, wünscht Stellung in Gd. Hotel oder Restaurant. Offerten unter Chiffre Nr 1131 V. an Haasenstein & Vogler, Bern. (287) Chiffre 445

**Küfer.** tüchtiger, fachkundiger, sucht Saison- event. Jahresstelle als Kellermeister. Zeugnisse von Hotels I. Ranges u. Photo zu Diensten. Chiffre 466

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

**Masseur-Bademister.** Ehepaar, kinderlos, deutsch und französisch sprechend, mit prima Zeugnissen versch. Sanatorien und Kuranstalten, sucht Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 349

# Kupferberg Gold

Feinste deutsche  
Champagnermarke  
General-Vertreter für die Schweiz:  
Otto Gmelin-Zürich

1454 U-7525

## Bade- und Kurhotel-Direktor

bekannter Hotelier und Restaurateur, Schweizer, mit prima Verbindungen, der grosse, nachweisbare Erfolge aufzuweisen hat, auch bei lanzierungsbedürftigen Etablissements,

### sucht anderweitiges Engagement

auf kommende Saison oder später. — Tüchtige Frau zur Seite.  
Geil. Offerten an die Expedition d. Bl. unter H 537 R.

**ELECTROCARBON A.-G.**  
(Kt. Zürich) · Niederglatt · (Schweiz)  
(Ue 9041) liefert 1498

■ Kohlenstifte ■  
in jeder Dimension und Länge für

**BOGENLAMPEN** aller Art.

## Direktor - Gérant

## oder Chef de Réception

Vereinsmitglied, energischer, tüchtiger Fachmann, 40 Jahre alt, der Hauptsprachen mächtig, sucht Engagement. Derselbe war seit mehreren Jahren Leiter eines grossen Etablissements. Prima Referenzen und Beziehungen.

Geil. Offerten an die Exped. ds. Bl. unter Chiffre H 527 R.

**Tadellose Parquetböden**  
erzielt man nur durch  
**Stahlpäne „Elephant“**

□ Linoleum □ Holzementböden  
□ Stahlwolle „Elephant“

Bademännern reinigt man am besten mit

## Direktor - Luzern

Direktor eines erstklassigen Hauses in der Schweiz sucht Verhältnisse halber Direktorstelle in Luzern oder am See, event.

### Pacht oder Kauf.

Tüchtiger, seriöser junger Mann mit ausgezeichneten Verbindungen.  
Näheres erbeten unter Chiffre Z. J. 1759 an die Annoncen-Expedition Rudolf Mosse Zürich, Ue 9410 (931)

**Hotel-Omnibus**  
inw. 6 Sitz, Patentachsen, gut erhalten, hat zu verkaufen  
533 Fr. Egliindörfer, Colmar i. E.

## Zu verkaufen ev. zu vermieten

## □ Fremdenpension □

in renommiertem Sommer- und Winterkurort Graubündens (1500 m. ü. M.) Zentralheizung, elektrische Beleuchtung und grosse Veranda.  
Geil. Offerten unter Chiffre Zag. Ch 74 an Rudolf Mosse, Chur.

**Erstklassiges Jahresgeschäft**  
mit ca. 150 Betten und nachweisbarer prima Rendite an konkurrenzloser Lage des Genfersees mit reichlichem Terrain zu jeder Vergrösserung oder auch zu sehr ergiebigen Spekulationszwecken verwendbar, ist aus erster Hand  
zu verkaufen.  
Offerten von Selbstreflektanten befördert die Expedition dieses Blattes unter Chiffre H 513 R.

■ **Sekt-** ■  
**Kühlapparat**

D. R. G. M. 338640 I. 344,746. Patent angemeldet.  
Fein vernickelt pro Stück komplet Fr. 35.—  
Kühler ohne Getriebe Fr. 8.—

Der Sekt wird den Herren Gästen im gleichen Kühler aufgetragen, indem man den Bügel, nach leichter Rückdrehung der Schrauben (Griffe) vom Kühler abhebt. Ue 6519 1410

Alleinige Vertreter:  
**A. H. & K. Tschäppät, Biel.**

## Hotel-Direktor.

Energischer, selbständiger und in allen Teilen der Branche erfahrener Fachmann, 34 Jahre alt, seit Jahren Leiter erster Häuser, sucht anderweitiges Engagement. Beste Referenzen.  
Geil. Offerten unter Chiffre H 498 R an die Exped. d. Bl.

**Auf der Höhe**

und der Neuzeit entsprechend eingerichtet sind nur solche Hôtels, welche Betten mit **Schlaraffia-Obermatratzen** haben.  
Überall erhältlich. — Prospekte durch Emil Braun, Zürich IV, Ottikerstr. 11, Ecke Weinbergstr.

## Sommer-Hotel

zu pachten gesucht mit Vorkaufsrecht

von tüchtigem Hotelier als Zweiggewerbe von 80—150 Fremden-Betten. Agenten ausgeschlossen. Offerten an A. W. 678 poste restante, Nizza. 1136

## Hoteldirektion gesucht

Tüchtiger, energischer Fachmann, Ende der dreissiger Jahren (mit ebenso tüchtiger und sprachkundiger Frau) ohne Kinder, der vier Hauptsprachen mächtig, gewandter Kaufmann, wünscht **Direktion** eines feinen erstklassigen Hotels zu übernehmen (Saison- oder Jahresposten). Kautionsfähig. — Prima Referenzen. Eintritt nach Wunsch.  
Geil. Off. unter H 507 R an die Exped. d. Blattes.

Reine, frische Tafel- und Kochbutter,  
**Alten, fetten Sbrinz-Reib-Käse**  
(so gut wie Parmesan und viel billiger) liefert  
**Otto Amstad in Beckenried (Unterwalden).**  
„Otto“ ist für die Adresse notwendig. 1369  
Grand Prix Weltausstellung Mailand 1906.

**Lawn-Tennis-Zäune**  
aus Helvetia-Geflecht  
das beste und billigste im Artikel.  
Man verlange Kostenvorschläge bei  
**Suter-Strehler & Cie., Zürich.**

## Chef de Réception

sucht Engagement vom Juni bis September (event. auch Dezember bis Februar in Wintersaison). Tüchtiger Korrespondent Schweizer. — Offerten unter Chiffre H 539 R an die Exp. d. Bl.

**WÄSCHEREI-ANLAGEN**  
WASCHMASCHINEN · CENTRIFUGEN · PLÄTTMASCHINEN  
Muldenmangel mit Absaugevorrichtung für Dampf- & Gasheizung  
**ALIEBMANN & CO. ZÜRICH**  
(Ue 0347) 1104

Für Ausführung von:  
**Wasserleitungen, Closet-, Bad- und Wascheinrichtungen**  
empfehlen sich Zoss-Müller, Inselgässchen 3, Bern.  
Reparaturen werden prompt und zuverlässig besorgt.

**Gutachten**  
über 934 Ue 9482  
**elektrische Anlagen.**  
**Projekte.**  
Prüfung von Projekten und Abrechnungen etc.  
**F. Wildi, konsult. Ingenieur, Altstetten-Zürich.**  
(Früher langjähriger Inspektor beim Schweiz. Starkstrom-Inspektorat.)

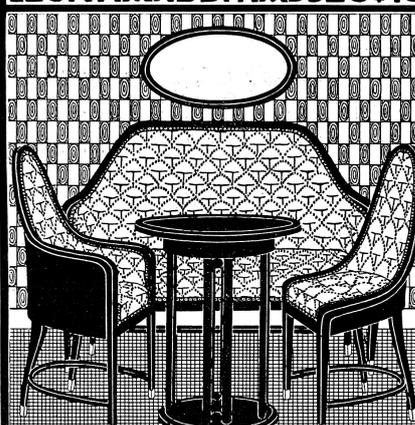
In **LOCARNO**  
Wegen Familienverhältnissen, gut eingeführte prächtig gelegene, mit 35 Betten und 5500 m<sup>2</sup> Garten, zu günstigen Bedingungen sofort  
**FREMDENPENSION I. Ranges**  
zu verkaufen. Ue 9541 948  
Auch sehr geeignet für ein Institut für junge Leute. Anzahl Fr. 15,000.—. Glänzende Existenz für junges Ehepaar. Auskunft erteilt der Beauftragte  
**ANTONIO REZZONICO, LOCARNO.**

Sehr preiswürdig zu verkaufen:

1 Muldenplättmaschine (Gasmangel) 1400 mm. breit	
1 „ „ „ „ 1500 „ „	
1 „ „ „ „ 2000 „ „	
1 Unterbetriebs-Zentrifuge.	

Sämtliche Maschinen sind gebraucht, aber noch in tadellosem Zustande und können im Betriebe besichtigt werden. 940  
Offerten unter Chiffre Ue 9515 an die Union-Reklame, Annoncen-Expedition, Bern.

ERSTE ÖSTERREICHISCHE AKTIENGESELLSCHAFT ZUR ERZEUGUNG VON MOBELN AUS GEBOGENEM HOLZE  
**JACOB & JOSEF KOHN W I E N**  
**LEONHARDSTRASSE 9 & 10**



EINRICHTUNGEN FÜR HOTELS, CAFE-RESTAURANTS, THEATER UND CONZERTSALE, GEBRÄUCHS UND LUXUS. MOBEL ALLER ART.  
ZU BEZIEHEN DURCH DIE BEDEUTENDSTEN MOBELMAGAZINE DER SCHWEIZ SOWIE ALLE FIRMEN DER HOTELBEDARFSARTIKEL-BRANSCHE.

**Zu kaufen gesucht**  
von tüchtigem solidem Käufer, gangbares, besseres Restaurant, am liebsten in der Nähe eines Bahnhofes. Würde auch Bahnhofbüffet übernehmen. Offerten an die Exp. des Blattes unter H 529 R.

MAISON FONDÉE EN 1811  
**BOUVIER FRÈRES**  
NEUCHÂTEL.  
SWISS CHAMPAGNE.  
de trouve dans tous les bons hôtel suisses.  
HORS CONCOURS (membre du jury)  
EXPOSITION UNIVERSELLE PARIS 1900.

UNION SCHWEIZERISCH ZEITUNGEN  
FÜR DEN ANNONCEN-VERKEHR AG.  
ANNONCEN-EXPEDITION  
**Union-Reklame**  
BERN  
INSERATE IN ZEITUNGEN UND ZEITSCHRIFTEN  
Cliches-Entwürfe gratis!

**Sommer-Saison**  
1911  
Wir ersuchen höflich die Herren Hoteliers f. jedwede Auskunft betr. Publizität, über uns zu verfügen und laden Sie ein, von den Vorteilen, die Ihnen von unserm Unternehmen geboten werden, regen Gebrauch zu machen. ::::  
III  
Teleph. 3352 · Tel.-Adr.: Unionreklame

# Plazierungs-Bureau „International“

Eigentum u. in Selbstverwaltung des Internationalen Genfer-Verbandes der Hotel- u. Restaurant-Angestellten  
**In Genf, 8 Rue de Berne 8** **In Zürich, 64 Löwenstrasse 64**  
 Telephone 4603. Telephone 4101.  
 Telegramm-Adresse für beide Bureaux: „International.“  
 Dieselben befassen sich mit der Vermittlung von Stellen für gutempfohlenes männliches und weibliches  
**Hotel-Personal**  
 jedweder Kategorie. Ue 4421 a 1312

**VERLANGEN SIE MUSTER & KOSTENVORANSCHLAG!**

Kataloge gratis.



WELTBEKANNTE FABRIKATE!

SPEZIALITÄTEN: HOTEL- & RESTAURATIONS SERVICE

FEUERFESTE PORZELLAN-KÜCHGESCHIRRE

„LUZIFER“

1452 (Ue 7539)

## Tantallampe

Dauerhafteste Metallfadenslampe  
 20-240 Volt  
 in allen gebräuchlichen Lichtstärken.  
 Hohe Stromersparnis!  
 Ueberall erhältlich sowie bei den  
**Siemens-Schuckert-Werken**  
 Zweigbureau Zürich.

1007 (Ue 9447)

# Hoehl

Extra Dry

Generalvertreter für die Schweiz: **Adolf Maier, Weissenbühlweg 12, Bern.**  
 1446 (Ue 7394)

VERLANGEN SIE  
**RORSCHACHER**  
 GEMÜSE- & FRÜCHTE-CONSERVEN  
 ANERKANNT FEINSTE MARKE

Ue 5687 e 1367

**NICE. Terminus-Hotel.**  
 Einziges das ganze Jahr geöffnetes Haus I. Ranges, vis-à-vis dem Hauptbahnhofe.  
 150 Zimmer und Salons, 25 Appartements mit Privatbad und Toilette.  
 Heisswasserheizung.  
 Vacuum-Cleaner.  
 Kein Omnibus nötig.  
 Öffentliches Restaurant für Passanten.  
 Besitzer: **Henri Morlock.**  
 Zweiggeschäfte in Nizza: Hôtel de Berne und Hôtel de Suède.

## Elektrische Pianos

Reproduktionsklaviere mit von Hand gespielten :: Künstlernotenrollen ::  
 speziell für Hotels, Restaurants, Pensionen.  
 Weltgeheudste Zahlungsbedingungen  
 Ständiges, grösseres Lager. Kataloge gratis und franko.  
**F. Pappé-Ennemoser**  
 BERN  
 Kramgasse 54 - Telephone 1533

**Gebrauchte Konservendbüchsen sowie altes und neues Weissblechmaterial**  
 aller Art und in jeder Menge kauft zu den höchsten Tagespreisen.  
**R. Gross-Stein, Zürich II.**  
 Vertreter der Chem. Fabrik Th. Goldschmidt, Essen-Ruhr. 1380 Ue 5440 d.

## Omnibus d'hôtel

Intérieur 4 à 6, extérieur 4 places. Avo patentes, 1 à 2 chevaux, état de neuf, est à vendre à cause double emploi. Pour visiter et traiter s'adresser à M. Decasper, Hôtel du Pont, Vevey. 542

**Telegraphistinnen und Postgehilfinnen**  
 für Sommerbureau vermittelt  
 Stellenvermittlungsbureau S.P.V., Malters.

## Institut Minerva

Zürich, Rasche u. gründl. Vorbereitung auf Polytechnikum und Universität (Maturität)

## Hotel- & Restaurant-Buchführung

Amerikan. System Frisch.  
 Lehre amerik. System Buchführung nach neuem verbesserten System durch Unterrichtsbücher, Hunderte von Anweisungsschreiben. Garantie für den Erfolg. Verlangen Sie Gradprospekt. Prima Referenzen. Brichte auch selbst in Hotels und Restaurants Buchführung etc. Ordre verschickteste Bücher. Gehe nach auswärts. 1133 Alle Buchhändler für Hotel auf Lager  
**H. Frisch, Bucherstrasse, Zürich I.**

**Centrifuge**  
 wegen Anschaffung einer grösseren bill. zu verk. Off. u. Chiff. Ue 9533 a. d. Union-Reklame, Bern. 944

## Pianos électriques & Orchestrions

# A. Emch

## Montreux.

Catalogues gratuits et franco.  
 (Ue 9378) 1065

**Warmwasser- versorgungen**  
 vom Kochherd od. besond. Heizkessel, Sanitäre Anlagen, Centralheizungen erstellen!  
**Guggenbühl & Müller, Zürich.**

## Occasion unique

A vendre tout de suite, pour cause de santé, un  
**hôtel neuf**  
 construit en 1910, dans une nouvelle et intéressante gare en l'air, point terminus de chemin de fer, centre d'excursions et sports d'hiv. Départ de l'hôtel de plusieurs diligences et, à côté, d'un faniculaire en étude. Belle position assurée. S'adresser à Hasenstein & Vogler Lausanne, sous O 20911 L.

## Th. Utinger-Braun, Chur

vorm. B. Braun's Erben  
 Fachgeschäft für Hotel-Ausstattungen.  
**Sämtliche Branchen-Artikel**  
 für Bureau, Zimmer, Küche und Kabinett.  
 Komplette Lieferungen von Druck- u. Prägearbeiten.  
**Buchhaltungen**  
 zu deren Neueinrichtung wünschendenfalls gerne sachgemässe Auskunft erteilt wird.  
**Vollständige Bureaueinrichtungen am Lager.**  
 Ue 8158 Man verlange Kataloge. 1466

## Champs-Elysées.

Immeuble à louer en totalité pouvant être transformé en hôtel-restaurant. Belle situation près Trocadéro. S'adresser pour visiter à Mr. Vié, propriétaire d'hôtel, Rue Richelieu, Paris. Téléphone. (Ue 9313) 914

## Hotel-Direktor

Leiter eines grossen, erstklassigen Sommergeschäftes, sucht von Februar bis Mitte Mai passende Beschäftigung. Offerten an die Expedition ds. Bl. unter Chiffre H 1128 R.

## Hotel Garni

Für ein in verkehrsreichster Lage Stuttgarts erbautes, mit allen technischen Einrichtungen versehenes  
**Hotel Garni**  
 welches 42 Fremdenzimmer, 10 Badezimmer und reichliche Nebenräume enthält, wird auf 1. Juli eventl. später ein durchaus tüchtiger und bemittelter

## Pächter gesucht

Ernstliche Bewerber wollen sich unter Aufgabe von Referenzen wenden an **Chr. Pfeiffer, Stuttgart, Schulstrasse 17.** Ue 222 904

Maison fondée en 1796  
**Vins fins de Neuchâtel**  
**SAMUEL CHATELAIN**  
 Propriétaire à Neuchâtel  
 Marque des hôtels de premier ordre  
 Dépôt à Paris: Fr. Thoml, 41 Rue des Petits Champs.  
 Dépôt à Londres: J. & R. McCracken, 10 Bush Lane, Cannon Street EC.  
 Dépôt à New-York: Cusenier Company, 400-402 West 23<sup>rd</sup> Street.  
 DEPOSE

## Destruction complète des CAFARDS

**Poudre J. Siauve St-ÉTIENNE (France)**  
 Ce produit tue infalliblement tous les Cafards (et leurs œufs) quel que soit le degré de la contamination.  
 Emploi facile, sans danger.  
 Plus de 2000 références d'hôtels attestant après emploi  
**LA DESTRUCTION ABSOLUE** Ue 8510  
 Concrettes  
 Prix: 1 kg. fr. 8.-; 2 kg. fr. 14.-; 3 kg. fr. 20.-; 6 kg. fr. 38.-

## Gesucht

in Hotel ersten Ranges in Luzern auf 1. Mai 1911, tüchtiger und zuverlässiger  
**I. SEKRETÄR**  
 für die Betriebsbuchhaltung (Main courante).  
 Bewerber mit nur prima Zeugnissen belieben ihre Offerte unt. Chiffre H 538 R an die Exp. d. Bl. einzusenden.

## A LOUER, pour la Saison 1911

# Grand hôtel du Bourg d'Oisans,

40 chambres, salons, salles à manger, salle de billard, salles de bains, vaste terrasse formant véranda; garage pour automobiles, conciergerie. Le mobilier de l'hôtel est complet comme meubles et batterie de cuisine; le locataire fournira le linge (draps, serviettes) l'argenterie, la vaisselle et la cristallerie. 925  
 Vue superbe sur la vallée de l'Oisans et le massif  
**des Grandes Rousses**  
 Station des voies ferrées du Dauphiné

Pour tous renseignements, s'adresser soit à M. le Comte de Montal, président du Conseil d'Administration de la Société des Hôtels de l'Oisans et du Briançonnais, à Grenoble, 2, rue du Pont Saint-James; soit à M. G. Barret, 2, avenue Alsace-Lorraine, à Grenoble, secrétaire du Conseil d'Administration. Ue 9401

## Akt-Ges. Kummeler & Matter, Aarau (Schweiz)

Spezialfabrik kompl. Kücheneinrichtungen  
 „Das Vollkommenste der heutigen Technik“

Esgeschirrspülmaschinen  
**„SIMPLON“**  
 mit elektrischem Antrieb bilden das bekannteste, beliebteste u. einfachste System und bleiben wegen den enormen Vorteilen gegenüber allen anderen Systemen das Ideal auf diesem Gebiete.  
 No. 1. Apparat für kohlenwasser-Getränke komplett von 200 Fr. ab. Eine Sphärofüllung 1 Lit. ca. 2 Cts. 1 FL. Limonade 1/2 Lit. 1497 ca. 5 Cts. Ue 8913  
 No. 2. Bilderapparat kompl. 100 Fr. 1 Had ca. 25 Cts.  
 No. 1 No. 2 No. 2

# Berndorfer Metallwaren-Fabrik



Arthur Krupp  
Berndorf, N.-Oest.



Schwer verfilberte  
**Bestecke u. Tafelgeräte**  
aus Alpaca-Silber.  
Rein-Nickel-Kochgeschirre  
Kunstbronzen.

Miederlage für die Schweiz:  
Luzern · 1 Schweizerhofquai 1  
„Engländer Hof.“ 1112

## Chef de cuisine

(Français), 38 ans, ayant travaillé dans maisons de 1er ordre en Italie, Riviera et en Suisse, muni de bonnes références, cherche place pour l'été dans maison de 1er ordre, avec ou sans brigade. Adresser les offres sous chiffre H 438 R à l'administration du journal.

## Hôtel und Pension in Capri zu vermieten oder zu verkaufen.

Wunderbare Lage, mit Restaurationsbetrieb. Für junges Ehepaar eine sichere Zukunft mit idealem Leben. Offerte unter Chiffre H 521 R an die Expedition d. Bl.

## Aus Auftrag zu verkaufen Modernes SALONMÖBEL

938 Mahagoni, bestehend aus: 269511  
2 Kanapes mit Umbau, 1 kleine Chaise-longue, 2 Fauteuils,  
2 Stühle und 1 Tabouret, in Velours de gènes, 1 grösserer und  
2 kleinere Nippeschränke, 1 grosser Spiegel mit Untersatz und 1 Tisch  
alles in bestem Zustande und sehr preiswürdig. Passend für Hotel  
Zu besichtigen bei H. & W. Schweizer, Tapezierer.  
Theaterplatz 5, Hotellaube 4, BERN.

## Neuhausen am Rheinfl. zu verkaufen

Vorzüglich gelegenes, altbekanntes Hotel ist Familienverhältnissen halber  
Ue 9432 (890)  
86 Fremdenbetten, grosse Säle, Restaurant, Schattengarten,  
Jahresgeschäft. — Auskunft erteilt A. Moser-Tobler, Neuhausen.

UNION DE JOURNAUX SUISSES



## Saison d'été 1911

Nous sommes à la disposition de M. M. les hôteliers pour tout renseignement concernant leur publicité et nous les invitons à bénéficier des sérieux avantages que leur offre notre entreprise.

111a  
Tél. 3352 · Adr.-télégr.: Unionreclame

## Bauplatz

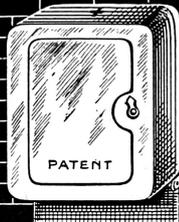
mit unvergleichlicher Lage am Vierwaldstättersee, direkt an der Dampfschiff- und See mit fertigem Quai gelegen, geeignet für grösseren Hotelneubau zu verkaufen. Beteiligung nicht ausgeschlossen. — Anfragen unter Chiffre Ue 9461 an die Union-Reklame, Annoncen-Exped., Bern.

## Hotel zu verkaufen

in verkehrsreicher Ortschaft im Berner-Oberland mit bedeutendem Fremdenverkehr ist wegen Hinschied des Besitzers ein altrenommiertes Hotel von 30 Fremdenbetten mit Restaurant, Gaststallung, Scheune und 16,77 Aren Pflanzgarten nebst Fischrecht in fischreichem Gewässer preiswürdig abzugeben. Das Hotel ist gut eingerichtet und vollständig möbliert. Durch einfachen Ausbau liesse sich die Zimmerzahl erheblich vermehren. Der Pflanzgarten eignet sich auch vorzüglich zu Bau-terrain. Tücht. Geschäftsmann bietet sich gesichertes Auskommen. Anfragen unter Chiffre Th 1889 Y an Haasenstein & Vogler, Bern.

## SPEISEÖL

chem. analysiertes Nussöl  
I. Ranges. Marke Storch.  
Muster und Preisliste durch  
A. Widmer & Cie., Zürich  
1012 Ue 9562



Onliwon  
Bestes & billigstes  
Closetpapier  
&  
Distributeur

Elegant  
Praktisch  
Sparsam

1000  
Blatt  
garantiert

Apparat  
Fein verwickelt  
zeigt automatisch  
den  
Inhalt an.

Verlangen Sie  
Prospekt u. Preis  
bei alleinige  
Fabrikanten  
Alcock's Paper Co  
LUZERN  
Ue 7261 (1) 1440

## Zu verkaufen Dampf-Maschine

für Hotel eine sehr gut erhaltene  
sehr geeignet f. Hotel-Waschereibetrieb, weil sehr wenig Platz einnehmend und überall leicht platzierbar ist; ca. 5 HP. mit 6 Atmosphären Arbeitsdruck. Dazu gehört ein stehender Kessel mit 4 weiten Querröhren. Vortrefflicher Gelegenheitskauf. — Zu erfragen unter Chiffre E 1346 Y bei Haasenstein & Vogler, Bern.

## Villa-Verkauf.

Schönes  
neueres Objekt direkt am Vierwaldstättersee in  
946 Vitznau Ue 9537  
mit 16,000 m<sup>2</sup> Garten,  
auf welchem sich durch Anbau billige eine grössere Pension oder Hotel erstellen liesse.  
Offerten unter Chiffre B 8812 an die Annoncen-Expedition Haasenstein & Vogler, Zürich

Gebrauchte, gut erhaltene Waschmaschine bill. abzug. Off. u. Chiff. Ue 9533 a. d. Union-Reklame, Bern. 943

## Pour cause de santé à vendre

Ue 9555  
Hotel dans station de montagne, très connue de la Haute Savoie. Excellente clientèle bourgeoise. Conditions à débattre. S'adresser sous chiffre 1768 L à Haasenstein & Vogler, Lausanne.

## Man Vermietet das Grand Hotel Lavarone

Komplett möbliert. Mässiger Preis.  
Informationen erteilt  
BANCA MUTUA POPOLARE  
DI ROVERETO. Ue 9555

## Brasserie.

On cherche acheteur sérieux et capable pour une brasserie, admirablement située au bord du Léman. S'adresser par écrit sous chiffre G 20815 L à Haasenstein & Vogler, Lausanne. (Ue 939) 921



DIE  
MCNCHÉ  
CHARTREUX  
Aus der  
GRANDE CHARTREUSE  
vertrieben  
haben ihr Geheimnis  
mitgenommen  
und stellen nun ihren  
Likör in  
TARRAGONA  
her.  
Vertreter für die Schweiz:  
L. BUQUIN  
30, Avenue du Mail, 30  
GENÈVE

## Hotel II. Ranges

Station: Vierwaldstättersee  
an Quai und Promenade zu verkaufen, event. mit gleichem im Berner-Oberlande zu tauschen. Vermittler zwecklos. Preis Fr. 100,000. Anzahlung Fr. 20,000. Offerten unter Chiffre 517 an Eckhardt & Homuth, Zürich I. (540)



Schuler's  
modernstes  
Waschmittel  
PERPLEX  
wäscht, reinigt und desinfiziert von selbst.

Ordnung und Nachfragen in Rückstand gegenover Buchführungen, Einrichtung der amerik. Buchhaltung Ue 8927 mit 1489  
Geheimebuch, Uebernahme period. Arbeiten, Revisionen, Bilanzen, Bücherexportieren.  
R. Müllner, Buchverleger, Zürich IV  
Schweizstrasse 11 · Telefon No. 9014

MAISON FONDÉE EN 1829.

SWISS CHAMPAGNE

EXPOSITION NATIONALE  
GENÈVE 1896  
MÉDAILLE D'OR



MAULER & CIE  
MOTIERS-TRAVERS  
(Suisse) 1117

## Suffkurort Aeschi.

Aus Gesundheitsrücksichten ist aus freier Hand zu verkaufen

das bestrenommierte und unvergleichlich schön gelegene, für Sommer- u. Winterbetrieb, nach modernsten Anforderungen eingerichtete Fremden-Etablissement

## Hotel und Pension Friedegg in Aeschi

bestehend aus zwei Hauptgebäuden mit 75 Fremdenbetten, komfortabel möbliert, versehen mit elektrischem Licht und Heizung und umgeben von ausgedehnten Parkanlagen. Gute Rendite des Geschäftes nachweisbar. Zahlungsbedingungen äusserst günstig. Zum Zwecke der Besichtigung wende man sich gefälligst an die Eigentümerin, Fräulein Kopp in Aeschi. Allfällige Kaufsofferten sind den Unterzeichneten einzureichen, welche zu näherer Auskunft gerne bereit sind. (Ue 9530) 942

Frutigen und Aeschi, den 15. Februar 1911.  
Notariatsbureau; A. G. Bühler und G. Bühler.

## Hotel-Versteigerung.

Montag, den 27. Februar 1911, nachmittags 2 Uhr gelangt im Hotel „Stern“ in Chur das

## Hotel Bellevue in Wiesen mit Dependance Palmy

samt allen Pertinenzen, Mobilien und Vorräten auf öffentliche, freiwillige Gant. — Nähere Auskunft erteilt

Für die Aktiengesellschaft Hotel Bellevue in Liquid.:  
Ue 9481 Der Liquidator; Otto Barblan, Chur.

## Molletons laine, molletons coton, feutres sans fin et sangles

en toutes largeurs, pour sécheuses-repassuses des diverses constructions, ainsi que toutes les applications de repassage.

## Dollfus & Noack, s. à R. L. à Mulhouse (Alsace).

1483 Ue 8911

## Im Engadin zu verkaufen.

- In St. Moritz:
- Ein Hotel II. Ranges mit Sommer- und Winter-saison; gute Lage, modern eingerichtet.
  - Eine möblierte Villa mit grossem Umschwung, in erhöhter, freier Lage.
  - Ein Pensionshaus in St. Moritz-Dorf.
- In der Nähe von St. Moritz-Dorf: Ein Restaurant mit Pension, sonnige, freie Lage.
- In Schuls: Nächst der Bahnstation ein schöner grösserer Bauplatz. (Ue 9331) 920  
Auskunft erteilt kostenfrei der Beauftragte J. Cantieni in St. Moritz.

**ETAT BELGE**

Cette ligne est desservie par de splendides paquebots à Turbines, parmi lesquels la „Princesse Elisabeth“ détenant le record de la vitesse de tous les paquebots actuellement à flot; le „Jan Breydel“ et le „Pieter De Coninck“, dont la vitesse dépasse 24 nœuds, soit 44,5 kilomètres à l'heure. Télégraphie Marconi et service postal à bord de chaque paquebot. 1089

Pour renseignements, guides et prospectus GRATUITS, s'adresser à l'AGENCE DES CHEMINS DE FER DE L'ETAT BELGE, St. Albaingraben No. 1. à BALE.

LONDRES VIA OSTENDE-DOUVRES

## Per sofort zu verkaufen an erstem Fremdenplatze der Südschweiz

## Hotel-Pension

(45 Betten)

an bester Lage, mit grossem Garten. Gut prosperierendes, schönes Geschäft. Anzahlung Fr. 30,000. Agenten absolut verboten. Offerten unter Chiffre H 535 R an die Exp. d. Bl.

## BONNE PLACE

de voyageur est offerte pour visiter les hôtels de la Suisse romande.  
Préférence sera donnée à personne du métier énergique, active, présentant bien et versée dans l'art culinaire.  
Les offres détaillées devront être accompagnées de photographie et indication de référence.  
Adresser les offres sous chiffre Ue 9483 à l'Union-Reclame S. A. à Berne. 933

**Tapezierer-Artikel, Möbelstoffe, Moquettes, Moderne Dessins.**  
**Jacquard-Drill, Rosshaar, Bettfedern, Kapok,**  
**Storrensatins & Drille. Schoop & Comp. ZÜRICH, Usterstrasse.**

— Established 1710 —

# TWINING'S TEAS

are supplied to the principal  
**ENGLISH AND CONTINENTAL HOTELS.**

## TWINING & Co

By appointment to H. M. the King of England and the principal Courts of Europe

CONTINENTAL OFFICE  
**LONDON PARIS LIVERPOOL**

76, Boulevard Haussmann

Te 7504 1448

Frisch eingetroffen sind: **Tischdekompfanzpflanzen**  
**5 Eisenbahnwaggons** in tadelloser prima Ware, denkbar grösste Auswahl.

Massenzucht in **Kübelpflanzen** jeder Art.  
 Grösste Treiberei von blühenden Topfpflanzen und abgeschnittenen Blumen in jeder Jahreszeit; beste und zuverlässigste Verpackung bei jeder Witterung. Prachtstellung darin auf Weihnachten und Ostern.

Alle Artikel sind in tausenden abgebbar.

**C. Baur, Grossversandgärtnerei, Zürich-Albisrieden**  
 Erstes Geschäft der Schweiz und Süddeutschlands.  
 Telefon 2576. • Telegramm-Adresse: Baugärtnerei, Zürich. • Tramhaltestelle: Albriederstrasse.

**Ed. Horst, Berlin NO. 18**  
 4 Höchste Strasse 4  
 Wäscherei- und Plätterei-Maschinen-Fabrik

Spezialität:  
**Komplette Wäscherei-Anlagen** für Hotels, Sanatorien, Krankenhäuser, Institute etc.  
 Wasch- und Spülmaschinen, Centrifugen, Dampf-  
 mangeln, Plättmaschinen, Trockenapparate etc.  
 Gasplätterei-Anlagen. Ausarbeitung von Projekten. Maschinen stets vorrätig.  
 Kataloge gratis und franko. — Kostenschätzung auf Anfrage.  
 Weltausstellung Brüssel 1910, goldene und silberne Medaille.

Te 8514 Generalvertreter für die Schweiz: 1417  
**J. Hellenbroich, Aarau.**

**Porzellanfabrik LANGENTHAL**

**HOTEL- & GEBRAUCHS-GESCHIRRE**  
 IN WEISS & DEKORIERT

**Langenthal A.G.**

1499 (Te 9032)

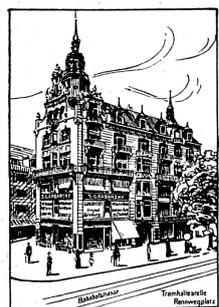
**J. BOLLINGER**  
 Dry Extra-Quality Extra-Quality Brut 1904  
 Ay-Champagne

Die Qualitäts Marke. Die Marke der Sportmen.

Repräsentant général: **W. H. Eimendorst, 72 Bahnhofstrasse, Zürich.**

**Thorne's Scotch Whisky**  
 Old Vat No. 4 • Scottish Arms  
 "As invigorating as the Swiss Air"

General Agency: **W. H. Eimendorst, 72 Bahnhofstrasse, Zürich.**



**S. Garbarsky**  
 Chemiserie u. feine Herren-Mode-Artikel  
 Te 9040 ZÜRICH 1001  
 Bahnhofstrasse 69, zur Tralle  
 ☐ ☐ Kataloge zu Diensten. ☐ ☐

**Miller & Co., Langenthal, Bern.**

Schürzen, Küchenhandtücher, Gläser, Teller, Office-, Closettücher, alles mit waschecht, unverwundlich : : : : eingewobenem Namen Ihres Etablissements schon bei Bestellung von 180 m. Spezialität unserer Weberei: Leinwand mit Inschrift schon von 100 m. an. Garantiert nur beste Qualitäten. Referenzen vieler Hotels I. Hauses. 1487 Te 9792 Leinwandweberei

**AUTO-DECOR FRISES**  
 morale en peinture transparente.  
 LA PLUS BELLE RÉCOMPENSE (Expos. Habitation 1910).  
 Pratique Artistique Bon Marché 1500 — Collection gratuite sur demande.

**AUTO-DECOR**  
 52, Av. de la République, PARIS.

**Hôtel**

Pour cause de décès le Grand Hôtel Victoria à Fleurier, est à vendre ou à louer.

Pour tous renseignements s'adresser Etude Me. C. L. Perregaux, avocat à Fleurier ou au propriétaire M. Aristide Vittoria même lieu. 628

**Schuster & Co**  
 St. Gallen und Zürich

**Teppiche, Läufer**  
**Möbelstoffe**

Offieren ihre bewährten Spezialitäten für Hotelbedarf. (Te 7563) 1456

**Zürcher & Zollikofer**  
 toile étamine  
**Rideaux**  
 tulle guipure  
**ST. GALL.**

**Cigarren u. Cigaretten**

Da jeder Einkauf ein Vertrauensverhältnis zwischen Käufer und Verkäufer bedingt, liegt es auf der Hand, daß man sich an eine Firma wendet, deren selbstgegründeter Ruf dafür bürgt, daß selbst dem verdienstlichsten Geschmack (sowohl in Qualität, Fäçon als auch in überaus großer Auswahl) entprochen werden kann. Es ist das

1118 **habana-fjas**  
**Max Oettinger, Basel**

mit Hauptniederlage für Deutschland in St. Ludwig i. Eis., welches alle diese Bedingungen in besonderer Weise erfüllt und streng reelle Behebung zusichert.

**Locarno**

hat das beste, gleichmässigste, milde Klima Europas, Theater-Kursaal, Tennis, Golf, Skating, Rowingklub, Regionalbahn, Drahtseilbahn, elektrische Trams, Seefahrten etc. — In den letzten 10 Jahren über 25 neue Hotels und Pensionen.

**Wer wünscht, in jene, prachtvolle Gegend kleinere oder grössere Villen — Pensionshotels oder Fremdenpensionen — Kultur- oder Bau-Terrains oder sonstige Geschäfte, sowohl Zimmer wie Wohnungen zu kaufen oder zu pachten**

wende sich an **V. DANZI, Locarno.** — (Bei Referenzen Auskunfts frei.) (Te 8115) 1484

**Zu verkaufen: Villa**

prächtig gelegen, in Hauptstadt der Schweiz, vorzüglich passend als Fremdenpension oder Klinik, 32 Zimmer, modern. Nachfrage unter Chiffre N 213 Y an Haasenstein & Vogler, Bern. 865 Te 9090

**ZEIGER & Co** erstellen als Spezialität **LÜZERN Speise-Aufzüge**  
 Fluhmühle 1180 (Te 8020) nach bewährtem System.

**Vorzüge:**  
 Leichter Gang; leichte Bedienung von jedem Stockwerk aus.  
 Störungen und Reparaturen sind ausgeschlossen.  
 Kurze Montierungszeit, je nach Anzahl der Stockwerke, 1—3 Tage.  
 Erste Referenzen.  
 Man verlange gefl. Prospekte.

**Kochherde für Hotels, Restaurants u. Private in jeder Grösse liefert**  
**E. ZEIGER, Kochherdfabrikant,**  
 Nachfolger von H. Bürkli. Gegründet 1859.  
 Klarstrasse 17 **BASEL** Klarstrasse 17  
 Te 4688 i. Höchste Auszeichnungen im In- und Ausland. 1470

Plus de maladies contagieuses par l'emploi de **l'Ozonateur.**

Désinfecteur, antiseptique, purifiant l'air, d'un parfum agréable; il absorbe toute mauvaise odeur.

**Indispensable** dans les salles d'écoles, hôpitaux, chambres de malades, **Water-Closets**, etc.

En usage dans tous les bons hôtels, établissements publics et maisons bourgeoises.

1115 **Nombreuses références.**

Agent général: **Jean Wäffler, 22 Boulevard Helvétique, Genève.**

**HOTELIER**

Vereinsmitglied, Besitzer eines Hotels an der Riviera, 40 Jahre alt, der vier Hauptsprachen mächtig, erfahrener Fachmann, sucht mit oder ohne seine ebenfalls fachkundige Frau passendes Sommerengagement für die Zeit ab 15. Mai bis Ende Sept. entweder als Direktor oder event. als Chef de réception in grossem Hause. — Gefl. Offerten unter Chiffre H 1127 R an die Exp. d. Bl.