

Objektyp: **Issue**

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

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

Heft 13

PDF erstellt am: **05.08.2024**

### **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.

# SCHWEIZER HOTEL-REVUE

## REVUE SUISSE DES HOTELS



Zwanzigster Jahrgang  
Erscheint jeden Samstag  
Organ und Eigentum des  
Schweizer Hotelier-Vereins

Vingtième Année  
Paraît tous les Samedis  
Organe et Propriété de la  
Société Suisse des Hôteliers

**ABONNEMENTS:** SCHWEIZ: Jährl. Fr. 10.—, halbjährl. Fr. 6.—, vierteljährl. Fr. 3.50, 2 Monate Fr. 2.50, 1 Monat Fr. 1.25. AUSLAND (inkl. Portofusschlag): Jährl. Fr. 15.—, halbjährl. Fr. 8.50, vierteljährl. Fr. 4.50, 2 Monate Fr. 3.50, 1 Monat Fr. 1.60.  
**INSERATE:** 8 Cts. per 1 spatige Millimeterzeile oder deren Raum, o die Mitglieder erhalten das Blatt gratis.  
**Alleinige Annoncenannahme** durch die Expedition dieses Blattes und durch die Unionreklame R.-G. in Bern nebst ihren Filialen.

**ABONNEMENTS:** SUISSE: 12 mois fr. 10.—, 6 mois fr. 6.—, 3 mois fr. 3.50, 2 mois fr. 2.50, 1 mois fr. 1.25. ÉTRANGER (frais de port compris): 12 mois fr. 15.—, 6 mois fr. 8.50, 3 mois fr. 4.50, 2 mois fr. 3.50, 1 mois fr. 1.60.  
**ANNONCES:** 8 cts. par millimètre-ligne ou son espace. Rébais en cas de répétition de la même annonce. Les Sociétaires paient 4 cts. net par millimètre-ligne ou son espace, o o o o Les membres reçoivent l'organe gratuitement.  
**Les annonces sont uniquement acceptées** par l'Administration de ce journal et l'Unionreklame S. A. à Berne et de ses succursales.

Postcheck- & Giro-Redaktion und Expedition: St. Jakobstrasse No. 11, Basel. \* \* \*  
Konto No. V, 85 o Verantwortlich für Redaktion und Herausgabe: Emil Stigeler, Basel.

TÉLÉPHONE-Redaktion et Administration: St. Jakobstrasse No. 11, Bâle. \* \* \*  
No. 2406. \* \* \* Druck: Schweizerische Verlags-Druckerei G. Böhm, Basel. \* \* \*  
Compte de chèques postaux No. V, 85 o

### Voir Bulletin „Rats d'hôtels.“



### A nos Sociétaires.

Nous avons le vif regret de vous faire part de la perte douloureuse que vient de faire notre Société en la personne de

**M. H. A. Laspé**  
Directeur de l'Hôtel Richemont à Lausanne

décédé le 27 mars dans sa 37<sup>e</sup> année.  
En vous donnant connaissance de ce qui précède, nous vous prions de conserver un souvenir bienveillant de notre défunt collègue.

Au nom du Comité:  
Le président:  
**O. Hauser.**

### Schweizer Hotelier-Verein. Société Suisse des Hôteliers.

### Aufsichtsratswahlen. Elections du Conseil de Surveillance.

Der Aufsichtsrat besteht gegenwärtig aus folgenden Mitgliedern:  
Le Conseil de Surveillance est composé actuellement des membres suivants:

- |   |                        |                    |
|---|------------------------|--------------------|
| MM. Kreis I. — 1 <sup>er</sup> Arrondissement.      |                        |                    |
| A. Armlader   | Hôtel Richemont        | à Genève           |
| F. Buchs  | Hôtel Bellevue         | „ Glion            |
| J. A. Neubrand                                      | Hôtel Continental      | „ Montreux         |
| W. Nüssli   | Grand Hôtel            | „ Ouchy            |
| J. Tschumi  | Hôtel Beau-Rivage      | „ Ouchy            |
| F. Weber  | Hôtel de la Paix       | „ Genève           |
| Herren Kreis II. — 2 <sup>me</sup> Arrondissement.  |                        |                    |
| G. Marti *)   | Hotel Gartenkult       | bei Bern           |
| H. Maurer   | Hôtel du Nord          | in Interlaken      |
| A. Mützenberg                                       | Schloss-Hotel Schonegg | „ Spiez            |
| Ph. Osswald   | Hôtel Bellevue         | „ Bern             |
| E. Sella  | Hôtel Métropole        | „ Interlaken       |
| H. Sommer   | Hôtel Falken           | „ Thun             |
| Herren Kreis III. — 3 <sup>me</sup> Arrondissement. |                        |                    |
| A. Bon  | Hôtel Rigi-First       | in Rigi-First      |
| O. Cattani  | Grand Hotel            | „ Engelberg        |
| O. Hauser   | Hôtel Schweizerhof     | „ Luzern           |
| J. Hübler   | Château Gütsch         | „ Luzern           |
| A. Riedweg  | Grand Hotel und Adler  | „ Luzern           |
| A. Zimmermann                                       | Hôtel Victoria         | „ Zug              |
| Herren Kreis IV. — 4 <sup>me</sup> Arrondissement.  |                        |                    |
| J. Boller   | Hôtel Victoria         | in Zürich          |
| A. Gellenkirchen                                    | Park-Hotel Bernerhof   | „ Basel            |
| W. Graf   | Hôtel Bahnhof          | „ Schaffhausen     |
| W. Hafan  | Grand Hotel            | „ Baden            |
| C. Krauch   | Hôtel Baur au Lac      | „ Zürich           |
| H. Neithardt  | Hôtel Limmathof        | „ Zürich           |
| Herren Kreis V. — 5 <sup>me</sup> Arrondissement.   |                        |                    |
| J. Degliacomani *)                                  | Hôtel Albana           | in St. Moritz-Dorf |
| L. Gredig   | Hotel Kronenhof        | „ Pontresina       |
| W. Holsboer   | Kurhaus                | „ Davos-Platz      |
| R. Mader  | Hôtel Walhalla         | „ St. Gallen       |
| E. Taverna  | Hôtel Stern            | „ Chur             |
| Dr. O. Töndury                                      | Kurhaus                | „ Tarasp           |

### Herren Kreis VI. — 6<sup>me</sup> Arrondissement.

- |  |                         |            |
|--|-------------------------|------------|
| J. Escher  | Hôtel Couronne et Poste | in Brig    |
| Th. Echenry                                      | Hôtel Dent du Midi      | „ Champéry |
| G. Morand  | Hôtel du Mont Blanc     | „ Martigny |
| Dr. Alex. Sella                                  | Hôtels Seiler           | „ Zermatt  |
| J. Sella   | Hôtel Glacier du Rhône  | „ Gletsch  |
| R. Varonier                                      | Hôtel Wildstrubel       | „ Gemmi    |
| MM. Kreis VII. — 7 <sup>me</sup> Arrondissement. |                         |            |
| R. Balli   | Grand Hôtel             | à Locarno  |
| E. Camenzind                                     | Hôtel Bristol           | „ Lugano   |
| G. Clericetti                                    | Lloyd-Hôtel             | „ Lugano   |
| F. Lombardi                                      | Hôtel Lombardi          | „ Airolo   |
| A. Reber   | Hôtel Reber au Lac      | „ Locarno  |
| C. Reichmann                                     | Hôtel Reichmann         | „ Lugano   |

### Wahlvorschläge für die Aufsichtsratswahlen.

Bis zum 31. März eingegangen: Reques jusqu'au 31 Mars:

- |  |                            |                  |
|--|----------------------------|------------------|
| MM. Kreis I. — 1 <sup>er</sup> Arrondissement.         |                            |                  |
| A. Armlader  | Hôtel Richemont            | Genève           |
| F. Buchs   | Hôtel Bellevue             | „ Glion          |
| D. Candrian  | Hôtel Victoria             | „ Glion          |
| J. Desappes  | Hôtel Victoria             | „ Genève         |
| E. Haller  | Biel des Alpes et Terminus | „ Neuchâtel      |
| E. Moecklin  | Hôtel de la Paix           | „ Lausanne       |
| J. A. Neubrand   | Hôtel Continental          | „ Montreux       |
| W. Nüssli  | Grand Hôtel                | „ Aigle          |
| P. Schenkler   | Hôtel Bellevue             | „ Bern           |
| J. Tschumi   | Hôtel Beau-Rivage          | „ Ouchy          |
| F. Weber   | Hôtel de la Paix           | „ Genève         |
| Herren Kreis II. — 2 <sup>me</sup> Arrondissement.     |                            |                  |
| H. Marbach   | Hôtel Bären                | „ Bern           |
| H. Maurer  | Hôtel du Nord              | „ Interlaken     |
| A. Müller  | Gen.-Dir., Victoria-Ges.   | „ Interlaken     |
| A. Mützenberg  | Schloss-Hotel Schonegg     | „ Spiez          |
| Ph. Osswald  | Hôtel Bellevue             | „ Bern           |
| E. Sella   | Hôtel Métropole            | „ Interlaken     |
| H. Sommer  | Hôtel Falken               | „ Thun           |
| Herren Kreis III. — 3 <sup>me</sup> Arrondissement nt. |                            |                  |
| A. Bon   | Hôtel Rigi-First           | „ Rigi-First     |
| O. Cattani   | Grand Hotel                | „ Engelberg      |
| O. Hauser  | Hôtel Schweizerhof         | „ Luzern         |
| J. Hübler  | Château Gütsch             | „ Luzern         |
| A. Müller  | Grand Hotel und Adler      | „ Luzern         |
| A. Riedweg   | Hôtel Victoria             | „ Luzern         |
| Herren Kreis IV. — 4 <sup>me</sup> Arrondissement.     |                            |                  |
| H. Hafan   | Grand Hotel                | „ Baden          |
| A. Gellenkirchen                                       | Park-Hotel Bernerhof       | „ Basel          |
| O. Michel  | Grand Hotel und Euler      | „ Basel          |
| J. V. Dietschy   | Grand Hotel des Salines    | „ Rheinfelden    |
| J. Boller  | Hôtel Victoria             | „ Zürich         |
| H. Neithardt   | Hôtel Limmathof            | „ Zürich         |
| Herren Kreis V. — 5 <sup>me</sup> Arrondissement.      |                            |                  |
| A. Brann, Dir.   | Kurhaus Passugg            | „ Passugg        |
| Ch. Elsener  | Grand Hôtel et Bellevue    | „ Davos-Platz    |
| A. Fravi   | Hôtel Fravi                | „ Ander          |
| J. Frei  | Hôtel Engadinerhof         | „ Schuls         |
| A. Gredig  | Flüelapost u. Sporthotel   | „ Davos-Dorf     |
| L. Gredig  | Hotel Kronenhof            | „ Pontresina     |
| J. Kienberger, Dir.                                    | Hôtel Quellenhof           | „ Ragaz          |
| R. Mader   | Hôtel Walhalla             | „ St. Gallen     |
| H. Mettler   | Hôtel Eden                 | „ Arosa          |
| E. Taverna   | Hôtel Stern                | „ Chur           |
| Dr. O. Töndury   | Kurhaus Tarasp             | „ Tarasp         |
| O. Vonzun, Dir.  | Hôtel Bellevue             | „ St. Moritz-Bad |
| A. F. Zamball  | Hôtel Roseg                | „ Pontresina     |
| Herren Kreis VI. — 6 <sup>me</sup> Arrondissement.     |                            |                  |
| E. Cathrin   | Hôtel Jungfrau             | „ Eggishorn      |
| J. Escher  | Hôtel Couronne et Poste    | „ Brig           |
| Th. Echenry  | Hôtel Dent du Midi         | „ Champéry       |
| G. Morand  | Hôtel du Mont Blanc        | „ Martigny       |
| Dr. Alex. Sella  | Hôtels Seiler              | „ Zermatt        |
| R. Varonier  | Hôtel Wildstrubel          | „ Gemmi          |
| MM. Kreis VII. — 7 <sup>me</sup> Arrondissement.       |                            |                  |
| R. Balli   | Grand Hôtel                | „ Locarno        |
| H. Burkard   | Hôtel Europe au Lac        | „ Lugano         |
| G. Clericetti  | Lloyd-Hôtel                | „ Lugano         |
| F. Lombardi  | Hôtel Lombardi             | „ Airolo         |
| A. Reber   | Hôtel Reber au Lac         | „ Locarno        |
| C. Reichmann   | Hôtel Reichmann            | „ Lugano         |

### Propositions pour les Elections du Conseil de surveillance.

Die Stimmkarten gelangen am 1. April zum Versand und müssen bis zum 8. April dem Zentralbureau retourniert werden.

Les Bulletins de vote seront expédiés le 1<sup>er</sup> Avril et doivent être renvoyés au Bureau central jusqu'au 8 Avril prochain.

Für den Vorstand:  
Der Präsident: **O. Hauser.**

### Vorschlag zu einer systematischen Bundes-, Bezirks- und Hotel-Propaganda.

Einem grossen Verbands, und wenn er noch so eifrig für die Wohlfahrt des ganzen Landes arbeitet, gelingt es in der Regel selten, sich mit seiner Tätigkeit die Anerkennung der Allgemeinheit in wenig Jahren zu erringen, zumal in einem Lande, dessen Bevölkerung sich gegenüber allen Neuerungen im Grunde recht eigentlich konservativ verhält. Auch unserer nationalen Hotelindustrie ist die rückhaltlose Zustimmung des ganzen Landes lange Zeit verweigert worden. Ihre Ziele und Aufgaben und nicht zuletzt ihre Leistungen für das Gesamtwohl wurden jahrzehntelang arg verkannt. Umso mehr muss es daher die Vertreter des Hotelwesens freuen, wenn nun auch in dieser Hinsicht bessere Einsicht um sich greift und die Erkenntnis von der hohen volkswirtschaftlichen Bedeutung des Fremdenverkehrs allmählich in immer weitere Kreise unseres Volkes dringt. Es hat lange gedauert! Heute liegen jedoch unbestreitbare Beweise vor, dass unser Volk im grossen und ganzen den Nutzen des Fremdenverkehrs erkannt hat, und gewillt ist, ihn nach jeder Richtung hin zu fördern. Die Vertreter derjenigen Industrien und Gewerbe, welche den Verkauf ihrer Erzeugnisse und Handelsprodukte hauptsächlich den Fremden verdanken, die alljährlich unser Land besuchen, und die daher die Schwankungen in der Frequenz selbst mitempfinden, bestreben sich bekanntlich seit Jahren, mit der Hotelindustrie engere Fühlung zu nehmen und ihr Scherlein zur Hebung des internen Reiseverkehrs beizutragen, indem sie den Verkehrsvereinen in Scharen als Mitglieder beitreten. Damit nicht genug, sucht man auch ausserhalb der Grenzen unseres Gewerbes nach geeigneten Mitteln und Wegen, das Propagandawesen innerlich auszubauen und systematisch zu verbessern.

Wir begrüssen alle derartigen Bestrebungen und fassen sie als Symptome dafür auf, dass der Tätigkeit unseres Vereines nunmehr durchwegs die Anerkennung gezollt wird, die ihr seit Jahrzehnten in vollem Umfange gebührt. Zur Verwirklichung unserer Aufgaben kann uns die Mitwirkung anderer Berufsarten — Handelsindustrie und Gewerbe — nur erwünscht sein und jede Ansichtsaussäuerung, welche die Förderung des Fremdenverkehrs bezweckt, ist uns stets willkommen, gleichviel von welcher Seite sie herkommt. Aus diesen Gründen geben wir den nachstehenden Ausführungen, die uns von geschätzter, dem Handelsstand nahestehender Seite zugehen, in unserem Blatte gerne Raum.

Je mehr gereist wird, umso mehr erweitert sich für die Vergnügungsreisenden, auf die sich eine Hotelindustrie wie die schweizerische doch zumeist stützen muss, auch die Auswahl der Gebiete, die als Reiseziel in Frage kommen.

Allgemeine Entwicklung, Aufschliessung neuer Gebiete und ferner Gegenden, die an Naturschönheiten reich sind, Verkehrsleichterungen, Modeinfluss etc. bringen diese Erscheinung mit sich. Trotzdem oder gerade deshalb darf die schweiz. Hotelindustrie nicht daran denken, sich nur zu erhalten, was sie hat, d. h. sich ihren heutigen Anteil am Welt-Fremdenverkehr zu wahren, sondern sie muss danach trachten, den Fremdenzug noch zu steigern. Dies verlangt schon allein das stetige Wachstum des Hotelwesens selbst. Dass es dazu neuer Anstrengungen, neuer Mittel bedarf, darüber scheint man sich in Fachkreisen einig zu sein; ebensoher bezüglich des in jüngster Zeit oft geäusserten Wunsches, dass die dahergehen Kosten nicht wachsen sollen und dürfen.

Eine gerechte Verteilung der Reklamekosten wäre gewiss nur zu begrüssen und unter Voraussetzung des guten Willens aller Beteiligten wohl auch möglich. Da an der Entwicklung des schweiz. Fremdenverkehrs nicht nur die Hoteliers interessiert sind, sondern auch die gesamte übrige Geschäftswelt, die Bahnen, die Gemeinden und der Staat, so wäre logischerweise auch die Voraussetzung gegeben, dass alle diese Interessenten Teil nehmen an der Pflege und Förderung dieser überall hinreichenden Industrie. Die unbestrittene Gemeinsamkeit der Interessen fast aller Erwerbszweige sollte schon an und für sich die Notwendigkeit darrten, eine gemeinsame, grosszügige, systematische Propaganda zu betätigen. Denn auch hier wie überall gilt noch das alte, ewig neue Wort: „Einigkeit macht stark.“ Nennenswerte Schwierigkeiten stehen übrigens einer gemeinsamen Propagandatätigkeit nicht entgegen, zumal bei richtiger Verteilung die Kosten für den Einzelnen nicht mehr grosse wären. Wohl aber müssten Wert und Wirkung der selbständigen Einzelreklame durch die prinzipielle Übereinstimmung und Unterstützung der Gesamtheit enorm an Wert gewinnen.

Die Einzelreklame in den Tagesblättern dürfte, wie an dieser Stelle schon mehrfach hervorgehoben wurde, nur für einen beschränkten Kreis von Hotels rentabel sein, und zwar nur für diejenigen Häuser, deren Betriebsbudget gestattet, in den grossen, führenden Organen zu inserieren. Für mittlere und kleinere Häuser aber ist die Zeitungsreklame, namentlich die im Ausland, direkt zwecklos, denn die Annonce eines einzelnen Hotels, sie mag noch so zweckmässig und günstig platziert sein, wird niemals vermögen, auch nur einen Reisenden in unser Land zu ziehen, wenn dieser nicht schon vorher beschlossen hatte, in die Schweiz zu reisen. In dieser Beziehung geht der übrige Handels- und Gewerbebestand dem Hotelier mit einem guten Beispiel voran, denn weder die Fremdenartikel- und Uhrengeschäfte, noch die Bijouterien und andere Handlungen suchen durch Inserate in ausländischen Zeitungen auf das Reisepublikum einzuwirken. Alle diese Geschäfte warten die Saison ab und inserieren dann in den heimischen Tagesblättern und Fremdenlisten. Ähnlich verhält es sich mit einigen wenigen Hotels, welche die Schwäche des heutigen Propagandasystems bereits erkannt haben. Trotzdem haben in einer guten Saison auch diese Häuser eine starke Frequenz aufzuweisen, denn, wenn die Reisemonate vom Wetter begünstigt werden, so sind alle Hotels gut besucht und alle Hoteliers werden mit der Saison zufrieden sein, ob sie nun inseriert haben oder nicht. Jene haben aber das Mehr der Insertionskosten zu tragen, deren Wirkung, wohlverstanden, zu einem gewissen Teil auch den Nichtinserenenten zugute kommt.

Der Hauptzweck der Propaganda im Ausland kann also nach meinem Dafürhalten nicht darin bestehen, für dieses oder jenes Hotel zu werben, sondern es muss sich in erster Linie darum handeln, möglichst viele Fremde ins Land zu ziehen. Hier verteilen sie sich dann von selbst auf die einzelnen Gegenden, sei es infolge Nachfrage, Inlandreklame oder Weiterempfehlung.

Wer hat nun das erste und Hauptinteresse an einem blühenden Fremdenverkehr in der Schweiz? Wie schon angedeutet: Die Bundesbahnen, das gesamte Land! Die logische Folge dieser Tatsache wäre also, dass der Bund die Aufgabe übernimmt, durch geeignete Propaganda im Ausland den Fremdenstrom in unser Land zu lenken. Damit fallen die Kosten für die Auslandreklame auf der Allgemeinheit zu. Durch die Übernahme dieser Kosten

\*) Leht Wiederwahl ab.

hätte der Bund seine Schuldigkeit in der Sache getan, worauf die Propaganda zweiter Stufe in Szene zu gehen hätte. Diese wäre von den grossen Städten, den Fremden- und Kurorten, den Bergbahnen, eventuell von den mitinteressierten Gemeinden und Kantonen durchzuführen.

Die Propaganda dritter Ordnung sodann wäre der dritten Hauptinteressentin, der Hotelindustrie, zu überlassen. Hier, im Lande selbst, liegt das Gebiet ihrer eigentlichen Reklametätigkeit. Innerhalb und ausserhalb des Hotels bleibt es dann jedem Hotelleiter überlassen, sich gleich der andern Geschäftswelt durch Eigenreklame und vorzügliche Leistungen eine kaufkräftige Kundschaft zu schaffen.

Ich habe im Vorstehenden drei verschiedene Gruppen genannt, für die der Fremdenverkehr ganz besonderes Interesse bietet. Es wird nur ohne Zweifel jedermann einleuchten, dass diese drei Gruppen ihr gemeinsames Interesse auch in gleichartiger Weise zu wahren haben. Im Ausland der Bund als Ganzes für das Ganze; im Inland die Gemeinwesen (Verkehrswesen) für die einzelnen Gebiete; innerhalb dieser die Hotelindustrie für sich und alle die, welche von ihr leben. Würde durch diese Art Arbeitsteilung nicht jede kleine Einzelreklame innerhalb des Landes ausserordentlich an Wert gewinnen durch die vorausgehende Grossreklame des Bundes? Ganz gewiss! — Es fragt sich nur, auf welche Art und Weise jede der drei Gruppen sich ihrer Aufgabe zu entledigen hat. Hierüber sollen die folgenden Zeilen Aufschluss geben.

Eng verbunden mit unserer Zeit der Freude und mit ihr emporgelüht ist — die bildliche Darstellung. Und zwar will das grosse Publikum nicht nur im Bilde dargestellt besitzen, was es gesehen hat, sondern die Menge will in Wirklichkeit sehen, was ihr im Bilde vor Augen trat.

Hier ist der Angelpunkt, wo die Reklame in Tätigkeit zu treten hat!

Statt der Inserate, die wenige lesen, statt der Prospekte, die mit gleich unwahrscheinlichem Erfolg massenhaft verschickt werden, statt also die Hauptanstrengung daraufhin zu richten, ein oder mehrere Male im Jahr unter der grossen Masse nach Interessenten zu fischen, wende man sich mit seinen Anstrengungen dahin, wo diese sich häufen, wo sie sich bewegen. — Welches ist dieser Ort? Der Bahnhof! — Jeder Reisende hat seinen bestimmten Bahnhof, wo er sich öfter wie in den übrigen Bahnhöfen aufhält, wo er oft hinkommt, wo er sich, auf den Abgang oder die Ankunft der Züge wartend, aufhält und sich sehr oft — langweilt!

Die grossen Bahnhöfe des Auslandes sind also die Arbeitsgebiete der ersten Propagandagruppe. Vielleicht hängen dort schon unsere Fahrpläne; dann gebe man ihnen den nötigen besonderen Reiz, damit die Veranlassung eintritt, sie zu studieren zu müssen! Man hänge einen „Bloc“ nach Art unserer Bureau-Abreis-Kalender hin, eventuell mehrere, je nach der Bedeutung und Grösse des Bahnhofes. Die Blätter jedes Blocs in wechselseitiger Reihenfolge mit schönen Alpenbildern, geschichtlichen Darstellungen etc. geziert und auf der Rückseite mit entsprechendem Text behandelnden und erzählenden Inhalten versehen. Ueber der Blocs wären in der jeweiligen Landessprache die Worte anzubringen: „Nimm mich mit“. Diese drei Worte sagen genug und werden von jedermann verstanden! Um den Effekt der Reklame noch zu erhöhen, müsste in unmittelbarer Nähe über den Fahrplänen ein grosses, weitsichtiges Gemälde einer Schweizer Landschaft oder Gebirgsgegend angebracht werden. Es versteht sich von selbst, dass diese „Abreis-Reklame“ in allen Grossstadtbahnhöfen, Ausstellungen, Sporsanlässen etc. derjenigen Staaten vorhanden sein müssten, deren Einwohner wir zum Besuche unseres Landes einladen wollen.

Dieselbe Propaganda wiederholt sich als zweite Stufe in den Bahnhöfen der Schweiz selbst. Jede Stadt, jeder Kurort lassen auf der Bahnhof-Reklame-Tafel ihren Bloc oder Behälter mit Karten anbringen, die selbstredend nur die Spezialanlagen der einzelnen Landesteile enthalten. Es ist fortlaufend dasselbe Spiel, sich nun erweiternd, aber so verschiedenartig im einzelnen, dass der Reiz eher zu we abnimmt. Die verschiedenen Blocs sind natürlich alphabetisch zu ordnen, damit das Ganze übersichtlich wird. Während eine derartige allgemeine Tafel existieren kann, liesse sich auch eine Spezialtafel für einen einzelnen Ort und dessen Umgebung anbringen. Das „Nimm mich mit“ erklärt auch hier, wie die Reklame gemeint ist, wenn ihr der Fremde nicht schon im Auslande begegnet sein sollte.

In entsprechender Anpassung machen die Hoteliers, als dritte Propagandagruppe, wiederum dieselbe Reklame in ihren Hotels. Die Tafel, event. zugleich als Schlüsselbrett dienend, mit Kalender, Thermo- und Barometer oder dergleichen Gegenständen ausgestattet, welche den Gast recht oft an die Tafel führen sollen, ist an geeigneter Stelle im Vestibül anzubringen. Und wiederum hat das „Nimm mich mit“ herunterzugerufen. Als logische Fortentwicklung der Propagandaidee liessen sich mit wesentlichem Vorteil auch andere Inschriften verwenden, wie z. B. „Hotel-fel, vom Gastgeber persönlich empfohlene Hotels“ u. a. m. Die Tafel im Hotel trägt gleichfalls die Blocs oder Behälter für die Prospekte und Karten, die nun ein anderes Gepräge annehmen würden.

Bei der Reklame im Hotel ist eine bestimmte Wirkung, die Suggestion auf den Gast, ins Auge zu fassen. Darum wird zwecks Weiterempfehlung von dem Grundsatz ausgegangen: Jedes Hotel empfiehlt an ein und demselben Orte nur ein einzelnes, bestimmtes Hotel gleicher Art und gleichen Ranges, das dem empfehlenden Hotelier als empfehlenswert bekannt ist. Dreissig

bis fünfzig gemeinsam arbeitende und sich gegenseitig empfehlende Hoteliers würden demnach einen gemeinschaftlichen Interessentenkreis bilden, in dem jeder sich beteiligen würde, die ihm zu Teil werdenden Empfehlungen zu rechtfertigen. Ein jeder hätte sodann die übrigen Teilnehmer zum Vertreter, während er wiederum der Ortsvertreter der Andern wäre. Auch im Hotel würden die Kartenblocs alphabetisch angebracht. Bei verschiedenartiger künstlerischer Ausführung müssten sich die Reklamekarten in der Grösse völlig gleichen. Ihre Vorderseite hätte nebst dem Reklametext die Ansicht des zu empfehlenden Hotels aufzuweisen, vielleicht auch Angaben über Pensions- und Zimmerpreise und, wenn nötig, einige Worte persönlicher Empfehlung des abgebenden Hotels, welches gegebenenfalls die Rückseite der Karte als Nota benützen könnte. Reist ein Gast ab, so wird er ja sowieso nach Abfahrtszeit und Ziel befragt. Er erhält dann vor dem Abschied die Karte des Ortes überreicht, den er als nächstes Reiseziel bezeichnete. Diese Aufmerksamkeits im letzten Augenblick dürfte eine ganz besonders nachdrückliche Wirkung haben.

Die Kosten dieser Hotelpropaganda schätze ich geringer ein wie die jeder andern Reklameart, ihren Erfolg aber umso grösser. Auch vom Hotelfach allein unternommen, dürfte sie den Beifall vieler Hoteliers finden. Diese systematische, gegenseitige Empfehlung müsste ihre Wirkung haben, denn es wäre sicherlich keine Kleinigkeit, über 30—50 Korrespondenzen zu verfügen, welche den Interessenten, d. h. den Gast, sodann schon unter den Händen haben. Nebenbei gesagt, liesse sich der Erfolg der Propaganda mit Leichtigkeit kontrollieren und ihre Zugkraft wesentlich verstärken, wenn bei Benutzung resp. Vorzeigung der Empfehlungskarten dem Gaste gewisse minimale Vorteile eingeräumt würden. Durch Nachzahlen der vorhandenen Karte könnte ein Hotel zu jeder Zeit in Erfahrung bringen, wie oft es ein anderes Hotel empfohlen hat; Nachfrage in diesem Hause würde darüber belehren, wie oft der Empfehlung Folge geleistet wurde.

Das Vorstehende repräsentiert den etwas lang geratenen, im Detail jedoch noch unvollständigen Vorschlag eines Propagandasystems, dessen Organisation allerdings viel Arbeit voraussetzt. Jedenfalls wäre es zu begrüssen, wenn sich recht viele Stimmen zu meinem Vorschlag äussern würden. Besonders hinsichtlich des Kostenpunktes wäre es wertvoll, aus Fachkreisen Angaben über bisherige Reklamekosten zu erhalten.

W. Langer.

## Trunksucht und Trunkenheit.

Wer niemals einen Rausch gehabt,  
Der ist kein braver Mann.

Dieser Vers aus dem weinrohen Trinklied J. Perinets findet heute, in den Zeiten der Temperenz und Abstinenzbewegung, nicht mehr den ungeheilten Beifall, der ihm in früheren Jahrzehnten von fast allen Volksschichten gespendet wurde. Das Wort scheint veraltet zu sein, wie so viele andere früher landläufige Redensarten. Wenn man auch nicht aufhört, ein braver Mann zu sein, weil man ein oder mehrere Mal einen waschechten Rausch gehabt hat, so gehört doch Masshalten auch im Alkoholgenuß heute durchwegs zum guten Ton in allen Klassen und Ständen unseres Volkes. Abgesehen von einigen ländlichen Gegenden, wo man dem Schnapsgenuß und besonders dem „Schwarzen“ noch mehr oder weniger huldigt, ist denn auch der Alkoholkonsum in unserem Lande gegenüber früher erheblich zurückgegangen.

Engegen der Behauptung vieler Abstinenzapostel, die sich alles Verdienst an dieser erfreulichen Wandlung der Geschmacksrichtung zuschreiben, darf mit Fug und Recht gesagt werden, dass der Rückgang des Alkoholismus zum Grossteil den von seiten unserer Behörden gegenüber der Trunksucht ergriffenen Massnahmen zu verdanken ist. Gewiss, das Blaue Kreuz hat viele Tausende ehemaliger Trinker der Enthaltensamkeit zugeführt, diese Tatsache bleibt unbestritten; aber das Hauptverdienst an der Samerung der früheren unhaltbaren Zustände mancher Landesgegenden gebührt doch den gesetzlichen Verordnungen und Verfügungen der Behörden. Wenn noch in den 60er und 70er Jahren des vorigen Jahrhunderts die Trunksucht als Attribut eines moralisch haltlosen Charakters angesehen und als Laster bezeichnet wurde, dessen Beseitigung lediglich von der Willenskraft des Trinkers abhänge, so ist die medizinische Wissenschaft infolge ihrer tiefgründigen Studien in den verflochtenen Jahrzehnten zu der Erkenntnis gelangt, dass man beim chronischen Alkoholismus vor einer Krankheit steht, die wohl auf eigenes Verschulden zurückzuführen ist, deren Heilung aber nicht allein im Willen des von ihr Behafteten liegt.

Seit man sich massgebend Orts über das Wesen der Trunksucht völlig klar ist und sie als Krankheit erkannte, die am Mark der Volksgesundheit zehrt, hat man denn auch nichts unternommen, sie eifrig und unablässig zu bekämpfen. Es war dies eine schwierige Aufgabe für unsere Volkswirtschaftler, zu deren Durchführung neben den medizinischen Autoritäten namentlich die Gesetzgebung erfolgreich einwirkte. Irrtümlicherweise richtete sich die diesbezügliche Tätigkeit der Gesetzgeber in einigen Kantonen zuerst gegen das Wirtshaus, das in Verknüpfung der wahren Verhältnisse als der Grund des Übels angesehen wurde. Sehr zu Unrecht allerdings, denn der Wirt hat kein Interesse daran, Trunkenbolde zu seiner Kundschaft zu rechenen.

Die Gesetzgeber versuchten also die Trunksucht zu bekämpfen, indem sie die Ausübung des Wirtberufes durch mehr oder minder glückliche Vorschriften und Verordnungen erschweren, die Polizeistrafen einführen und das Gastwirts-gewerbe einer strengeren Beaufsichtigung unterwerfen. Diese Massnahmen zeitigten jedoch den beabsichtigten Erfolg nicht. Im Gegenteil! Es zeigte sich bald, dass das Trinken im geheimen, der sog. stille Hausrunk, desto mehr an Anhänger gewann, je mehr man dem Publikum durch gesetzliche Anordnungen den Wirtshausverkehr zu verleiden trachtete. Auch die Konzessionierung der kleinen Verkaufsstellen hat in dieser Hinsicht an vielen Orten zu unerhörten Missständen geführt. Holt doch der Trunkenbold, dem im Wirtshaus nichts mehr verabreicht wird, den benötigten trinkbaren Stoff nunmehr in der staatlich autorisierten Spirituosenhandlung. Dass dadurch der Volksgesundheit schwere Wunden geschlagen werden, ist allgemein bekannt.

Als das gewollte Ziel durch die angeführten Massnahmen nicht erreicht wurde, suchte man in der Folge, um das Uebel an der Wurzel zu bekämpfen, die Lösung der bedeutungsvollen Aufgabe auf einem andern Wege. Die Gesetzgebung ermächtigte die Administrativbehörden, d. h. die Regierung, Bezirksbehörden und Gemeinderäte, überall dort, wo das Haupt der Familie der Trunksucht anheimgefallen oder von ihr bedroht ist, im Interesse der Familie und zur Wahrung ihres bedrohten Besitzstandes einzuschreiten. Demnach können diejenigen Familienhäupter, die infolge ihrer Trunksucht das Wohl von Frau und Kind gefährdet, sie in Not und Armut bringen, entmündigt oder auf Antrag der Gemeindebehörden von der Regierung auf dem Administrativwege in einer Trinkerheilstätte untergebracht oder mit Wirtshausverbot, Gefängnis und Arbeitshaus bestraft werden. In den letzteren Fällen geht der Bestrafte auch der rechtlichen Handlungsfähigkeit verlustig. Stellt man sich vor, dass ein Trinker als Ehemann und Vater der gesetzliche Vertreter der Seinen ist, dass er die Verwaltung des Vermögens führt, nach eigenem Gutdünken schalten und walten kann, so begreift man ohne weiteres die Wohltat, die für eine Familie darin liegt, wenn ihr Oberhaupt entmündigt und selbst unter Vormundschaft gestellt wird. Die neuesten gesetzlichen Bestimmungen wirken namentlich insofern segensreich, als sie zum Wohle der Angehörigen des Trinkers aufgestellt wurden, welche auf gesetzlichem Wege gegen jeden Nachteil, der ihnen aus der ungeseligen Leidenschaft erwachsen könnte, gesichert werden sollen. Auf die Heilung des Trinkers selbst ist soweit Bedacht genommen worden, als er entweder auf eigene oder Gemeindegeldern in einer Trinkerheilanstalt versorgt oder als „Enthalterer“ im Arbeitshaus untergebracht wird. Während die Pfleger der Trinkerheilstätten nur bezüglich des Alkoholgenußes Beschränkungen ihrer Rechte erleiden, werden die „Enthalteren“ der Arbeitshäuser wie gewöhnliche Gefangene behandelt, die während der Zeit ihrer Enthaltung auch der persönlichen Freiheit beraubt sind. Ob diese Art Strafe für einen Trinker von Gutem ist und ihn von seiner Leidenschaft zu heilen vermag, ist vorläufig noch eine offene Frage, die an dieser Stelle nicht erörtert werden soll.

Anders wie die Trunksucht ist die Betrunktheit zu bewerten, obschon beide Zustände, trotzdem sie grundverschieden sind, vom oberflächlichen Beobachter, namentlich von den Temperenzfanatikern, vielfach miteinander verwechselt werden. Worin besteht nun der Unterschied zwischen Trunksucht und Trunkenheit? — In „Küche und Keller“ wird die Beantwortung dieser Frage in folgenden Sätzen zusammengefasst: Die Trunksucht ist ein Zustand, die Trunkenheit eine vorübergehende Erscheinung. Die Trunksucht äussert sich auch dann an dem Trinker, selbst wenn er sich nicht im Stadium des Rausches befindet, sie tritt zu Tage in einem mehr und mehr zunehmenden Niedergange aller seiner seelischen und geistigen Regungen, sie zeigt sich in Veränderungen am Körper selbst und in einer von dem Normalen abweichenden Art seiner Lebensbetätigungen; auch wenn der Trinker völlig nüchtern ist, vermag der sachverständige Arzt dennoch das Vorhandensein dieses Leidens an ihm zu erkennen, eben weil die Symptome keine vorübergehenden sind. Demgegenüber ist, wie schon erwähnt, der Zustand der Trunkenheit eine vorübergehende Erscheinung, mit der zugleich auch die Folgen selbst sich verwischen. Es kann jemand lange Zeit hindurch nicht berauscht gewesen sein und er ist doch ein Trunksüchtiger, während umgekehrt jemand sich im Zustande hochgradiger alkoholischer Vergiftung zeigen kann, ohne dass man ihn deshalb zu den Trinkern zählen darf.

## Alkoholgeseztgebung und Fremdenverkehr in Norwegen.

In Norwegen tagt zur Zeit eine Kommission zwecks Vorbereitung eines Alkoholgeseztes, in welches wichtige Bestimmungen betreffend den Wirtschaftsbetrieb einbezogen werden sollen.

Bekanntlich spielt in Norwegen die Temperenzbewegung eine bedeutend grössere Rolle als in der Schweiz. Sie greift vielfach auf politisches Gebiet über und bewirkt, da ihr je nachdem die politische Stimmung günstig oder feindlich gegenüber steht, eine grosse Unsicherheit im Hotel- und Wirtschaftsgewerbe. Da wo die Temperenzbewegung den Ausschlag gibt, oder die politische Richtung sich zu Kompromissen mit ihr herbeilässt, wird häufig Hotels und

Wirtschaften die Konzession zum Ausschank geistiger Getränke entzogen, was natürlich die betreffende Liegenschaft stark entwertet und die Inhaber in finanzielle Schwierigkeiten bringt.

Die erwähnte Kommission hat den schädigenden Einfluss solcher Massregeln erkannt und sich an massgebende Stellen in der Schweiz gewandt, um über folgende Fragen Auskunft zu erhalten:

- „Hält man in der Schweiz dafür, dass das Gedeihen und die Entwicklung des schweizerischen Fremdenverkehrs wesentlich dem Umstande zu verdanken ist, dass das schweizerische Alkoholgesezt und die kantonalen Wirtschafts-gesezte derart gestaltet sind, dass
1. der Reisende sowohl an den Eisenbahnstationen als auch speziell an Sonn- und Feiertagen in der Befriedigung seiner Bedürfnisse nach geistigen Getränken in keiner Weise beschränkt ist;
2. dass speziell die Wirtschaftsgeseztgebung einen Verlust der Konzession oder Patente zum Ausschank geistiger Getränke lediglich zufolge politischer Strömungen, die in der Temperenzbewegung ihren Grund haben, und eine dadurch hervorgerufene Entwertung von Liegenschaften und finanzielle Gefährdung einzelner Unternehmer ausschliesst, sodass
3. eine Verschärfung der gegenwärtig in der Schweiz geltenden einschlägigen Gesezte und Verordnungen eine direkte Gefahr für das Hotelwesen und den Fremdenverkehr bedeuten müsste.“

Die in diesen Fragen angedeutete Gefahr besteht allerdings für die Schweiz zur Zeit nicht. Wohl aber werden wir gut tun, unsere Blicke ein wenig nach Norwegen zu richten. Der Schweiz kann es recht sein, wenn eine kleinliche Beschränkung der persönlichen Freiheit den Reisendenstrom Norwegens ein wenig zurückdämmt. Auf der andern Seite kann man sich nicht verhehlen, dass wie früher „*ex oriente lux*“, so jetzt in manchen Dingen „*das Heil von Norden*“ kommt, mit andern Worten, dass sich geistige Strömungen von Norden her über die Völker ausbreiten. Dass wir in der Schweiz vor einer Temperenzgeseztgebung nicht ganz gefeit sind, hat das Abstinenzgesezt bewiesen. Der schweizerische Fremdenverkehr darf sich von einem Anwachsen der Temperenzbewegung nicht überumpeln lassen und hat infolgedessen die Pflicht, sie sorgfältig zu überwachen.

Dabei darf nicht vergessen werden, dass es sich nicht nur um die Temperenzler im eigenen Lande handelt, sondern auch in denjenigen Ländern, deren Reisende unsere Kunden sind. Möglich, dass eine scharfe Alkoholgeseztgebung in Norwegen eine Steigerung des Besuches von Norwegern in der Schweiz zur Folge hat. Man liest auch, dass in Amerika die Temperenzgeseztgebung keine Einschränkung des wirklichen Alkoholkonsums zeitigt und nur den geheimen Verbrauch gefördert hat. Aber die Temperenzgesezte haben trotzdem nur aus dem Willen breiter Massen entstehen können, und auch diese Massen entsenden ihre Reisenden in die Schweiz. Wollen wir denen, die nach geistigen Getränken verlangen, ihre Freiheit nicht einschränken, so gebietet es unser Interesse, den Bedürfnissen der andern, die sie verpornen, auch zu entsprechen. Ihr Geld ist gleich rund.

Eine Temperenzgeseztgebung, die einen Teil der Volksgenossen — von den Fremden ganz abgesehen — in ihren Bedürfnissen knebelt, entspricht nicht dem demokratischen Prinzip. Umso mehr müssen die am Fremdenverkehr interessierten Kreise auf dem Plan sein und nicht nur abwarten bis die Bewegung von Norwegen nach der Schweiz übergreift. Es wäre vielleicht angezeigt, wenn sich weitere Stimmen zu dieser Frage vernehmen liessen.

H. B.

## Regenversicherung.

Herr Dr. Heinrich Stocker äussert in der „Deutschen Alpenzeitung“ zu dieser aktuellen Frage folgende Gedanken:

Im Sommer 1910 ging durch viele deutsche Tageszeitungen die Nachricht von einem neuen Versicherungsweig. In den Bädern der Süd- und Ostküste Englands konnte man sich gegen verregnete Ferien versichern. Gegen eine Prämie von 7.50 Mk. wurden täglich 10 Mk. vergütet, wenn innerhalb einer Woche an mehr als zwei Tagen  $\frac{1}{10}$  Zoll Regen pro Tag fiel; gegen eine Prämie von 10 Mk. konnte man sich gegen mehr als 4 verregnete Tage in der Woche versichern. Ausserdem bestand die Bestimmung, dass der grössere Teil von dem  $\frac{1}{10}$  Zoll Regen, der die Schadenersatzpflicht der Versicherungsgesellschaft begründet, während des Tages fallen müsse. Die Feststellung dieser Voraussetzungen war an den fraglichen Orten dadurch erleichtert, dass dort der tägliche Regenfall offiziell gemessen und veröffentlicht wird.

Die deutschen Zeitungen, die diese Neuigkeit brachten, behandelten sie mehr oder minder als ein erheiterndes Kuriosum, und auch die Fachblätter, die davon Kenntnis nahmen (z. B. „Zeitschr. für Versicherungswissenschaft“ Bd. X S. 790), liessen keinen Zweifel, dass sie ein Bedürfnis für eine solche Versicherung gegen Gefährdung oder Schmälerung des Vergnügens oder bestfalls der Erholung nicht anerkannten. So sehr man diese Auffassung billigen mag, so konnte man doch gerade in den verregneten Sommertagen des letzten Jahres manchmal auf den Gedanken kommen, dass der Idee der Regenversicherung doch ein berechtigter Kern innewohne. Freilich nicht als einer Versicherung jener, deren Ferienpläne ins Wasser fielen,

sondern als einer Versicherung derjenigen, die ihre wirtschaftliche Existenz auf die regelmässige Wiederkehr von Sommergästen aufgebaut haben, mit andern Worten, als eine Versicherung der ländlichen Gastwirte und sonstigen gewerbmässigen Vermietter gegen die störenden und schädigenden Einflüsse des Wetters auf Stärke und Richtung des Fremdenverkehrs.

Dass das Wetter einen entscheidenden Faktor in der Entwicklung des Fremdenverkehrs darstellt, ist eine Binsenwahrheit, die keiner Erläuterung bedarf. Es gibt ausser der Landwirtschaft keine Unternehmertätigkeit, die in gleich einschneidender Weise von den Launen der Witterung abhängig ist. Nun ist allerdings der Bauer nur gegen eine Wettergefahr sich zu versichern imstande, gegen Hagel. Allein für den Fremdenwirt verbietet sich der Natur der Dinge nach eine ähnliche Ausscheidung. Für ihn kommt es weniger auf das einzelne Naturereignis als auf den Witterungscharakter an. Immerhin würde die Abstellung auf dieses menschlichen Einfluss vollständig entzogene Element starke Analogien zu den wichtigsten Zweigen der Schadenversicherung aufweisen.

Gunst und Ungunst der Witterung äussern ihren Einfluss, wenn auch in sehr verschiedenem Grade, auf alle dem Fremdenverkehr dienenden Unternehmungen. Allein es ist klar, dass eine Versicherung gegen dadurch bedingte Schwankungen, wenn überhaupt, so in erster Linie zugunsten der Vermietter, d. h. als eine Versicherung gegen Ausfälle infolge Unvermietbarkeit von Zimmern, einsetzen müsste. Nun ist es interessant, dass der jüngste Versicherungszweig, den das deutsche Reichsaufsichtsamts für Privatversicherung genehmigt hat, gewisse Berührungspunkte mit diesem Gedanken aufweist: Vor wenigen Wochen hat in Berlin die erste deutsche Versicherung gegen Mietverluste ihre Tätigkeit aufgenommen. Wohlgerichtet handelt es sich dabei nicht etwa um eine Betriebsversicherung in dem Sinne, dass solche Mietverluste versichert werden, die infolge von Brand u. s. w. entstanden sind (übrigens eine Versicherungsmöglichkeit, die die Zerstörung des Karserheotels manchem Fremdenindustriellen nahelegt), sondern um eine Versicherung gegen einfache Unvermietbarkeit von zur Vermietung bestimmten Räumen. Ist auch dieser Versicherungszweig zunächst nur für grossstädtische Mietobjekte gedacht, so könnte er doch ein Vorläufer werden und wertvolle Erfahrungen bieten für eine künftige Versicherung der Fremdenbeherberger. Jedenfalls deutet diese Mietverlustversicherung ebenso wie die in Deutschland wenig ältere Betriebsverlustversicherung bereits einen Weg an, auf dem eine Hauptgefahr dieser wie mancher anderen Versicherungart vermieden oder doch stark gemindert werden kann: die Ueberbürdung eines Teils des Schadens auf den Versicherten durch weitgehende Selbstversicherung. Gewiss wäre eine Hauptschwierigkeit der Regenversicherung die Schadenermittlung, d. h. die Feststellung, ob überhaupt, und welcher Schaden entstanden ist, und insbesondere, wie weit er auf die Ungunst der Witterung zurückzuführen ist. Man kann sich unsicher vorstellen, dass mancher Hotelier in die Versuchung käme, jedes leerstehende Zimmer dem Wetter ins Schuldbuch zu schreiben und dass, was schlimmer wäre, mancher Wirt die Bedürfnisse und Wünsche aller oder eines bestimmten Teils seiner Gäste noch geringschätziger behandeln würde als jetzt. An diesem Bedenken bräuchte das Problem der Regenversicherung dank dem oben angedeuteten Schutzmittel nicht zu scheitern.

Allein hier ist überhaupt nicht der Ort, die zweifellos vorhandenen, zahlreichen und zum Teil schwerwiegenden Hemmnisse, die sich der Idee entgegenstellen, auseinanderzusetzen und soweit möglich zu entkräften. Man darf zur Versicherungstechnik ohne weiteres das Vertrauen haben, dass sie dieser Schwierigkeit ebenso gut Herr würde, wie sie schon manchen scheinbar noch so unzugänglichen und widerspenstigen Versicherungszweig nach jahrelangen Bemühungen sich schliesslich doch erobert hat. Man denke nur an das Problem der Kreditversicherung, das trotz aller Enttäuschungen stets zu neuen Versuchen loekt. Viel wichtiger für die Frage, ob wir je eine Regenversicherung im angedeuteten Sinn bekommen, ist die Erwägung, ob eine solche Versicherung für die unternehmende Gesellschaft jemals rentabel gestaltet werden kann. Die Ausdehnungstendenz des Versicherungswesens ist so stark, dass nur Bedenken nach dieser Richtung die Regenversicherung als indiskutabel erscheinen lassen könnten.

Mir scheint jedoch, dass auch die Gesichtspunkte, die bei Würdigung dieser Frage in erster Linie stehen, nicht allzu pessimistisch beurteilt zu werden brauchen. Die Schwierigkeiten der Acquisition des neuen Versicherungszweigs sind sicherlich nicht zu unterschätzen. Allein die Schäden, die ein verregnetes Sommer bringt, sind so sinnfällig und berechenbar, die Kapitalien, die z. B. nur in Mietobjekten für Sommergäste angelegt sind, gehen schon so tief in die Tausende von Millionen, dass das Bedürfnis, neben den Schwankungen der wirtschaftlichen Konjunktur nicht auch den noch viel launischeren des Wetters ausgesetzt zu sein, von manchen Hotel- und Pensionsbesitzern auch heute schon ohne die Rednerkünste von Regenversicherungsgesellschaften empfunden wird. Was aber das Risiko der Versicherungsgesellschaften anbelangt, so muss freilich eines zugegeben werden: Wenn's in Reichenhall regnet, schätzt man auch in München und Garmisch und Oberstdorf die Gummischeuhe. Katastrophenartige Sommer müsste die Regenversicherung gewärtigen. Allein abgesehen davon, dass z. B. auch die Hagelversicherung ähnlichen Bedenken unterliegt und trotz der schweren Jahre der jüngsten Vergangenheit lebensfähig geblieben ist, böte sich einer Regen-

versicherung doch durch ein möglichst breites Auslegen die Möglichkeit einer Risikoverminderung. Wenn sie das bayerische Oberland und Tirol, die Schweiz und den Schwarzwald, die Nordsee und den Süden umfasst, kann sie auf einen gewissen Ausgleich selbst in ungünstigen Jahren rechnen. Ganz besonders aber hat sie die Wahrscheinlichkeit hervorragender günstiger Jahre für sich. Und endlich: Wenn sie, um ganz aktuell zu sein, noch gegen die vom Wetter drohenden Schwankungen des Winterfremdenverkehrs, d. h. vor allem gegen die Schneelosigkeit, versichert, dann wird ihre Basis breit genug sein, um selbst einen Sommer 1910 ohne Erschütterung zu überstehen.

## Der Tourist, die Verkehrsindustrie und ihre Beziehung zur Reklame.

Die „Basler Nachrichten“ bringen nachstehendes „Eingesandt“ von Gustav Kleinfelder: Dass einer, wenn schon gar nichts anderes, doch wenigstens ein Zeitgenosse ist, kann etwas ernsthafter dahin erweitert werden, dass auch die bescheidenste Existenz sich rühmen darf, ein Gegenstand der Statistik und in den verschiedensten Fächern der Volkswirtschaft als bestimmte Wertziffer gebucht zu sein. Aber nicht nur unsere staatsbürgerlichen und beruflichen Beziehungen, auch unsere Freuden verändern sich in der Registratur der Nationalökonomie zu dürren Zahlen, jeder genossene Liter Wein, jedes Päckchen Tabak wird uns da nachgerechnet und selbst in dem Augenblick, wo wir zum Wanderstab greifen, um einmal ganz ungebunden und unkontrolliert in die Ferne zu ziehen, dürfen wir immerhin das schmeichelhafte Bewusstsein haben, in den Augen des Statistikers an Reiz zu gewinnen. Zwar als Einzelwesen interessieren wir ihn wenig, trotz aller inneren und äusseren Vorzüge, aber in unserer Gesamtheit, in der gewaltigen Masse der Touristen als konsumierendes Ungeheuer mit Millionen Köpfen, stellen wir im Wirtschaftsbetriebe der Nation einen Faktor von unschätzbare Bedeutung vor. Die Umsatzziffern, die dem Wandertrieb ihr Dasein verdanken, sind enorm.

Eisenbahnen, Schifffahrt, Post und andere Verkehrsanstalten, Unterkunfts- und Verpflegungsstätten, grosse Industrie- und Handelszweige, eine Unmenge kleinerer Gewerbe, eine Armee von Beamten, Angestellten und selbständigen Geschäftsleuten — alles hängt unmittelbar oder indirekt mit der Touristik zusammen und wäre zum Teil in seiner Existenz bedroht, wenn das bewegungslustige Ungeheuer eines Tages streiken und zu Hause bleiben wollte. Und da so ausserordentlich weite Kreise der Bevölkerung vom Touristen abhängig sind und sich bemühen müssen, seine rollenden Fünftübler in ihre Kanäle zu leiten, entwickelt sich nach ehernen Wirtschaftsgesetzen ein heisses Ringen, ein Werben um seine Gunst, ein Eroberungszug um den Touristen.

Dieser friedliche Kampf kommt dem Touristen nur zugute, wie der Konsument eben immer Nutzen daraus zieht, wenn die Produzenten sich in ihren Leistungen zu übertreffen und in ihren Preisen zu unterbieten suchen. Schon die ersten Anregungen zur Reise verdankt er oft den Suggestivmitteln, zu deren Anwendung die Verkehrsindustrie sich genötigt sieht, um die Aufmerksamkeit auf ihre Leistungen zu lenken. Denn es unterliegt keinem Zweifel, dass viele Reisepläne erst durch die Propaganda der interessierten Kreise festumrissene Gestalt annehmen. Man hat Lust, auf einige Wochen zu verreisen, aber weiss nicht recht wohin — da fällt der Blick auf ein wirkungsvolles Plakat, auf eine gut abgefasste Annonce, auf einen verlockenden Prospekt, auf ein Landschaftsbild in einer Zeitschrift, auf den Bericht eines Reiseschriftstellers und die verschwommenen Wünsche gewinnen plötzlich feste Form, der Flug der Sehnsucht wäht ein Ziel.

Die von modernen kaufmännischen Geistes durchdrungene Verkehrsindustrie kennt die wirkende Kraft der Propaganda. Sie weiss, dass es im Handelsleben nicht genügt, etwas Gutes zu erzeugen, sondern dass damit Hand in Hand die Kunst gehen muss, das Erzeugnis anzubieten und die Aufmerksamkeit darauf zu lenken. Was auch immer in Umsatz gebracht werden soll, es muss sich auf den Markt stellen und anpreisen. Aber es genügt oft nicht einmal, sich nur an schon vorhandene Bedürfnisse zu wenden, sondern es kommt darauf an, Bedürfnisse zu schaffen. Eine Propaganda, die auf der Höhe ihrer Kunst steht, weiss mit den einschmeichelnden Mitteln der Ueberredung und Verlockung die Begehrlichkeit zu wecken und Wünsche zu erregen, an die man noch vor kurzem gar nicht gedacht hatte. Auch die Verkehrsindustrie kann solche Suggestivmittel nicht entbehren, umso weniger als die Ferienreisen, von Heilzwecken abgesehen, ja keine absolute Notwendigkeit sind und deswegen verlockend gemacht werden müssen, wie alles, was nicht zum täglichen Brot gehört.

In der Erkenntnis, dass der einzelne nur wenig für die Propaganda zu tun vermag, schliessen die Hotels und verwandten Industrie- und Handelszweige mit den Vertretern der Behörden einen Bund, der, wie er sich auch nennen mag, seine Werbemittel in Form von Plakaten, Annoncen und Prospekten in die Welt schiekt. Solche Kollektivreklamen verfahren bei geschickter Inszenierung ihrer Wirkung nicht und flossen umso mehr Vertrauen ein, als sie sich von Uebertreibungen fernzuhalten pflegen und nur das Gegend dem Fremden wirklich zu bieten hat.

Wohin der Tourist auch blickt, er sieht mit Befriedigung, wie das Ringen um seine Gunst zu Taten anspricht, die, mit Wissenschaft und

Kunst vereint, Bereicherungen unseres Lebens bedeuten und wie die Touristik deshalb in Wahrheit eine Kulturmission erfüllt. So manche alte, geschichtlich denkwürdige, durch schöne Architekturen ausgezeichnete Stadt verdankt die Erhaltung nur den Touristen, auf die sie ihre Anziehungskraft ausübt, und manche natur-schöne aber industriearme Gegend lebt fast ausschliesslich vom Fremdenverkehr. Hier versucht eine Stadt durch eine interessante Ausstellung die Reisestüben anzulocken, dort veranstaltet ein anderer Ort zum gleichen Zwecke theatrale Museraufführungen, und selbst Weltstädte wissen den befruchtenden Fluss des Fremdenverkehrs zu schätzen und nehmen am Rennen nach dem Touristen teil. Diesem Einfluss verdanken wir es, dass wir heute überall Quartiere finden, die allen vernünftigen Anforderungen an Bequemlichkeit entsprechen, und es verdient, anerkannt zu werden, dass der Wettbewerb um den Touristen ziemlich allgemein ein reelles Geschäftsgebahren im Unterkunfts-wesen zur Folge hatte. Wenn ein Tourist wirklich einmal mehr bezahlen muss, als er erwartet hatte, so ist er eben nur aus mangelhafter Information an das unrichtige, zu seinem Budget nicht passende Haus geraten.

Mag sein, dass die ungemein lebhaftere Reise-lust unserer Zeit manche Schattenseiten aufweist, dass sie schwache Charaktere zu verhältnismässig hohen Ausgaben verleitet, oft auch nur einem seichten Vergnügungsbedürfnis dient und Oberflächlichkeits befördert — alle diese gelegentlichen Auswüchse und Irrungen können dem Guten und tausendfach Belebenden, das in unserer Touristik liegt, keinen Abbruch tun, denn der Tourist ist ein Kulturpionier und der Eroberungszug um den Touristen ein stählendes Ringen lebendiger Kräfte.

## Bedeutung und Aufgabe des Hotelbetriebs.\*)

Wie schon aus der Darstellung der geschichtlichen Entwicklung des Hotelwesens hervorgeht, ist die Bedeutung des Hotelbetriebes immer markanter hervorgetreten, je umfangreichere Gestalt das Verkehrsleben annahm. Bei dem geringen Verkehr früherer Jahrhunderte spielte die Frage der Unterbringung der Reisenden in gewerblichen Beherbergungsinstituten nur eine sehr untergeordnete Rolle. Im neuzeitlichen Wirtschaftsleben ist der Fremdenverkehr jedoch ein wirtschaftlicher Faktor geworden, der zu allen Zweigen des Erwerbslebens enge Beziehungen unterhält, und deshalb macht das Bestreben sich allgemein geltend, den Reisenden angemessene Unterkunftsbedingungen zu bieten. Der Reiseverkehr nähert alle erwerbstätigen Personen z. B. ziehen aus ihm einen nicht zu unterschätzenden Nutzen. Aus diesem Grunde sind Hunderte von Gewerbezweigen an einer möglichst vollkommenen Ausgestaltung des Hotelbetriebs in ganz hervorragendem Masse interessiert; denn der neuzeitliche Reiseverkehr bedingt das Vorhandensein zahlreicher den verschiedensten Ansprüchen der Bevölkerung genügenden Hotelbetriebe. Längst sind die Zeiten vorüber, wo der Fremde auf seinen Reisen in der Hauptsache Gastfreundschaft bei Bekannten genoss, heute spielt sich der Reiseverkehr vornehmlich in den Hotels ab. Wie die Häfen der Seestädte, die Lagerhäuser der Güterverkehrs-zentren, unumgängliche Einrichtungen für den Warenverkehr sind, so ist der Hotelbetrieb in gleichbedeutender Weise eine notwendige Anstalt für den Personenverkehr. Auch das Hotel ist im übertragenen Sinne ein Hafen, ein Lagerhaus, in dem die aus allen Gegenden zusammenströmenden Menschen während ihres Aufenthaltes untergebracht werden. Und in dieser Eigenschaft als integrierender Teil des Personenverkehrs ist die Bedeutung des Hotelbetriebs zu würdigen. Aber nicht nur zu Unterkunftswecken des reisenden Publikums dient das Hotel, sondern in ganz ansehnlichem Umfange dem öffentlichen Leben. Versammlungen politischer und gesellschaftlicher Natur und zu Vergnügungszwecken werden überaus zahlreich in den Hotels veranstaltet. In den Hotelräumen ereignen sich Vorgänge von teilweise recht grosser Bedeutung. Ueber Krieg und Frieden und über Staatsverträge ist schon vielfach in ihnen entschieden worden. Dann dienen die Hotels als Versammlungsort der leitenden Männer in Handel und Industrie, der Mitglieder von wirtschaftlichen Verbänden und Kartellen, Syndikaten, Genossenschaften, Aktiengesellschaften und sonstigen Vereinigungen.

Je nach dem Standort des Hotels ist sein Wesen, seine Aufgabe zu beurteilen. Das Grossstadthotel wie jene in den mittleren und kleineren Städten mit einem über das ganze Jahr sich annähernd gleichmässig verteilenden Fremdenverkehr sind zum Teil anders geartet als diejenigen in den Bade- und Kurorten. Der wesentliche Unterschied besteht darin, dass die ersteren als Jahresbetriebe, die letzteren mit wenigen Ausnahmen als Saisongeschäfte anzu-

\*) Wir entnehmen diesem Aufsatz dem soeben erschienenen Bändchen „Das Hotelwesen“ von Paul Damm-Etienne (Verlag von B. G. Teubner, Leipzig). Der Verfasser gibt in seinem Werke einen Ueberblick über die Entwicklung und den gegenwärtigen Stand der Hotelindustrie und bespricht ausführlich die Bedeutung und Aufgabe des Hotelbetriebs, die betriebstechnischen Einrichtungen, die bauliche Einteilung, die Organisation und die Rentabilität der grossen neuzeitlichen Karawansereien. Ein besonderer Abschnitt gibt Aufschluss über die sozialen Verhältnisse, insbesondere die Fragen der Arbeitszeit und der Löhnungsmethoden, über die Tarifverträge, die öffentlich-rechtliche und handelsrechtliche Stellung der Hotels. Das Bändchen, das eine Fülle der wertvollsten Anregungen enthält und daher dem Fachmann zur Anschaffung empfohlen werden darf, kann durch jede Buchhandlung zum Preise von Mk. 1.— bezogen werden.

sehen sind. Der Jahresbetrieb hat einen ununterbrochenen Fremdenverkehr zu bewältigen, während das Saisonalhotel nur zeitweise, mit Unterbrechungen, arbeitet, seine ganze Betriebsführung einer gewissen Jahreszeit anpassen muss. Hieraus erklärt sich schon der Umstand, dass jeder dieser beiden Betriebsarten teilweise Ansprüche verschiedener Natur zu befriedigen hat. Der Jahresbetrieb muss in seinen Einrichtungen allen während des ganzen Jahres auftretenden Bedürfnissen Rechnung tragen, seine Betriebsführung ist demnach meist vielgestaltiger als die eines Kurhotels, das während der Saison Fremde nur für wenige Monate bei relativ gleich bleibenden Ansprüchen des reisenden Publikums aufnimmt. Andererseits ist das mit dem Betrieb eines Badehotels verbundene Risiko grösser als dasjenige beim Jahresbetriebe. Die Fremdenzahl in den Städten mit Jahresverkehr, der sich hauptsächlich aus Geschäftsreisenden und dem Durchgangsverkehr zusammensetzt, ist nicht solch starken Schwankungen unterworfen, wie der Fremdenverkehr in den Bade- und Kurorten. Letzterer ist vornehmlich abhängig von der Witterung und dann von der Reisedemokratie, die sich einmal den Gebirgsorten, ein anderes Mal den Seeplätzen zuwendet. Und dann wirken die wirtschaftlichen Konjunkturverhältnisse viel stärker auf den Fremdenverkehr der Bäder als sie es auf den sonstigen Orte vermögen. Freilich wird die Konjunktur in dem gesamten Reiseverkehr in die Erscheinung treten, aber unterschiedlich insofern, als der Geschäftsreiseverkehr in nur geringerem Masse, der Fremdenverkehr in den Kurorten dagegen, der beinahe durchwegs den Vergnügungs- und Erholungsreisen gewidmet ist, in sehr erheblicher Weise durch sie beeinflusst wird. Der Aufenthalt in der Sommerfrische ist unbestreitbar zu einem grossen Teile die Befriedigung eines Luxusbedürfnisses. Bei abwärtsgehender Geschäftslage wird aber stets zunächst den Luxusbedürfnissen Einhalt geboten, was begrifflicher Weise einen starken Rückgang der Vergnügungsreisen bewirkt. Der Fremdenverkehr in den Badestädten zeigt demnach stärkere Wellenbewegungen als der sonstige Reiseverkehr. Und je grösser diese Bewegungen sind, desto erheblicher ist das mit Fremdenbeherbergungsbetrieben verbundene Risiko.

Entsprechend der ausserordentlich verschiedenen Zusammensetzung des Fremdenpublikums in den grossen Städten finden sich an diesen Plätzen gastgewerbliche Anstalten mannigfaltiger Art vom einfachen Gasthaus und der Herberge bis zum prunkvoll eingerichteten Luxushotel. Im Gegensatz zum vornehmen Kurort weist die Grosstadt viel grössere Verschiedenheiten in der Art des Fremdenverkehrs auf, weil hier dem Vergnügungsaufenthalte eine geringere Bedeutung zukommt, der berufsmässige Aufenthalt den wohl weitaus grössten Teil des Fremdenverkehrs darstellt. Und da alle Bevölkerungsschichten an dem geschäftlichen Reiseverkehr teilnehmen, wird der Grosstadtfremdenverkehr sich auch aus den unterschiedlichsten Elementen zusammensetzen. Die Grosstadt bedarf daher in bezug der Qualität der Darbietungen recht zahlreicher Arten von Hotels, die den Bedürfnissen der einzelnen Klassen innerhalb des Fremdenpublikums Rechnung zu tragen in der Lage sind. Im Kurort sind die Unterschiede in dem Range der Hotels deshalb nicht so stark ausgeprägt, weil die Kurgäste ihrer sozialen und finanziellen Stellung nach nicht so erheblich voneinander abweichen, wie es bei dem Fremdenpublikum der Grosstädte der Fall ist.

Was dann die Lage der Gasthöfe anbetrifft, so haben Grosstadt- und Badehotels in dieser Beziehung verschiedene Rücksichten zu nehmen.

Die mit dem Anwachsen der Grosstädte innig verbundene Verkehrskonzentration, die Bildung von Zentralpunkten des Verkehrs, an welchen oder in deren Nähe die hauptsächlichsten Vorgänge des Grosstadtlebens sich abspielen, die sog. Citybildung, hat einen ausschlaggebenden Einfluss auf das Hotelwesen der Grosstädte ausgeübt. Der fremde Reisende ist in der Grosstadt bestrebt, möglichst in der hauptsächlichsten Punkte der Stadt, die für ihn in Betracht kommenden Geschäftsgenossen am schnellsten und auf dem bequemsten Wege erreichen kann. Und da nun der grösste Teil des Geschäftslebens im Verkehrsmittelpunkte der Stadt ihren Sitz hat, auch die Verkehrsmittel, wie Strassen- und Schnellbahnen, beinahe ausschliesslich von hier ihren Ausgangspunkt nehmen, sich hier kreuzen und somit an dieser Stelle die beste Verkehrsgelegenheit bieten, wird der Fremde beinahe ausschliesslich den Wunsch haben, im Verkehrsmittelpunkte zu wohnen. Der Konzentration des Verkehrs folgend, hat das Hotelwesen der Grosstädte sich zu einem guten Teile ebenfalls konzentriert.

Im Kurort ist die Lage des Hotelbetriebes im Gegensatz zur Grosstadt nicht von den Verkehrsmittelpunkten, sondern begrifflicher Weise beinahe ausschliesslich von den Natur-schönheiten der Umgebung des Hotelbaues und der vorhandenen Räte abhängig.

Unter den vielseitigen Aufgaben der Hotelbetriebe nimmt die Förderung des Fremdenverkehrs eine hervorragende Stellung ein. Dass das Vorhandensein zweckentsprechender Beherbergungsbetriebe eine wesentliche Voraussetzung für die Entfaltung des Fremdenverkehrs bildet, bedarf kaum der Erwähnung. Die Geschichte des Reiseverkehrs lehrt uns, dass die Fremden stets mit Vorliebe solche Orte bevorzugen, die gute Wohnungs- und Beköstigungsangelegenheiten bieten. Und heute fährt der Reisende vielfach noch an Städten vorüber, weil dieselben keine Hotels besitzen, die seinen Ansprüchen genügen. Manche herrliche Gegen-

und viele sehenswerte Ortschaften und Städte müssen einen umfangreicheren Fremdenverkehr erdulden, weil sie nicht ein dem modernen Reiseverkehr entsprechendes Hotelwesen aufzuweisen vermögen. Ja selbst ganze Landstriche, Provinzen sind aus diesem Grunde dem Fremdenverkehr nicht aufgeschlossen worden. In der Fremdenverkehrspolitik spielt demnach das Hotelwesen die Hauptrolle. Je vielgestaltiger dasselbe an einem Orte vertreten ist, desto grösser wird die Zahl der Aufenthalt nehmenden Fremden sein. Gute Hotels wiegen selbst grössere Naturschönheiten zu einem gewissen Teile auf, da der Fremde in den häufigsten Fällen dahin seine Schritte lenken wird, wo ihm der Aufenthalt am angenehmsten erscheint, wo er ein seinen Ansprüchen entsprechendes Unterkommen findet. Die Bequemlichkeit des Menschen führt eher zu einer Verzichtleistung auf eine von der Natur bezogene Gegend als auf die Aufgabe einer behaglichen Unterkunft. Während zu früheren Zeiten meist nur reiche Leute Reisen unternahmen, ist in der neueren Zeit der Fremdenverkehr infolge der Verbesserung der Verkehrsmittel, der Vermehrung der Sommerfrischen und des gesteigerten Verlangens der grossen Mehrzahl der Bevölkerung, die angestrebte Berufstätigkeit durch einen Erholungsaufenthalt zu unterbrechen, demokratisiert worden. Diesem demokratischen Charakter hat die Fremdenverkehrspolitik und somit in der Hauptsache das Hotelwesen Rechnung zu tragen. Es hat die Aufgabe zu erfüllen, allen Bevölkerungsklassen die gewünschten Bequemlichkeiten zu bieten; denn jeder Fremde will im Hotel unter denselben Verhältnissen leben, wie er es von Hause aus gewohnt ist. Der Reiche sucht seinen gewohnten Luxus, der gut situierte Bürger verlangt ein behagliches Heim, aber auch der weniger Bemittelte wünscht einen Aufenthaltsort, der ihm die Annehmlichkeiten seiner Häuslichkeit bietet. In einer verkehrsreichen Stadt muss das Hotelgewerbe durch die Mannigfaltigkeit seiner Betriebe diesen Ansprüchen Rechnung tragen. Soll eine Gegend dem Fremdenverkehr erschlossen werden, so ist also zunächst für den Bau geeigneter Hotels Sorge zu tragen. Die Ansprüche, die an die Gasthöfe im Interesse des Fremdenpublikums gestellt werden, können natürlich nicht ins Unmögliche gehen. Das Hotel hat wie jedes andere kaufmännische Unternehmen nach kaufmännischen Prinzipien zu handeln. Die Grenze seiner Aufbietungen wird daher durch die Rentabilität des Betriebes bestimmt.

Das Hotel wird aber andererseits gerade als kaufmännisches Unternehmen bestrebt sein, durch höchstmögliche Leistungen das Publikum anzuziehen, um so seinen Umsatz und damit die Rentabilität zu steigern.

### Aus andern Vereinen.

**Zürich.** Eine Versammlung von Vertretern verschiedener Interessentengruppen, die am 29. März hier tagte und von etwa 180 Personen besucht war, beschloss nach Anhörung zweier Referate: Es wird ein Schutzverband gegen die Übergriffe der Abstinenzbewegung gegründet und das bisherige Initiativkomitee, das durch die von ihm zu kooptierenden Vertreter der Interessentenverbände erweitert wird, soll mit der Einleitung und Durchführung der nötigen Schritte betraut werden. Ausdrücklich wurde festgestellt, dass vernünftige Mässigkeitsschritte nicht bekämpft werden sollen und dass sich die Tätigkeit des zu gründenden Verbandes nur gegen die Übertreibungen der Abstinenzbewegung richten soll.

**Verkehrsverein für Graubünden.** Dem soeben erschienenen Jahresbericht pro 1910 entnehmen wir folgende Angaben: Das kantonale Verkehrs-bureau erledigte 4930 Anfragen und versandte 14,438 Prospekte und Broschüren. Der Verein verarbeitete für die Kollektivwerbung im Sommer 1910, für Plakate, Sommer- und Winterbroschüren, die beträchtliche Summe von über Fr. 58,000. Die Einrichtung und der Betrieb des Verkehrsbureaus erforderte Fr. 16,220. Die Jahresrechnung schliesst bei Fr. 82,845 Einnahmen mit einem Aktivsaldo von Fr. 2501 ab. Das Arbeitsprogramm für das Jahr 1911 sieht die Fortsetzung der Kollektivwerbung und Propaganda im Auslande, Neuauflage der kantonalen und Winterbroschüren in deutscher, französischer und englischer Sprache vor und umfasst eine Reihe anderer wichtiger Punkte, wie: Beteiligung an Ausstellungen, kantonale Wegmarkierung, Verbesserungen im Verkehrswesen etc. Der Aufwand für diese Arbeiten beträgt im Voranschlag Fr. 60,571, welche Summe in dieser Höhe ins Budget für 1911 aufgenommen wurde.

### Kleine Chronik.

**Lavey-les-Bains.** Die Gesellschaft der Bäder von Lavey kann für 1910 eine Dividende von 2% gegen 0% im Jahre 1909 und 3% im Jahre 1908 ausrichten.

**Luzern.** Nach grosser Umbau und Verbesserungen (viele Privatbäder, neuer Speisesaal und dito Restaurant etc.) ist das Hotel Beau-Rivage am 27. März für die Saison wieder eröffnet worden.

**Engelberg.** Das Parkhotel Sonnenberg richtet auf kommende Saison die Zentralheizung ein, vergrössert die Anzahl der Privatwohnungen mit Bädern und erstellt ein neues, grosses Vestibül in Verbindung mit dem Konzertsaal.

**Genf.** Die Betriebsrechnung der A. G. Hotels National, Métropole und des Bergues für das Jahr 1910 ergab einen Reingewinn von Fr. 299,394 (1909: Fr. 196,052). Den Aktionären kann demzufolge eine Dividende von 4 1/2% (1909: 4%) verabfolgt werden.

**Luzern.** Die Generalversammlung der A. G. Waldstätterhof und Savor Hotel genehmigte die Rechnungen für das Geschäftsjahr 1910; eine Dividende wird, wie im Vorjahr, nicht verteilt. Der Jahresgewinn wird zu Abschreibungen verwendet.

**Säckingen.** Das Badhotel Löwen, jetzt der Neuzeit entsprechend renoviert und eingerichtet, übernahm mit Anfang April Herr E. Kern, bisher Direktor des Bades und Kurhauses Val Sinestra im Engadin.

**Zermatt.** Die A. G. Hotels Schweizerhof, National und Bellevue will den Gewinnsaldo für das Betriebsjahr 1910 für Abschreibungen verwenden; auf das Aktienkapital würde somit, wie im Vorjahr, eine Dividende nicht verteilt.

**Villeneuve.** Die Generalversammlung der A. G. Hotel Byron hat die vom Verwaltungsrat beantragte finanzielle Reorganisation genehmigt. Durch Reduktion des alten, früher 670,000 Fr. betragenden Aktienkapitals und durch Ausgabe neuer Aktien beträgt das zukünftige Aktienkapital 520,000 Fr.

**Weesen.** Herr Hans Hösli, langjähriger Concierge im Hotel Bellevue au Lac in Zürich, hat das Hotel Speer in Weesen von den Erben des Herrn Major Wyss, welcher das Haus während 36 Jahren inebau käuflich erworben. Die Geschäftsübergabe fand am 1. April statt.

**Zürich.** Wie bereits gemeldet, wurde Herr E. Dielmann, bisher Direktor des Dolder Grand Hotel Zürich, zum Direktor des Hotel Baur au Lac berufen. Das Grand Hotel und das Waldhaus Dolder werden unter eine Leitung gestellt und diese ist Herrn Direktor Hans Lüdi in Zürich übertragen worden.

**Heidelberg.** Dem Bericht der A. G. Schlosshotel und Hotel Bellevue für das Jahr 1910 zufolge soll das Hotel Bellevue wieder als Kurhaus geführt werden, Herr Arquinot von Süss die Direktion der Hotels Belvédère und Post in Schuls und Herr Liss die Leitung des Hotel du Parc übernehmen, bedarf einer grundsätzlichen Berichtigung. Herr Liss, Mitglied des Verwaltungsrates der A. G. Hotels Belvédère und du Parc, teilt uns mit, dass bis heute noch keine definitive Wahl der Direktion getroffen wurde.

**Schuls.** Unsere Meldung in No. 10 vom 11. März wonsch Herr Arquinot von Süss die Direktion der Hotels Belvédère und Post in Schuls und Herr Liss die Leitung des Hotel du Parc übernehmen, bedarf einer grundsätzlichen Berichtigung. Herr Liss, Mitglied des Verwaltungsrates der A. G. Hotels Belvédère und du Parc, teilt uns mit, dass bis heute noch keine definitive Wahl der Direktion getroffen wurde.

**Attention.** (Communiqué.) Un sieur Jos. Kaiser qui se nomme "Délégué Officiel aux Expositions Internationales" fait actuellement de la réclame simultanément en faveur de trois expositions, organisées en 1911 à Paris, Londres et Liège. Contre paiement d'une finance de 50 Livres Sterling = 1250 Francs, promesse est faite d'une récompense, soit d'un Grand Prix, soit d'une Médaille d'or. Sur demande, l'Office central suisse pour les expositions, Zurich, Métropole, fournira de plus amples renseignements.

**Lugano.** Unter dem Namen S. A. Unione Alberghi Lago di Lugano hat sich eine Hotel-Aktiengesellschaft gebildet, deren Aktienkapital Fr. 350 beträgt. Die Gesellschaft hat bereits das Hotel Bristol in Lugano und das Grand Hotel & Belvédère di Lanzo d'Intelvi, 40 Minuten von Lugano, angekauft. Der bisherige Besitzer des Hotel Bristol, Herr Ed. Camenzind, hat die Leitung beider Geschäfte übernommen. Die Transaktion hat Rückwirkung auf 1. Januar.

**Warnung.** (Mitgeteilt.) Gegenwärtig empfiehlt sich ein Herr Josef Kaiser als "Offizieller Delegierter an internationalen Ausstellungen" zugleich an drei Ausstellungen, in Paris, London und Liège, die in diesem Jahre stattfinden sollen. Gegen Zahlung von 50 englischen Pfund = ca. 1250 Fr., stellt er eine Prämie nach Grand Prix oder goldener Medaille in die Höhe. Nähere Angaben sind bei der Schweizerischen Zentralstelle für das Ausstellungswesen, Zürich, Metrop. erhältlich.

**Walzenhausen.** Im Mineralbad Hotel Kurhaus werden zurzeit wesentliche Um- und Neubauten ausgeführt, die auf Ende April beendigt sein werden. Die neue automatische Liftanlage wird nicht nur die Eragen unter sich, sondern auch die Wohnräume der Gäste mit den Bädern direkt verbinden. Die bedeutend vergrösserte, den neuesten wissenschaftlichen Erzeugnissen entsprechende Brunn- und Inhalationsanlage geht ebenfalls ihrer Vollendung entgegen. Zudem erhält das Etablissement eine neue Lawn-Tennis-Anlage. Der Betrieb des Hauses erfolgt insofern eine Erweiterung, als das von bekannten medizinischen Autoritäten empfohlene in appenzelischen Chroniken bereits im 15. Jahrhundert erwähnte Mineralwasser auf kommenden Sommer in Flaschen abgefüllt und in den Handel gebracht werden soll.

### Fremdenfrequenz.

**Arosa.** Amtliche Fremdenstatistik vom 15. bis 14. März 1911: Deutschland 562, England 119, Schweiz 143, Russland 48, Holland 39, Italien 101, Frankreich 126, Oesterreich 27, Belgien 2, Dänemark und Skandinavien 1, Amerika 4, andere Staaten 11. Total 981.

**Davos.** Amtliche Fremdenstatistik 18. März bis 24. März: Deutsche 1678, Engländer 370, Schweizer 490, Franzosen 186, Holländer 148, Belgier 57, Russen und Polen 627, Oesterreicher und Ungarn 221, Portugiesen und Spanier 54, Italiener und Griechen 105, Dänen, Schweden, Norweger 18, Amerikaner 59, Angehörige anderer Nationalitäten 55. Total 4,068.

### AVIS.

Avant d'acheter en Suisse ou à l'Etranger Hôtels, Pension, etc., ne manquez pas de demander à l'Hôtel-Office à Genève des renseignements sur le rendement possible, la situation, l'avenir et l'estimation de la valeur réelle de l'affaire que l'on vous propose. L'Hôtel-Office, dirigé par un groupe d'hôteliers bien connus, a le principe de seconder et conseiller les acheteurs moins expérimentés.

**Henneberg's Blusen** in allen modernen Geweben — einfach und doppelt breit — **Zürich**  
 1131 von Fr. 1.15 bis Fr. 28.50 p. Meter  
 V franco in die Wohnung. Muster umgehend.  
 Eigene Damen-Schneiderei im Hause.

Wegen Zurrubsetzung verkaufe ich preiswert mein schuldentrees, bestbesuchtes erstes Haus am Platze, an bedeutendem Luftkurort der Rheinpfalz gelegen. — Offerten von Selbstreflektanten unter Chiffre Ue 10028 an die Annoncen-Expedition Union-Reklame, Bern.

**Tapeten**  
 in vornehmer und reichster Auswahl.  
 Billigste Preise.  
**Tapetenmanufaktur Salberg & Co.**  
 Fraumünsterstrasse 8, Zürich.  
 Muster franco zu Diensten. Uebernahme der Tapazierarbeit.

**Installations électriques modernes d'hôtels**  
**F. H. CHOPARD & CO, LAUSANNE**  
 1491 Demandez brochure. Visite gratuite. Ue 924 L.

**HÔTELIERS & RESTAURATEURS.**  
 DURCH DEN VERKAUF VON  
**BOVRIL**  
 vergrössern Sie sich Ihre Einnahmen. Mit einer 16 Unzen Flasche, die Sie Fr. 7.50 kostet, koennen 45 Tassen eines höchst nahrhaften und wohl-schmeckenden Getränkes, das im Detailverkauf 10 Centimes pro Tasse einbringt, zubereitet werden. Wegen näherer Angaben wende man sich an  
 Herrn. Herrn. Madoery, Basel,  
 Agent der BOVRIL LIMITED, London.

**Freiwillige Versteigerung.**  
 Samstag, den 15. April a. c., nachmittags 2 Uhr, ach dem Rathaus Davos: 510 (D 26 Ch)  
**Restaurant und Pension Höhwald am Davosersee**  
 mit Inventar, Wasserrechten, Waldanteil und ca. 13 000 m<sup>2</sup> Wiesboden, zu Bauplatzen sehr geeignet. Nähere Auskünfte erteilt inzwischen Der Präsident der Höhwald A.-G.  
 Ue 10063) **L. Kaiser-Vetsch, Davos-Wolfgang.**

Sofort zu verkaufen sehr guter mit schönem starkem Ton, nur ganz besonderer Verhältnisse halber für Fr. 950.—  
 Gefl. Offerten an die Expedition des Blattes unter Chiffre H 605 R.

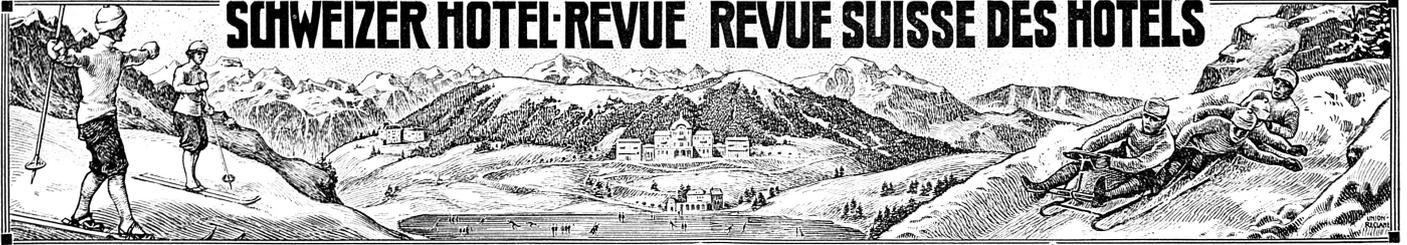
Eine seit 12 Jahren in Nizza bestehende erstklassige, deutsche  
**Fremden-Pension**  
 ist aus Gesundheitsrücksichten baldmöglichst zu verkaufen.  
 Offerten an die Expedition unter Chiffre H 587 R.

Ueber elektrische Uhren eigenen Systems im Betrieb.  
**25,000 MAGNETA**  
 Fabrik elektr. Uhren A.-G.  
 1488 Zürich V. Ue 8859

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

**ORFÈVRERIE WISKEYMANN**  
 TELEPHON 2352. ZÜRICH V SEEFELDSTR. 222.  
**HAUPTFABRIK BRÜSSEL**  
**FABRIK STARK VERSILBERTER BESTECKE UND TAFELGERÄTE**  
 Für HOTELS, RESTAURANTS, CAFÉS, BARS etc.  
**WIEDERVERSILBERUNG UND REPARATUREN.**

# SCHWEIZER HOTEL-REVUE REVUE SUISSE DES HOTELS



## Liste der vom 1. Januar bis 31. März 1911 prämierten Angestellten. Liste des employés primés du 1<sup>er</sup> Janvier au 31 Mars 1911.

### Goldene Uhr und Diplom. — Montre d'or et diplôme.

Nome des Angestellten Nom de l'employé	Dienstjahre Années de service	Name des Prinzipals Nom du patron	Name des Hotels Nom de l'hôtel	Ort — Lieu
7. Müller Josef	25	Gebr. Hauser	Schweizerhof	Lucern
8. Huber Rosalie	24	"	"	"
9. Vock Josef	22	"	"	"
10. Erni Anna	22	E. Bezola, Dir.	Kuranstalt	Waldhaus-Flims
11. Bächler Anton	21	Gebr. Hauser	Schweizerhof	Lucern
12. Zürcher Marie	20	"	"	"
13. Schneider Karl	20	"	"	"
14. Pfister Jakob	20	"	"	"

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

387. Riehl Elise	36	Gebr. Hauser	Schweizerhof	Lucern
388. Schwarz Friedrich	19	"	"	"
389. Huber Johannes	19	"	"	"
390. Heer Luise	18	"	"	"
391. Killinger Josefina	18	"	"	"
392. Lang Ida	18	"	"	"
393. Lang Pauline	17	"	"	"
394. Pfister Josef	17	"	"	"
395. Vonach Luise	16	R. Mäder	Walhalla	St. Gallen
396. Bürgisser Josef	15	Gebr. Hauser	Schweizerhof	Lucern

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

44. Brandenberg Josefina	11	Geschw. Heggin	Kuranstalt Schönenbrunn	Zugerberg
445. Furler Erwin	10	"	"	"
446. Heggin Gottfried	10	"	"	"
447. Zühler Josef	10	"	"	"
448. Schieff Bruno	10	Ernst Zahn	Biffet	Güschenen
449. Tadini Christoforo	10	Ch. Schnyder	Villa Castagnola	Lugano

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

1079. Griani Angelo	7	Dr. O. Töndury	Kurhaus	Tarasp-Schuls
1080. Ott Jacques	6	H. Badrut	Palace Hotel	St. Moritz-Dorf
1081. Wegmann Albert	5	E. Manz	Gotthard	Zürich
1082. Schmidt Delphine	5	J. Burri	Alpina	Gstaad
1083. Nicolet Louis	5	H. A. Laspé	Richemont	Lausanne
1084. Schwarz Rosa	5	H. Mettler	Edenhotel	Arosa
1085. Meier Marie	5	"	"	"

## La propagande au moyen du tableau d'hôtel.

L'auteur de l'article portant ce même titre qui a paru dans le No. 10 du 11 mars, nous adresse les lignes suivantes en réponse à nos remarques critiques:

"Je ne puis me ranger à votre avis que l'hôtelier s'acquittera personnellement beaucoup mieux de la tâche incombant à l'office central, parce que chaque hôtelier ne dispose pas d'assez de temps et d'argent pour entreprendre un voyage coûteux de 3-4 semaines. D'autre part, il est impossible qu'un propriétaire d'hôtel adresse à son collègue un questionnaire pour lui demander des renseignements détaillés et inquisitoires sur toutes sortes de points. La majorité des hôteliers ne répondraient pas à une pareille demande. (Pourquoi pas, s'il s'agit de nouer des relations d'affaires et si la demande de renseignements est réciproque? Réd.) Par contre, les réponses recueillies par l'office central doivent être exactes parce que les questionnaires de ce dernier sont remplis par les hôteliers eux-mêmes.

Au surplus, je doute fort — et beaucoup de spécialistes avec moi — qu'un hôte se vexerait si, dans un des hôtels qui lui sont recommandés, on lui donnait une chambre au troisième étage au lieu du deuxième. On ne peut pas prendre la chose tellement au pied de la lettre. C'est un fait connu même du public voyageur que les prix et les prestations d'hôtels du même rang varient suivant les conditions locales et, dans une certaine mesure, selon le nombre des demandes. C'est ainsi, par exemple, qu'aucun voyageur ne trouvera incorrect de devoir payer au mois de juillet 12 francs de pension à Lucerne alors qu'au mois de juin, à Interlaken, il n'a dépensé que dix francs pour les mêmes prestations. Si, pour d'autres motifs, quelque chose ne lui plaît pas à l'hôtel, il est toujours libre de le quitter et d'aller loger ailleurs, ce qui, du reste, arrive assez fréquemment. Car l'hôtel où tout le monde, hôte et hôtelier, est content n'existe pas encore, et il y aura toujours des voyageurs qui trouveront quelque chose à critiquer dans les maisons les mieux tenues, tandis que d'autres se contenteront même d'un établissement mal dirigé.

Ce ne peut pas être la tâche de l'office central de guider les hôteliers ou de les influencer dans le choix de leurs correspondants. L'office n'a pour mission que d'envoyer les questionnaires, de classer les réponses, de dresser des listes d'hôtels du même rang et de les transmettre aux hôteliers. Tel serait le rôle de l'office central, qui n'aurait rien à faire de plus.

En ce qui concerne les frais de fabrication des tableaux d'hôtels, il convient de remarquer que si chaque propriétaire les faisait fabriquer pour son propre compte, cela lui coûterait au moins le double que s'ils lui étaient fournis par l'office central, lequel pourrait, grâce à une commande considérable de mille pièces et plus, s livrer au prix de gros. Il serait certes pré-

férable que l'office central livrât gratuitement le tableau aux intéressés et qu'il se récupérât de ses faux-frais en élevant légèrement le prix de chaque case.

Passons maintenant à l'opportunité et à l'utilité de l'office même. Si celui-ci offre à un hôtelier, pour quelques francs par case, les noms d'une ou plusieurs maisons à New-York, Rio de Janeiro, St-Petersbourg, etc., il semble que ce soit plus avantageux qu'un voyage dans les dites cités. En outre, l'hôtelier ne connaît pas les établissements où le tableau d'hôtel est en usage. Il arrivera à les connaître grâce au bureau créé précisément dans ce but.

On me répondra peut-être qu'il n'est pas nécessaire d'envoyer des prospectus d'hôtels en Amérique ou en Russie, et qu'il suffit de faire de la réclame dans ces pays au moyen d'annonces collectives. Quant à moi, je prétends le contraire, car le fait que chaque année de nombreux Russes et Américains descendent dans mon établissement me montre que la réclame que je pourrais faire dans ces pays serait avantageuse en ce qu'elle pourrait augmenter considérablement le nombre de mes hôtes russes et américains. Un prospectus d'hôtel distribué dans un pays étranger ne sert pas seulement de réclame à la seule maison qui a élaboré ce prospectus, mais aussi, plus ou moins, à la station d'étrangers dans laquelle elle se trouve. Or, plus une station est connue à l'étranger, plus l'ensemble des hôtels de la place y gagnent, plus la saison est sûre et prolongée et plus il est facile d'élever les prix.

Enfin, il faut encore faire observer que la majeure partie des hôteliers sont si accablés de besogne qu'il s'en trouverait bien peu qui se donneraient la peine de chercher 30-40 correspondants dans tous les pays possibles. On peut différer d'opinion sur cette question; pour ce qui me concerne, je préfère utiliser le peu de temps que j'ai à ma disposition entre les deux saisons pour me reposer, plutôt que de rôder de ville en ville et d'hôtel en hôtel comme un commis-voyageur. Comme je l'ai déjà dit, de tels voyages coûtent beaucoup d'argent. Et ce n'est pas les pourboires qui coûtent le moins, car les employés s'attendent toujours à des dons princiers de la part d'hôteliers. Puis, généralement, de semblables voyages sont fatigants parce qu'on ne parvient pas à échapper aux innombrables diners, représentations théâtrales, excursions, etc. Et toutes ces festivités ne laissent pas le temps de liquider les affaires sérieuses!"

(Remarques de la rédaction.) Les lignes qui précèdent ne réussissent pas non plus à modifier notre opinion hostile à la création d'un office central tel que le propose notre honorable correspondant. Bien plutôt les arguments qu'il avance nous fortifient dans notre conviction qu'une telle institution est inopportune. Ils autorisent même à penser que le protagoniste de la nouvelle idée n'est pas encore complètement au clair lui-même sur son projet de "Réclame

au moyen du tableau d'hôtel", car ses allégations manquent de cette clarté persuasive qui seule peut convaincre les intéressés. Peut-être notre correspondant cache-t-il encore son but et sa pensée intime, pour ne découvrir ses véritables intentions qu'à un moment donné. Quoi qu'il en soit, la question mérite en tout cas d'être serrée de plus près pour compléter sur plus d'un point les explications fournies jusqu'ici.

Nous avons déjà amplement fait ressortir la grande valeur de cette idée originale dans le No. 10 de ce journal. Tel un arbuste délicat qui se développe par les soins dévoués d'un jardinier habile, ce projet de réclame peut arriver à rendre un jour d'excellents services à l'industrie hôtelière, à condition que l'idée soit développée de façon rationnelle. En principe, nous sommes donc d'accord avec notre correspondant; par contre, nous repoussons l'idée qu'il préconise de créer un office central, lequel compromettrait toute l'œuvre au lieu de faciliter sa réussite. Si l'office doit n'avoir pour tâche que d'envoyer des questionnaires, de classer les réponses, d'élaborer des listes et d'envoyer aux hôteliers celles qui conviennent à leurs établissements respectifs, sa tâche serait si restreinte et si bornée qu'il ne vaudrait absolument pas la peine de créer un pareil office central pour de semblables bagatelles. Même sans lui, les hôteliers ne seront jamais embarrassés de trouver des adresses, car chacun d'eux a assez de relations d'affaires dans les villes et stations étrangères pour pouvoir facilement arriver à se procurer en peu de jours une armée de correspondants sans recourir à l'entremise d'une agence d'adresses. Nous sommes fâchés de l'avouer, mais, avec la meilleure volonté du monde, il n'est pas possible d'appeler autrement qu'agence d'adresses un bureau dont le champ d'activité serait aussi restreint.

Comme pour tout autre moyen de propagande, la question des frais joue ici aussi, ce nous semble, le rôle principal, et beaucoup de nos lecteurs seraient sans doute très contents d'avoir quelques précisions à ce sujet au lieu de quelques vagues assertions, car des expressions comme: "quelques francs par case de tableau" ne suffisent pas pour une documentation exacte. "Quelques francs", c'est une notion très élastique, qui peut aussi bien signifier 20 fr. que 5 ou 10 fr. Admettons, pour suivre l'idée favorite de notre correspondant, qu'on crée tôt ou tard un office central; admettons en outre que l'office soit chargé de la fourniture des tableaux; le prix par case sera au moins de 20 fr. si l'office fournit gratuitement le tableau aux intéressés. Cette estimation est peut-être inexacte; mais si l'on considère toutes les besognes dont sera chargé l'office central: établissement et expédition des questionnaires, dépouillement des réponses, impression et expédition des listes d'hôtels, fabrication et expédition des tableaux, tout lecteur non prévenu sera forcé de reconnaître que chaque case ne pourra pas être louée au-dessus de 20 fr. Avec environ 30 cases, le tableau reviendra à quelque 600 fr. C'est là, certes, un joli revenu pour l'office central, mais c'est une somme non moins rondelette pour l'hôtelier qui devra la payer! Et la question reste ouverte de savoir si le tableau devient, après paiement de cette somme, propriété de l'hôtel ou s'il continue à appartenir à l'office central. Dans ce dernier cas, une autre question se pose, celle de savoir si l'hôtel a définitivement rempli ses prestations en payant une fois pour toutes une somme donnée — 600 fr. d'après notre calcul — ou si cette dépense reviendra chaque année, comme une sorte d'abonnement? Enfin, comment le règlement de comptes interviendrait-il entre les hôteliers d'une part et l'office central d'autre part? Est-ce qu'un hôtel qui possède un tableau-réclame doit payer, soit une fois pour toutes soit chaque année, pour toutes les cases, sans se préoccuper de savoir s'il les utilisera toutes ou seulement en partie, ou bien si l'établissement ne doit indemniser l'office central que pour les cases qu'il utilise dans d'autres maisons pour sa propagande? Il y a là une pléiade de questions qui, pour le moment, attendent encore la réponse de notre correspondant!

Nous voyons par ce qui précède que l'office central en question est directement contraire à la réalisation immédiate de tout ce beau projet. Par contre, si on laisse d'emblée cette institution de côté, toutes les questions que nous avons posées tombent d'elles-mêmes. Et avec elles une quantité d'hésitations et de doutes pénibles. Chaque propriétaire d'hôtel peut faire établir lui-même le tableau; tous ont suffisamment de connaissances et de relations parmi leurs collègues pour s'assurer le nombre voulu de correspondants. Or, les taxes que prélèverait l'office central en dépit du travail relativement minime auquel il serait astreint, grèveraient sensiblement l'entreprise tout entière, ce qui va directement à l'encontre des intentions qui se manifestent aujourd'hui dans le domaine de

la réclame. Nous sommes d'accord qu'un voyage d'affaires de plusieurs semaines n'est pas du goût de chacun, même si l'on se voue complètement à ses affaires, au lieu de perdre un temps précieux à des diners plaineurs. Mais, pour les sommes considérables qui sortiraient de la caisse de chaque hôtel pour garnir celle de l'office central, on pourrait en toute tranquillité d'esprit et sans grand effort corporel entreprendre des voyages très agréables, en même temps que très utiles.

Sur le terrain si varié de la réclame, chaque pas doit être bien mesuré si l'on veut qu'il conduise au but désiré. C'est pourquoi nous continuerons à critiquer les arguments de notre correspondant pour autant qu'ils auront trait à la création d'un office central.

## Un Hôtel américain.

Au moment où, de tous côtés, l'on construit de nouveaux hôtels de grandes dimensions, il sera intéressant pour nos lecteurs de voir que nos hôtels nouveaux sont encore loin d'atteindre les proportions de certains de ces hôtels existant déjà en Amérique.

Voici, à ce sujet ce que M. Jules Huret écrit sur un hôtel américain, dans son livre intitulé: De New-York à la Nouvelle-Orléans.

Ce Waldorf-Astoria est l'une de ses institutions colossales que l'on ne voit qu'en Amérique. C'est un monstre qui veut d'être dépeint. Bâti tout en pierre rouge, d'un style épais et solide, en pleine cinquième avenue, il tient à lui seul tout l'espace, le "block" comme on dit ici, compris entre la trente-troisième et la trente-quatrième rue. Il a coûté près de 40 millions à construire. Il renferme 17 étages et 1500 chambres dont 1200 avec bains.

La véranda qui sert d'entrée principale aux voitures et aux piétons est faite de douze larges arcades de fer garnis de feuillages et que dessine, le soir venu, une véritable voûte de lumière électrique. Le rez-de-chaussée de l'hôtel est composé de plusieurs salles à manger très hautes, décorées chacune d'un style différent et garnies seulement de petites tables, car la table d'hôte est inconnue ici. Les murs sont de pierre sculptée ou de stuc. Du stuc dans des vastes couloirs, du stuc partout, du stuc orné, doré, comme dans une cathédrale byzantine. Partout des canapés de velours, des fauteuils de soie, des sofas, des chaises de cuir. Dans tous les couloirs qui font le tour de ce caravansérail gigantesque, deux rangées de clients ou de passants, assis, causent et fument, car ici entre qui veut; les salons, les bars, les restaurants, les fumoirs, tout est public. Un orchestre est là, à l'entresol, entre deux couloirs, qui joue du matin au soir pour ceux qui veulent l'entendre. Et je n'essayerai pas de rendre le mouvement incessant de fourmillement qui anime les salles de thé, le palmirium, le café, le bar, les salons de réception, la salle de billard, le salon des dames qui est le salon de Marie-Antoinette exactement reconstitué, tout en étoffes claires, en meubles délicats et contournés, vernis Martin et imitation de Boule. Tous les coins sont utilisés: il y a par ici un bureau loué à une maison de banque où se traitent toutes les affaires financières comme au Stock-Exchange; les cours y sont affichés télégraphiquement en même temps qu'à la Bourse même.

A côté, voici une vitrine de marchande de fleurs, l'étalage d'un photographe dont l'atelier est au dix-septième étage; voici un bureau téléphonique pour la ville et l'extérieur, un bureau télégraphique, le bureau du médecin (l'hôtel en a trois, dont un toujours en permanence); voici un magasin de journaux, un bureau de location pour les théâtres; voici le bureau de l'hôtel avec les 1500 boîtes numérotées des chambres, la caisse, les coffres-forts immenses. Quand une lettre arrive, elle est aussitôt timbrée de l'heure et de la minute de son arrivée et mise dans la boîte de son destinataire. Si quelqu'un demande un client de l'hôtel, la carte du visiteur est envoyée, dans les trente secondes, à l'étage indiqué, au moyen de tubes pneumatiques — un par étage — sous les yeux du visiteur. L'enveloppe qui porte la carte est timbrée à la seconde où on la met dans la gueule du tube et timbrée à sa sortie avec la réponse. Si le destinataire est absent, la mention *Not in room* (pas dans la chambre) est appliqué sur l'enveloppe.

De larges et luxueux ascenseurs électriques blanc et or, de style Louis XV, où quinze personnes peuvent tenir très facilement, sont occupés de place en place et font sans cesse la navette. Personne ne monte ni ne descend jamais un escalier. Un signal électrique indique au groom de l'ascenseur l'étage où on l'appelle et où il doit s'arrêter. A chaque étage — il y a six ou huit ascenseurs par étage — un cadran muni d'une aiguille montre à quel étage se trouve

„l'eleveur“ qu'on veut prendre. On n'attend jamais plus de quelques secondes.

A l'entresol il n'y a pas de chambres; d'un côté, deux grandes salles de bal, de concert ou de théâtre, avec loges, scène, vestiaires. Ces salles sont d'un luxe inouï: murs de marbre, lourds tapis d'Orient, glaces énormes, plafonds peints par les premiers artistes d'Amérique. Elles se louent 1000 dollars par soirée ou 1500 dollars par jour. On y fait des expositions d'art, des ventes de charité; on y donne des bals de fiançailles ou de mariage. De l'autre côté, c'est une infinité de salons et de salles à mangers de tous styles et de toutes dimensions, qu'on loue pour des repas de corps ou même que l'on réserve aux clients qui ne veulent pas manger dans les salles communes. Mais on n'y sert jamais deux personnes seules, à moins que ce ne soit un couple descendu à l'hôtel. Quelques-uns de ces salons sont d'un goût douteux, d'autres sont très beaux; mais les uns et les autres d'un luxe et d'une richesse extraordinaires. Attendant à ces salons, des vestibules ornés de plantes et de statues de marbre. Après le repas, on peut y recevoir, y fumer, y donner à danser, à chanter. Tout est disposé pour que tout soit possible et pratique. C'est ici que le prince Henri de Prusse, qui était descendu au Waldorf, traitait ses invités.

J'ai visité quelques appartements du premier étage. Il y en a de magnifiques: tentures de soie ou de velours broché, sofas, grands fauteuils dorés, lits incrustés de cuivre ou d'ivoire, pianos de marqueterie, riches tapis, tableaux, vases, petites salles à manger intimes très chic, très élégantes, boudoirs, cabinets de toilette, salles de bains. Certains de ces appartements comprenant plusieurs chambres sont loués jusqu'à 500 dollars par jour.

Chaque étage, un office avec service complet de vaisselle, de linge, d'argenterie, d'armoire chaude et de garde-manger froids. Mais tous les repas viennent des cuisines par des ascenseurs spéciaux; l'ordre est transmis par des tubes pneumatiques et exécuté dans le premier sous-sol. Aussitôt que les mets sont apportés par l'ascenseur, ils sont placés sur de petites tables préparées d'avance, que les domestiques portent toutes servies dans les chambres. Et c'est ainsi du premier étage au seizième. On dix-septième, c'est le toit de l'hôtel; on y installe, l'été, sous des tentes, parmi des fleurs, les plantes et les ventilateurs d'un restaurant en plein air, d'où l'on voit l'Hudson.

Dans une chambre ordinaire ou la miennne (5 mètres sur 7) il y a dix lampes électriques, trois au plafond, deux de chaque côté de la glace, une sur la table de nuit, une dans la salle de bains, une dans le cabinet-toilette.

Toutes les boisées sont en acajou, les portes et les plinthes, l'encadrement des fenêtres et des cheminées.

Le mobilier d'une chambre se compose d'un immense lit de cuivre pour deux personnes, d'une table de nuit avec lampe électrique mobile, d'une cheminée avec une pendule qui marche, d'une chaise longue, de deux fauteuils, de trois chaises, d'une vaste commode à psyché, de doubles rideaux, d'un épais tapis, d'un bureau à tiroirs, d'une table. Tous les meubles sont en acajou.

La salle de bains, aux murs de faïence, au carrelage de mosaïque couverte d'un tapis de laine, se compose (naturellement) d'une vaste baignoire en faïence avec eau chaude et eau froide à volonté et à toute heure du jour et de la nuit, d'un lavabo à eau chaude et eau froide et d'un cabinet inodore. Douze serviettes pendues au mur, appareil électrique à chauffer les fers à friser, des listes tout imprimées pour le linge à blanchir, qu'on peut avoir le jour même. Près de la porte de la chambre, une petite trappe d'acajou avec cette inscription: „Mettez ici vos chaussures pour être nettoyées.“ Vous ouvrez cette niche qui est pratiquée dans l'épaisseur du mur, et qui s'ouvre aussi sur le couloir; c'est là que le valet vient les prendre sans bruit, quand vous dormez.

Il nous faut maintenant redescendre dans les sous-sols, où est la vie même de l'hôtel. Le premier sous-sol est occupé, d'un côté par les coiffeurs pour hommes et pour dames, les pédicures, les manucures, les bains russes, de l'autre par le département du steward qui économise de l'hôtel: chambres de réception des marchandises, cuisines, boulangerie, pâtisserie, dépôt des cigares, caves pour le vin en gros et pour le vin en détail, chambres de conserve, lingerie, dépôts de bagages, réfectoire pour le personnel, que sais-je encore! Et tout est énorme, prend toute l'étendue souterraine de l'hôtel. Rien qu'à la lingerie, il y a 95 employées femmes qui ne sont occupées toute la journée qu'à plier les napperons. 7 employés ne font

du matin au soir qu'ouvrir des huîtres et des clovisées. Le chef des huîtres a 500 francs de salaire. La confection du café dans des alambics de métal d'un mètre de hauteur, et sa distribution dans les cafetières retiennent six hommes.

La vaisselle et l'argenterie sont lavées dans d'immenses cuves chauffées à la vapeur: 165 laveurs y sont occupés du matin au soir. La cave du gros et celle du détail contiennent ensemble pour un million de francs de vin! Elles occupent 28 employés.

Le dépôt des cigares renferme pour 300.000 dollars de cigares, tabac et cigarettes. Les cigares les plus chers sont de 1 dollar et demi. Ce dépôt est une vaste bibliothèque minutieusement rangée, élégante et parfumée, dont la température est soigneusement entretenue entre le chaud et le froid pour assurer la conservation du tabac.

Mais il y a un deuxième sous-sol, aussi vaste que le premier.

Quand vous y arrivez, vous croyez être dans une très grande usine. Des machines, des dynamos aux roues énormes, des chaudières hautes de huit mètres fabriquent la lumière, la force pour les ascenseurs, pour la ventilation, pour le chauffage, pour la production de la glace, soit huit machines pouvant produire 3000 chevaux-vapeur. 115 ingénieurs, ouvriers électriciens et mécaniciens sont occupés à ce service de force. Sous les trottoirs de la rue, il y a toujours 20.000 tonnes de charbon en réserve, pour n'être pas pris au dépourvu par une grève.

Plus loin, ce sont des ateliers de menuiserie, de serrurerie, de plomberie, de ferblanterie, pour toutes les réparations à faire dans l'hôtel. Il y a même un atelier d'horlogerie et un atelier pour la réargenterie des couverts. Une insupportable odeur d'ammoniaque vous monte au nez tout à coup; elle vient de la fabrique de glace. On y fabrique par jour 50 tonnes de glace artificielle, plus 100 tonnes de force réfrigérante, pour toutes les glacières de l'hôtel.

Les 50.000 kilos de glace ne sont pas consommés à l'hôtel, naturellement; on en vend à différentes industries de la ville.

La buanderie lave et repasse 60.000 pièces de linge par jour. Comme je m'étonnais tout de même un peu de ce chiffre, on me fit remarquer que tout le linge de près de 3000 personnes (voyageurs et personnel) passait là! 3000 draps par jour, 8000 serviettes de toilette, de table, de cuisine, les torchons, les rideaux, les tabliers, les nappes et les napperons. Chaque fois qu'on demande un verre d'eau, à table ou dans une chambre, on vous l'apporte sur un plateau avec un napperon plié qui ne doit jamais servir deux fois.

Des dizaines de machines automatiques pour le lavage, le séchage et le repassage fonctionnent incessamment.

Dans un coin hermétiquement clos, on me montre une centaine de grands barils remplis de débris de toute sorte: viandes, poissons, pain, citrons, coquillages. Ce sont les restes de la veille qu'un entrepreneur vient prendre tous les jours, d'où on tire la graisse, et que l'hôtel vend pour 5000 dollars par année.

Puis ce sont les caves de conserves. Il me semble que j'ai bien regardé une cinquantaine de chambres éclairées à l'électricité, hermétiquement closes par d'épaisses portes de bois, remplies de victuailles à nourrir une ville entière. Des enfilades de jambons pendus au plafond, d'énormes pièces de bœufs d'un rouge d'apoplexie, des moutons entiers ouverts, des centaines, des milliers de dindes, de poulets, de pigeons de canards, de faisans plumés, de cochons de lait et de cochons d'Inde encore roses; une odeur fade et désagréable monte de cet amas de bêtes mortes. Puis ce sont les légumes, haricots, céleris, champignons, pommes de terre, asperges, salades, patates, endives, tomates, en quantité incalculable; puis ce sont les fruits aux parfums frais, les pommes, les poires, les ananas, les raisins, les citrons, les oranges, les grappes-frais. Des tuyaux de réfrigération traversent toutes ces chambres et il y fait froid. Ces tuyaux ont refroidir l'air par rayonnement.

L'urgent qui entre et sort comptant d'une telle usine est phénoménal. On a acheté à l'ouverture de l'hôtel, pour 250.000 dollars d'argenterie, c'est-à-dire pour un million deux cent cinquante mille francs. Depuis, on a renouvelé à peu près la moitié. Chaque année, les amateurs de souvenirs, les domestiques en escamotent pour 50.000 francs.

On use par an pour 30.000 dollars de linge. Ce mois de décembre, j'ai passé deux heures dans le bureau de l'économie de l'hôtel et j'ai vu les factures — on a acheté pour 6000 dollars de vaisselle et de verrerie. Le mois précédent, c'était le Concours hippique — ces achats s'élevaient élevés à 11.000 dollars.

En moyenne, on consomme par année un million de feuilles de papier à lettres.

Le savon s'achète à Londres, par 200.000 gâteaux à la fois, ce qui fait à peu près la consommation d'une année. Car chaque nouveau client qui entre dans une chambre, trouve deux morceaux de savon neuf, un sur son lavabo et un dans sa baignoire.

On sert au Waldorf, car on y vient manger de la ville, une moyenne de 2000 repas de chaque sorte par jour, soit 6000 repas sans compter les soupers.

Les provisions de victuailles sont énormes. Comme il faut une cinquantaine d'aloyaux par jour, on le journallement 25 bœufs pour le Waldorf. Ces bœufs, d'abord recueillis dans les prairies, mais trop durs pour être mangés, sont tenus six semaines dans les étables de Chicago, où on les engraisse, puis amenés à New-York et conservés pendant quelques jours avant d'être consommés.

On ne mange presque pas de veaux à New-York. En revanche, le Waldorf absorbe quotidiennement de 20 à 25 agneaux, 25 petits saïés, 20 jambons, une centaine de perdreaux, 200 caillies, 100 dindes, 30 douzaines de pigeons, 10 douzaines de canards domestiques, pour 175 dollars de lait, pour 500 francs de champignons frais, 8000 petits pains — fabriqués à l'hôtel même — et 5000 pains tendres pour le café au lait du matin.

Cela fait, en moyenne, un total de 7500 dollars de victuailles par jour. De plus, chaque mois, il entre pour environ 100.000 dollars de conserves de toute espèce.

On paye à la ville pour l'eau des bains, de la boisson et de la fabrique de glace une redevance annuelle de 50.000 dollars. Toute l'eau est, pour les bains, filtrée avant l'usage, et pour la table et la glace elle est, de plus, distillée.

Le personnel se compose de 1636 employés hommes et femmes de toute sorte, parmi lesquels: 96 cuisiniers et marmittiers, 15 boulangers, 165 laveurs de vaisselle, 177 pages et grooms, 105 porteurs de bagages et balayeurs, 560 garçons, 175 femmes de chambre, etc., etc. Ce personnel coûte à peu près 65.000 dollars par mois (325.000 fr.). Les garçons de salles sont payés 40 dollars par mois; les garçons d'étage 50 dollars, les femmes de chambre 18 dollars; les employés des bureaux 500 à 1000 francs selon leur travail. Tous les employés sont nourris; les femmes sont en outre logées et blanchies.

Et quand je vous aurai dit qu'il y a des jours, nombreux dans l'année, où les recettes de l'hôtel montent jusqu'à 100.000 francs, vous comprendrez comment il se fait que le propriétaire actuel, M. Boldt, ancien garçon d'office et, il y a quelques années à peine, simple maître d'hôtel, est en train de devenir l'un des hommes les plus riches et les plus considérés du commerce de New-York.

### Saison-Eröffnungen.

Gersau: Hotel Müller, 1. April.  
Luzern: Hotel Bristol, 15. März; Hotel Beau-Rivage, 27. März.  
Monte Generoso-Bahn, 1. April.

### Kleine Chronik.

Abbazia. In den letzten Tagen wurde zwischen der Abbazia-Hotel-Aktiengesellschaft und der A. G. Quarnero eine Transaktion perfekt. Hiernach hat die A. G. Quarnero der Abbazia-Hotel- und Kuranstalten-Aktiengesellschaft das Hotel Lovrana um etwa 13 Millionen Kronen und die nächst diesem Hotel liegenden Grundstücke im Ausmass von ca. 17.000 Quadratmeter um beiläufig 1 Mill. Kr. verkauft. Gleichzeit hat die Abbazia-Hotel- und Kuranstalten-Aktiengesellschaft den Abbaziaer Kurpark an die Kurkommission um rund 2 Mill. Kr. veräußert. (A. H. L.)

Breslau. Die A. G. Hotel Monopol verwendet ihren Reingewinn pro 1910 zu Abschreibungen in Höhe von 36.209 Mk. und Ausrichtung einer Divi von 4 1/2 %. Es konnte mit Befriedigung festgestellt werden, dass das Hotel unter der neuen Direktion einen erfreulichen Aufschwung genommen hat, dank der umfassenden Modernisierung, die in 1909 und 1910 durchgeführt wurde. Ausser 3 Appartements mit Bädern, Heiss- und Kaltwasser in den Zimmern, wurde eine Dampfwascherei und eine Vaoumatlage in allen Stockwerken angelegt, sowie das Vestibül vergrössert. In diesem Jahre sollen weitere 6 Zimmer mit Bädern, Heiss- und Kaltwasser versehen, einige Salons neu möbliert und mit Telefon ausgestattet werden.

Jurisprudenz hôtelière. Un jugement rendu à Milan prouve que le juge est quelquefois forcé de se départir de la rigueur déraisonnable de la loi en ce qui concerne la responsabilité des hôteliers. Voici le fait tel qu'il est rapporté par la *Rivista degli Alberatori*: Une dame Rossari, en rentrant d'une

fête, à l'époque du Carnaval, à l'Hôtel Angioli e Simpon, s'aperçut qu'elle n'avait plus sa bourse en or, et se souvint de l'avoir déposée sur une table de l'hôtel. Elle fit aussitôt téléphoner sur la réclamation, mais il fut impossible de rien retrouver. A la suite de la plainte qu'elle déposa pour lui, deux garçons de l'hôtel furent accusés d'être responsables de cette disparition, mais tous les soupçons furent dissipés par une enquête minutieuse. Mme Rossari intenta alors une action en dommages-intérêts à la Société anonyme des Hôtels, à laquelle appartenait l'hôtel, réclamant l'indemnisation de la perte subie et s'apprêtant, pour cela, sur les articles de la loi concernant la responsabilité des hôteliers. Mais Mme Rossari a donc été déboutée des fins de sa plainte contre la Société anonyme des Hôtels et condamnée aux dépens.

Die Kurtaxe in Wiesbaden. In der Sitzung der Kurverwaltung vom 28. März wurde der Vorschlag auf Reform der Kurtaxe einstimmig angenommen. Der Vorschlag läßt an obligatorischem Kurtaxe fest, stellt aber die Wahl des Kurfaktors (ob Kochbrunnen oder Kurhaus) ganz in das Belieben des Kurgastes, um den verschiedenen Bedürfnissen des Fremden-Publikums gerecht zu werden. Die Kochbrunnensitze betragen die Hälfte der Kurhaus-sitze und berechnen sich für zehn Tage auf 6,30 Mark, für sechs Wochen auf 12 Mark, für drei Monate auf 20 Mark. Mit dieser Preisdifferenzierung soll der Ueberfüllung des Kurhauses vorgebeugt und andererseits den Fremden die Wahl einer niedrigen Taxe ermöglicht werden. Die Hotel- und Kurverwaltung hat sich dem Vorschlag angeschlossen und wird durch die städtische Behörde vorgebeugt. Dem Passantenverkehr wird Rechnung getragen durch Verlängerung der kurtaxfreien Zeit auf 5 Tage (statt 4 wie bisher), ferner werden den Fremden nach schweizerischem Muster sogen. Kurhüte gegeben, in denen sie wesentliche Preisermässigung auf die Benutzung von Privatstutten (Theater, Rennen, Golfplatz, Lawn-Tennis, Rhein-Hampfschiffahrt usw.) erhalten sollen. Die Lösung dieser Aufgabe ist erachtet, zumal da sie auch die finanziell-LoAufgabe erfüllt, der Stadt 250.000 Mk. zur Verfügung zu stellen. Besonders wertvoll für die Fremden ist, dass sie zu jeder erstmalig gelösten Karte zweimal hinteronten Zeit-Tagekarten lösen und den Kurfaktor wechseln können. (Frank. Zig.)

### Verkehrswesen.

Telephonverbindungen zwischen England, Deutschland und der Schweiz. Die englischen Postbehörden beschäftigen sich laut „Basler Nachr.“ gegenwärtig mit einem Plane, der bis vor kurzem unmöglich zu realisieren war, nämlich eine telephonische Verbindung zwischen London, Holland und Deutschland herzustellen, ja auf dem Umwege über Paris hofft man sogar einen brauchbaren Telephonverkehr mit der Schweiz, insbesondere mit Basel und Zürich, in kurzer Zeit ins Leben rufen zu können. Die Experimente, die in der nächsten Zeit begangen sollen, sind möglich geworden durch das neue unterseeische Kabel, das England mit Frankreich verbindet und das eine bedeutsame Verbesserung gegen die bisher angewandten Kabelarten aufweist. Einige Versuche sind bereits ausgeführt worden, so stellte man über London eine Verbindung zwischen Glasgow und Paris her. Die Entfernung betrug etwa 687 englische Meilen, aber diese ersten Experimente haben einstellend keine besonders günstigen Resultate gebracht. Sie sollen indessen in größerem Massstab wiederholt werden, sobald die neuen französischen Landlinien vollendet sind und Anschluss an das neue Unterseekabel genommen haben. „In der Theorie“, so äusserte sich ein höherer Londoner Postbeamter, „sollte mit dem neuen Kabel und mit dem neuen Telephonien ein Gespräch zwischen London und Astrachan, also eine Verständigung auf eine Entfernung von mehr als 2000 engl. Meilen möglich sein, aber leider bleibt die Praxis einstellend noch hinter der Theorie zurück.“ Dagegen bleibt es zweifellos, dass ein Telephonverkehr zwischen England und Deutschland möglich ist, und in dieser Richtung werden demnächst die Vorarbeiten einsetzen. Die britische Postbehörde hofft, auf dem Wege über Lille Fernsprechverbindungen von London nach Amsterdam, Köln und Frankfurt a.M. herzustellen, in gleichem Maße man damit, dass über Paris auch Basel und Zürich, die erheblich weiter entfernt sind, telephonisch erreicht werden. Wenn diese Versuche die erwarteten Erfolge haben, wird man den Anschluss auch nach anderen Richtungen folgen lassen. Gegen Ende dieses Jahres wird ein zweites unterseeisches Kabel von der französischen Regierung gelegt, das Grossbritannien mit der französischen Küste verbindet. Dann werden auch bei dem internationalen Fernsprechverkehr zwischen England und dem Festlande bedeutende Ermässigungen möglich sein; bisher kostete ein Telephongespräch von 3 Minuten zwischen Paris und London 10 Fr., doch nach Vollendung der zweiten Kabellage wird dieser Satz ganz erheblich ermässigt werden.

### Les médailles de mérite pour employés

peuvent, dorénavant, être commandées en tout temps. Terme de livraison 15 jours.

Pour 5 à 10 années de service médaille ou broche bronze  
10 à 15 „ „ „ „ „ d'argent  
15 à 20 „ „ „ „ „ d'or  
20 années ou plus une montre en or.

Bulletin de commande à disposition au Bureau central.

**Le Champagne DE SAINT-MARCEAU 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, Hôtel 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, Hôtel Savoy à Interlaken, offert par la Commune d'Interlaken.

**VIN BRUT V V V DRY GRAND VIN SEC CARTE BLANCHE**  
Agence générale pour la Suisse: BERGER & Co., LANGNAU (Berne) et MORGES (Vaud).



**Koch**, 26 Jahre, absolut selbständiger, sparsamer Arbeiter, sucht bis 1. Juni Anstellung, event. auch für kürzere Zeit. Zeugnisse und Photo zu Diensten. Chiffre 92

**Kochlehrling**. Man sucht per 1. Juli, event. früher oder später, für einen starken, intelligenten, 15jährigen Jungling, Weichschwitzer, aus guter Familie, Stelle als Lehrling für Küche in besserem Hotel. Chiffre 92

**Kochvollrätin**. Junger, tüchtiger Pâtissier, sucht Stelle als Kochvollrätin in gutes Hotel. Gute Zeugnisse und Photo zu Diensten. Chiffre 22

**Kochvollrätin**. Gesucht in einem besseren Hotel der franz. Schweiz Vollrätin als Aide de cuisine, zur weiteren Ausbildung. Offerten erbeten an J. Vogelzanger, zum Rüden, Schiffhaus, (924) Mi 1000

**Kochlehrling**. Kräftiger, 18½-jähriger Jungling, mit guter Schulbildung, wünscht bei tüchtigem Chef in die Lehre zu treten. Geht Offerten mit näheren Bedingungen erbeten. Eintritt 1. Mai event. später. Chiffre 30

**Köchen**. Tüchtige, gut ausgebildete, sucht auf Anf. Mai Stelle in Hotel. Chiffre 63

**Köchen**. Tüchtige, selbständige, mit guten Zeugnissen, sucht per sofort gute Stelle in Hotel I. Ranges, als Angestellter-Koch. Offert. an J. Käferkochen. Chiffre 96

**Köchen**. Jüngere, tüchtige, sucht Saison- oder Jahresstelle, am liebsten neben Chef. Gute Zeugnisse. Geht. Offerten an Elise Weber, Hotel les Eclairs, Leyn (Vaud). (876)

**Kontrollleur**, gesetztes Alters, sucht Stelle. Engländer bevorzugt. Chiffre 92

**Küchenchef**, 33 Jahre, Deutschschweizer, tüchtig in allen Branchen, ökonomisch, ruhiger Natur, mit besten Zeugnissen des In- und Auslandes, sucht Jahresstelle. Chiffre 49

**Pâtissier**. Konditorgehülfe sucht Sommeraison Stelle als zweiter Pâtissier. Chiffre 974

**Pâtissier**. Jeune, parlant le français et l'allemand, cherche place pour de suite, comme tel ou commis. Adresser offertes à Fd. Wüthrich, Chabres sur Vevey. (852)

**Pâtissier**. Jünger, tüchtiger, deutsch und franz. sprechend, sucht Saison- oder Jahresstelle. Schweiz oder Ausland. Gute Zeugnisse. Chiffre 838

**Pâtissier**. 30 ans, cherche place comme commis pour saison d'été. Libre de suite. Chiffre 922

**Pâtissier**. Tüchtiger, energischer, selbständiger, 26 Jahre, deutsch, franz. und italienisch sprechend, mit prima Zeugnissen und Referenzen, sucht auf Mai oder Juni Saison- event. Jahresstelle. Chiffre 786

**Rôtisseur**. Junger, gut empfindlicher, sucht Stelle auf 10. Juni. Zeugnisse zu Diensten. Chiffre 804

**Etage & Lingerie.**

Femme de chambre, jeune fille, cherche place pour le 15 avril on 1er mai, dans hôtel de la Suisse allemande. Bons certificats. Chiffre 84

Etagegouvernante, tüchtig, sucht Stelle, auch für Lingerie. Chiffre 64

Etagegouvernante wünscht selbständigen, seriösen Vertrauensposten in grösseres Hotel I. Ranges. Eintritt vom 1. Mai an, Saison- oder Jahresstelle. Geht. Offerten an Mlle. S. Weber, Winter-Palace, Luzern (Ober-Argyrien). (876)

Etagegouvernante, mit langjährigen Erfahrungen, von absoluter Zuverlässigkeit, liessend französisch und englisch sprechend und genügend Italienisch, sucht möglichst per sofort selbständigen Posten in erstkl. Hause Italiens oder der Schweiz. Referenzen aus ersten Häusern. Chiffre 804

**Zeugniskopien** besorgt in sauberer Ausführung umgehend und bei billiger Berechnung G. Kathrein, Rätelsteig 16, Zürich IV. Orig.-Zeug. sind eingeschrieben zu senden. (Tel 8126) 1467

**Hotel-Buchhalter gesucht.**

Bilanzfähige und selbständige Reflektanten wollen ausführliche Offerte mit Gehaltsansprüchen, Photographie und Zeugnissen an das Postfach No. 15 692 in Basel adressieren. ::

Tüchtige, energische Wirtin, im Hotelfach, der Hauptsprachen und amerikanischen Buchführung bewandert, wünscht **Vertrauensstelle** als Directrice, Gerantin oder Oberkellnerin in f.f. Haus.

Geht. Offerten unter Chiffre E. F. 1113, Postlagernd, Luzern.

**Direktor - Stütze des Prinzipals.**

905 Franz. Schweizer, 34 Jahre alt, der vier Hauptsprachen mächtig, energischer und erfahrener Fachmann, selbständig, z. Z. in noch ungekündeter Stellung, sucht sich auf kommendes Frühjahr oder später zu verändern. Prima Referenzen zur Verfügung. Geht. Offerten unter Chiffre Ue 9984 Union-Reklame, Bern.

**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. — Geht. Offerten unter Chiffre H 1127 R an die Exp. d. Bl.

**Direktor**

durchaus tüchtig und selbständig, als solcher seit Jahren in ersten Häusern tätig, sucht sich auf kommendes Frühjahr oder später zu verändern. Prima Referenzen zur Verfügung. Geht. Off. ten sub Chiffre H 561 R an die Expedition ds. Bl.

**Etagegouvernante**, gesetztes Alters, im Fach bewandert, sucht Engagement. Chiffre 923

**Etagegouvernante**, Schweizerin, sprachkundig, tüchtig, sucht selbständigen Vertrauensposten in Hotel I. Ranges. Eintritt im April. Saison- oder Jahresstelle. Geht. Offerten an Fr. Duddi, Reids Palace Hotel, Funchal (Madeira). (865)

**Femme de chambre**, muni de bons certificats, connaitrait les langues, cherche place dans hôtel 1er ordre. Chiffre 947

**Lingere (I.)-Glittlerin**, sehr tüchtig in ihrem Fach, sucht auf kommendes Saison Stelle in grösseres Hotel. Chiffre 37

**Lingere (I.)**, tüchtige, mit guten Zeugnissen, sucht Jahresstelle. Chiffre 977

**Portier d'Etage**, 24 Jahre, deutsch, franz. u. engl. sprechend, sucht Engagement für sofort. Gute Zeugnisse zu Diensten. Chiffre 12

**Zimmermädchen**, deutsch und franz. sprechend, zurzeit in ungedienter Stellung, sucht Engagement für Anfang Juni. Zeugnisse und Photo zu Diensten. Chiffre 27

**Zimmermädchen**, tüchtiges, sucht Jahres- oder Saisonstelle in besserem Haus. Chiffre 971

**Zimmermädchen**, tüchtiges, 23 Jahre, im Zimmerservice gut bewandert, sucht Stelle in besserem Hotel, für sofort oder später. Luzern bevorzugt. Zeugnisse und Photo z. D. Ch. 978

**Zimmermädchen**, tüchtiges, deutsch und franz. sprechend, mit guten Zeugnissen, sucht Stelle in gutes Haus. Chiffre 21

**Zimmermädchen**, tüchtig u. sprachkundig, sucht Saisonstelle zum sofortigen Eintritt, nach der italien Schweiz. Geht. Offerten an Fr. Reza Hügi, Diessbach bei Büren (Bern). (17)

**Zimmermädchen**, junger, deutsch und franz. sprechend, sucht per sofort Stelle in Hotel oder Pension. Luzern oder Umgebung bevorzugt. Prima Zeugnisse. Geht. Offerten an Babette Kirscher, bei Fam. Leanderli, Vonnatstr. 27 I, Luzern. (41)

**Zimmermädchen**, tüchtig, deutsch und franz. sprechend, sucht für Anfang Mai Saison- oder Jahresstelle. Chiffre 10

**Zimmermädchen**, tüchtiges, beider Sprachen mächtig, im Tischservice gewandt, sucht Stelle in grösseres Hotel. Zeugnisse und Photo zu Diensten. Chiffre 979

**Zimmermädchen**, im Dienst tüchtige, brave Tochter, beider Sprachen mächtig, sucht baldmöglichst Stelle in grösseres Hotel der franz. Schweiz. Zeugnisse und Photo zu Diensten. Offerten unter Th. P. 24, poste restante Lausanne. (355)

**Zimmermädchen**, deutsch und französisch sprechend, sucht Stelle auf kommendes Saison in gutes Hotel. Chiffre 831

**Zimmermädchen**, gutes, deutsch, franz. und italienisch sprechend, sucht passendes Engagement auf kommendes Saison, in gutes Hotel. Zeugnisse und Photo zu Diensten. Chiffre 877

**Zimmermädchen (I.)**, sprachkundiges, sucht Saisonstelle in erstkl. Haus. Chiffre 862

**Zimmermädchen**, zwei tüchtige, mit prima Zeugnissen, Chiffre 802

**Zimmermädchen**, zweier Sprachen kundig, im Saal-, sowie Zimmerservice bewandert, sucht Stelle in besserem Hotel auf kommendes Saison. Chiffre 808

**Loge, Lift & Omnibus.**

Portier (I.)-Conducteur, 29 Jahre, der 4 Hauptsprachen mächtig, sucht Stelle für die Saison. Gute Zeugnisse. Ch. 972

Portier-Conducteur, tüchtiger, sprachkundiger, mit besten Zeugnissen, sucht Stelle event. als Portier auf nächste Sommeraison. Chiffre 780

Portier-Conducteur, 33 Jahre, drei Hauptsprachen, sucht Stelle für nächste Sommeraison. Chiffre 890

**Concierge**, Deutsche, 35 Jahre, der 4 Hauptsprachen mächtig, mit nur prima Referenzen, wünscht Sommerstelle von 15. Juni bis Ende August, event. auch im Winter. Kurze Saison passend. Chiffre 14

Concierge, Schweizer, 30 Jahre, grosse Erscheinung, der drei Hauptsprachen mächtig, mit prima Referenzen, sucht Sommerengagement in mittelgrosses Haus. Chiffre 853

**Zu vermieten oder zu verkaufen** ein modern und komfortabel eingerichtetes (508)

**Restaurant** mit schöner Konzerthalle und grösserem Garten an guter Lage in einer verkehrsreichen Stadt der Ostschweiz. Anmeldungen unter Chiffre Z. G. 967 an die Annoncen-Expedition Rudolf Mosse, St. Gallen. (Ue 10 069)

**Remplaçant du propriétaire ou Secrétaire-Caissier.**

Se trouve actuellement dans un des principaux hôtels d'Europe comme premier Secrétaire-Caissier. Mes lettres références à disposition. Adresser les offres à l'administration du journal sous chiffre H 596 R.

**Zu verkaufen event. zu vermieten.** Aus freier Hand ist per sofort eine solid erbaute

**HOTEL-PENSION** mit Jahreswirtschaft verhältnissaher sehr preiswürdig zu verkaufen oder an ganz tüchtige, kautionsfähige Fachleute zu vermieten. — Massiver Neubau, modern eingerichtet, mit prima Mobiliar, liegt in nächster Nähe des Rugenparkes in Matten-Interlaken an frequenter Hauptstrasse; 70 Fremdenbetten, grosser, schöner Saal, zugehörige Dependancen und Gartenanlagen; prächtige Aussicht auf Jungfrau und Voralpen.

Das Etablissement bietet tüchtigen Fachleuten sichere Existenz. Anzahlung nach Uebereinkunft. Weitere Auskunft erteilt bereitwillig A. Werren, Bauunternehmer, Wilderswil-Interlaken.

**Hotel-Direktor** selbständig, in allen Teilen des Hotelbetriebes vertrauter Fachmann, seit mehreren Jahren in gleicher Eigenschaft tätig, in noch ungekündeter Stellung, sucht, gestützt auf prima Referenzen für die Winter- saison dauerndes Engagement, event. auch Jahresposten. Kautionsfähig. — Geht. Offerten unter O. G. 11 an Rudolf Mosse, Innsbruck, Adamgasse 9, Erbeten. (Ue 9847 955)

**Concierge**, tüchtiger Mann, gut präsentierend, mit langjährigen prima Zeugnissen, sucht passendes Sommerengagement. Chiffre 87

**Concierge**, 24 Jahre, 4 Sprachen sprechend, seit 6 Jahren in gleichem Hause im Süden in Stellung, sucht Sommerposten in Haus ersten Ranges. Chiffre 36

**Concierge**, Biiander, gesetztes Alters, gute Erscheinung, der 4 Hauptsprachen mächtig, mit prima mehrjährigen Referenzen, sucht Engagement. Eintritt nach Uebereinkunft. Chiffre 43

**Concierge**, Biiander, der 4 Hauptsprachen mächtig, mit prima Referenzen, sucht passende Stelle für den Frühling, event. auf die Sommeraison. Chiffre 768

**Concierge**, Schweizer, 22 Jahre, der 4 Hauptsprachen mächtig, solider, nüchternster und fachkundiger Mann mit besten Zeugnissen und Referenzen des In- und Auslandes, z. Z. in noch ungekündigter Stellung, sucht sich zu verändern. Jahresstelle bevorzugt. Chiffre 936

**Concierge**, gut präsentierend, 30 Jahre, sucht Engagement für sofort oder Sommer in mittelgrosses Hotel. Chiffre 924

**Concierge-Conducteur**, Schweizer, 29 Jahre, sprachkundig, energischer, erfahrener Mann, sucht Engagement auf kommendes Saison. Eintritt nach Uebereinkunft. Chiffre 853

**Concierge**, capable et sérieux, parlant les 4 langues, présentement à l'essai, muni de toutes premières références, cherche engagement. Chiffre 24

**Concierge-Conducteur**, Biiander, 28 Jahre, der 3 Hauptsprachen mächtig, mit guten Referenzen, zurzeit noch in Stellung, sucht Saison- oder Jahresstelle, event. als I. Portier. Geht. Offerten an Postfach 226, Arosa. (924)

**Concierge-Conducteur**, Jüngerer Mann, der 3 Sprachen mächtig, sieben von London zurückgekehrt, sucht Stelle als Concierge-Conducteur oder Liftier. Chiffre 965

**Concierge-Conducteur**, 28 Jahre, der 4 Hauptsprachen mächtig, sucht auf kommendes Saison Stelle. Chiffre 73

**Concierge oder Conducteur**, Schweizer, 28 Jahre, der 4 Hauptsprachen mächtig, mit guten Zeugnissen, sucht Stelle. Geht. Offerten an Ph. Strimlinger, Pension Kreuz, Iseltwald. (966)

**Concierge oder Conducteur - Concierge**, gewandter, tüchtiger, junger Schweizer, mit nur prima Zeugnissen und Referenzen, sucht per sofort Frühjahrsstelle in mittelgrosses Hotel. Geht. Offerten an Michel, 27 bis, Rue Gioffredo, Nice. (628)

**Conducteur** mit Zeugnissen erstklass. Hotels sucht Remplaçantstelle, event. als Concierge. Chiffre 800

**Liftier**, Deutschschweizer, 19 Jahre, der drei Hauptsprachen mächtig, des Englischen kundig, mit guten Referenzen, sucht Sommerengagement als Liftier oder Commissionär, in besserem Haus. Geht. Offerten an J. Bruggmann, Grand Hôtel Regina Elena, St. Margherita (Riviera). (859)

**Liftier**, 17 Jahre, deutsch, franz. und italien. sprechend, sucht Stelle für die Sommeraison, event. als Commissionär. Zeugnisabschriften und Photo zu Diensten. Chiffre 669

**Liftier oder Chasseur**, mit guter Schulbildung, sucht Stelle. Franz. Schweiz bevorzugt. Eintritt vom 1. Mai an. Ch. 34

**Portier**. Tüchtiger Mann, Schweizer, gesetztes Alters, der während 33 Jahren in Paris als Kellerer und Portier in den grössten Hotels und Restaurants geübt hat, der deutschen, franz. und engl. Sprache in Wort u. Schrift mächtig, sucht Stelle als Portier-Offizier, Cassier oder event. andere Art. Eintritt nach Belieben. Chiffre 880

**Portier (I.)-Conducteur**, 29 Jahre, der 4 Hauptsprachen mächtig, sucht Stelle für die Saison. Gute Zeugnisse. Ch. 972

**Portier-Conducteur**, tüchtiger, sprachkundiger, mit besten Zeugnissen, sucht Stelle event. als Portier auf nächste Sommeraison. Chiffre 780

**Portier-Conducteur**, 33 Jahre, drei Hauptsprachen, sucht Stelle für nächste Sommeraison. Chiffre 890

**Zu vermieten oder zu verkaufen** ein modern und komfortabel eingerichtetes (508)

**Restaurant** mit schöner Konzerthalle und grösserem Garten an guter Lage in einer verkehrsreichen Stadt der Ostschweiz. Anmeldungen unter Chiffre Z. G. 967 an die Annoncen-Expedition Rudolf Mosse, St. Gallen. (Ue 10 069)

**Remplaçant du propriétaire ou Secrétaire-Caissier.**

Se trouve actuellement dans un des principaux hôtels d'Europe comme premier Secrétaire-Caissier. Mes lettres références à disposition. Adresser les offres à l'administration du journal sous chiffre H 596 R.

**Zu verkaufen event. zu vermieten.** Aus freier Hand ist per sofort eine solid erbaute

**HOTEL-PENSION** mit Jahreswirtschaft verhältnissaher sehr preiswürdig zu verkaufen oder an ganz tüchtige, kautionsfähige Fachleute zu vermieten. — Massiver Neubau, modern eingerichtet, mit prima Mobiliar, liegt in nächster Nähe des Rugenparkes in Matten-Interlaken an frequenter Hauptstrasse; 70 Fremdenbetten, grosser, schöner Saal, zugehörige Dependancen und Gartenanlagen; prächtige Aussicht auf Jungfrau und Voralpen.

Das Etablissement bietet tüchtigen Fachleuten sichere Existenz. Anzahlung nach Uebereinkunft. Weitere Auskunft erteilt bereitwillig A. Werren, Bauunternehmer, Wilderswil-Interlaken.

**Zu verkaufen event. zu vermieten.** Aus freier Hand ist per sofort eine solid erbaute

**HOTEL-PENSION** mit Jahreswirtschaft verhältnissaher sehr preiswürdig zu verkaufen oder an ganz tüchtige, kautionsfähige Fachleute zu vermieten. — Massiver Neubau, modern eingerichtet, mit prima Mobiliar, liegt in nächster Nähe des Rugenparkes in Matten-Interlaken an frequenter Hauptstrasse; 70 Fremdenbetten, grosser, schöner Saal, zugehörige Dependancen und Gartenanlagen; prächtige Aussicht auf Jungfrau und Voralpen.

Das Etablissement bietet tüchtigen Fachleuten sichere Existenz. Anzahlung nach Uebereinkunft. Weitere Auskunft erteilt bereitwillig A. Werren, Bauunternehmer, Wilderswil-Interlaken.

**Hotel-Direktor** selbständig, in allen Teilen des Hotelbetriebes vertrauter Fachmann, seit mehreren Jahren in gleicher Eigenschaft tätig, in noch ungekündeter Stellung, sucht, gestützt auf prima Referenzen für die Winter- saison dauerndes Engagement, event. auch Jahresposten. Kautionsfähig. — Geht. Offerten unter O. G. 11 an Rudolf Mosse, Innsbruck, Adamgasse 9, Erbeten. (Ue 9847 955)

**Bains, Cave & Jardin.**

**Badmeistern**. Tochter, gesetztes Alters, deutsch und französisch sprechend, im Hotelfach erfahren, sucht Stelle als angehende Badmeistern. Chiffre 30

**Badmeistern**. Aezrl. geht. Badmeistern, Masseuse, Kran- kenpflegerin (incl. Confitress und Maniere), sucht Saisonstelle in Hoehgebirgs-Hotel. Ia. Zeugnisse. Chiffre 26

**Gärtner**, tüchtiger, 25 Jahre, ledig, sucht auf 25. April Stelle, In- oder Ausland. Chiffre 1

**Gärtner**, 28 Jahre, Deutscher, sucht Jahresstelle wo Park, Gemüchshaus, Gemüchsgarten mit Wasserleitung vorhanden. Süden oder Schweiz. Gute Zeugnisse aus Hotels. Geht. Offerten mit Lohnangabe an Mathias Jakob, Giardinieri, 30 Viale della Regina, Roma. (872)

**Kellnermeister**, Schweizer, 27 Jahre, deutsch und französisch sprechend, mit guten Zeugnissen, sucht Stelle per sofort oder später in besserem Hause. Ausland bevorzugt. Chiffre 821

**Kellnermeister**, tüchtiger, sucht Stelle auf den Sommer. Gute Zeugnisse. Chiffre 807

**Küfer**, zuverlässig und nüchtern, welcher nur in ersten deutschen Häusern tätig war und auch im Hotel- u. Restaurationswesen bewandert ist, sucht Stelle als Küfer oder Kellnermeister in ersterer Kellner oder Hotel. Offerten unter Chiffre Z. L. 438 an die Annoncenexpedition Rudolf Mosse, Zürich. (820) Z. 3066 e

**Divers**

**Dame**, expérimentée dans le service (chambre, salle, lingerie), à chercher place au plus tôt, dans sanatorium ou très bon hôtel. Connait les 3 langues. Chiffre 854

**Jeune homme**, 17 ans, grand et fort, désire place dans hôtel en Allemagne, où il pourrait apprendre la langue. Bons certificats. Chiffre 874

**Schweizer-Ebeniste**, selbständiger Fachmann, im Polieren schon Häusern tätig war und auch im Hotel- u. Restaurationswesen bewandert ist, sucht Stelle als Küfer oder Kellnermeister in ersterer Kellner oder Hotel. Offerten unter Chiffre Z. L. 438 an die Annoncenexpedition Rudolf Mosse, Zürich. (820) Z. 3066 e

**Vertrauensstelle**. Wirtstochter, 22 Jahre, im Hotelfach perfekt, der franz. Sprache mächtig, mit Kenntnissen in der Buchführung, sucht Vertrauensstelle per bald. Chiffre 906

**Avis.** Um unliebsame Verwechslungen, Reklamationen und Verspätungen zu vermeiden, ersuchen wir, bei Offerten die genaue Angabe der Chiffre-Nummer nicht zu unterlassen.

(De 6729'h) 1403

**Zeugnis-Abschriften**

In druckf. Sommer- und Winterzeit, kostengünstig, 24 St. (inkl. Gültigkeit und Nachb. Ausübung (nach Veranlassung) in alle Weltspalten fertig)

**HANSCHKA**, Augsburg, Ob. Mainstrasse B 24/26

Erscheinungsbild nach jeder gewünschten Photographie der allgemeinen beliebigen Grösse, 1/2, 3/4, 5/8, 1, 1 1/2, 2, 2 1/2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100

**Miniatur-Photographien.**

**Hotel zu verpachten.**

Verhältnissaher ist ein bestellgerichtetes, altrenommiertes grosses Kurhaus (Saisongeschäft) mit 135 Fremdenbetten und berühmten Mineralquellen für mehrere Jahre zu verpachten. Nötiges Kapital nicht weniger als 15,000 Fr. Offerten befördert die Expedition d. Bl. unter Chiffre H 601 R.

Infolge Anschluss an eine Elektrizitätszentrale **billig zu verkaufen** eine sehr gut erhaltene **Luftgas-Beleuchtungsanlage** perfektioniertester Art von ca. 80 Flammen.

Der Apparat kann noch im Betriebe besichtigt werden und ist komplett mit Regulator, Flügelpumpe, Fass etc., eventuell mit Rohrleitung und Beleuchtungskörpern billig abzugeben.

Geht. Offerten unter Chiffre H 600 R an die Expedition des Blattes.

**Stelle-Gesuch.**

Zuverlässiger junger Mann, perfekt deutsch, französisch und englisch in Wort und Schrift, im Umgang mit besserem Publikum vertraut, aushilfsweise als Concierge tätig, sucht passende Stellung.

Offerten unter Chiffre H 588 R an die Expedition ds. Bl.

**Für Hoteliers.**

Suche für meine Schwester, grosse, presentable Erscheinung, sprachkundig, seit mehreren Jahren im Hotelfach, speziell im Buffetservice (americ. Drinks) gut bewandert, per Sommersaison entsprechenden **Vertrauensposten**. Würde sich event. auch an einem Geschäft beteiligen. Betreffende ist momentan noch in erstem Hotel der Riviera tätig. — Geht. Offerten an die Exped. ds. Bl. unter Chiffre H 602 R.

Für ein erstklassiges Hotel in einer grösseren Hafenstadt im Süden der Oesterr. Monarchie wird ein solider, kautionsfähiger **Pächter oder Direktor** gesucht. Bevorzugt sind Schweizer. Anträge unter W. H. 8483 befördert die Annoncen-Expedition Rudolf Mosse, Wien I. (509)

**Chef de Réception - Sekretär - Kassier** Schweizer, 29 Jahre, gelernter Koch und Kellner, der Hauptsprachen mächtig, mit sämtlichen Bureauarbeiten, Kassawesen und Réception vertraut, sucht Saison- oder Jahresstelle event. Direktorposten in kleinerem Hotel. Beste Referenzen. Offerten an die Expedition ds. Bl. unter Chiffre H 582 R.

Internationale  
**HOTEL-SCHULE**  
(Hotel-Akademie)

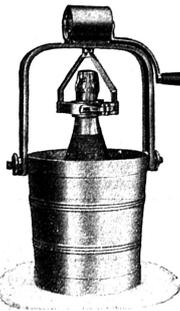
**Erstklassige Fachschule mit eigenem Pensionat.**

Bureau, Saaldienst, Küche, Sprachen. — Fachlehrer für jede Abteilung.  
**Nächste Aufnahmen am 24. April.**

Prospekte und Referenzliste durch den Direktor: E. FREI-SCHERZ.  
Ue 9983 Briefadresse: Internationale Hotelschule, LUZERN-EBIKON. (996)

Kurse von 3, 6 und 12 Monaten. Diplomkurse.  
Ue 9983

**LUZERN**  
(Schweiz)



**Sekt-Kühlapparat**

D. R. G. N. 338640/1, 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 g 1110

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

**Berndorfer Metallwaren-Fabrik**

Schutzmarke für Alpaca-Silber I. **Arthur Krupp Berndorf, H.-Oest.** Schutzmarke für Rein-Nickel.



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

Niederlage für die Schweiz:  
**Luzern · 1 Schweizerhofquai 1**  
«Engländer hof».

Gut eingerichtete

**HOTEL-PENSION**

mit Garten und Bauland. Für kapitalkräftigen Pachtmann günstige Gelegenheit. Jahresgeschäft. Wird nur aus Gesundheitsrücksichten vom Eigentümer direkt verkauft.

Offerten von Selbstreflektanten unter Chiffre **H 593 R** an die Exp. d. Bl.

**A. RUTISHAUSER & Co**  
**SCHERZINGEN**  
SPEZIALITÄT IN REALEN  
OSTSCHWEIZER- u. TIROLERWEINEN  
BEVORZUGTER LAGEN  
IN- u. AUSLÄNDISCHE FLASCHENWEINE

**Kirsch-Destillation C. Felchlin, Schwyz**  
Ue 9615 Telegramme: Kirschfelchlin. 1016  
empfiehlt sich den HH. Hoteliers höf. für  
**la. Kirsch (Spezialität)**  
sowie für Cognac, Rhum, Vermouth, Malaga, Madère etc.

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

**Winterhotel für Schweizerhotelier.**  
Wegen hohen Alters des bisherigen Mieters kann an bekannter Winterstation im Süden Frankreichs ein flott eingeführtes Hotel I. Rg. vollständig möbliert, übernommen werden. Pacht Fr. 30.000.— pro Saison. Schweizer bevorzugt. — Schnell entschlossene Reflektanten erhalten Auskunft durch das Sekretariat des Hotel-Office in Gern, 4 rue Petitoit.

**ETAT BELGE**  
LONDRES via OSTENDE-DOUVRES  
Pour renseignements, guides et prospectus **GRATUITS**, s'adresser à l'AGENCE DES CHEMINS DE FER DE L'ETAT BELGE, St. Albans No. 1, à BAILE.

**Pension**

auf bestem Fremdenplatz des Berner Oberlandes m. grösster Entwicklung ist zu verkaufen. Schöner zentral gelegener Bau mit modernstem Komfort. Mittleres Gesch. Anfragen zur Übermittlung sogleich unter Ue 9673 an die Union-Reklame, Bern. 1039

**Eisen- und Messingbetten**  
Gartenmöbel  
bedeutend billiger als Händler  
Eisenmöbel-fabrik  
Emmishofen

**F. Trümpy, Comestibles, Glarus**

offeriert:  
Bulgaren-Eier per 1000 Stück Fr. 74 ab Buchs. per Kg. Fr.  
Nidel-Kochbutter 3.—  
Centrifugen-Tafelbutter 3.50  
Prager Schinken 3.10  
ab Glarus. (Ue 9729) 1032

**Kurarzt**

für Saison gesucht, für bedeutendes Kurhotel mit erstklassigen Mineralquellen.  
Offerten unter Chiffre **H 581 R** an die Expedition des Blattes.

**Neuhauser**  
St. Gall. Suisse  
**Rideaux**  
en tous genres  
Echantillons sur demande

**Steinhäger!**  
Echt, best. dopp. steinhäger!  
beziehe Jeder dem es um Quantität zu tun ist, nach wie vordirekt von der Quelle und wende sich an die Brauerei C. W. Tasche, Steinhäger.  
W. hinter deren Fabriken alle Importationen alle imortationen weit zurückliegend. Ein Versuch wird jedermann hier- von sofort überreicht! Man ver- lange Gratis- muster!

**Zu verkaufen:**

einen so gut wie neuen  
**6 plätzig**  
**Omnibus.**  
Offerten unter Chiffre **H 590 R** an die Expedition d. Bl.

**A vendre:**

**Château de Monnetier**  
1/2 heure de Genève, 750 m. d'altitude, 3 parcs, électricité, vue féérique, 25 pièces meublées. — Prix modéré. Peu comptant.  
S'adresser: **Badet à Nemours** (Seine-et-Marne).

**Trinkeier**

garantiert frisch, hiesiger Provenienz, grosse, saubere Ware, versendet à 11 Cts. franko jede Talstation. Abn. hmer für das ganze Ja r gesucht! (Ue 9973) 991

**G. Zurlinden**  
Attiswil bei Wangen a./A.

Krankheitshalber ist ein in einem von Fremden stark besuchten Waliser Tourenzentrum gelegenes

**Hotel-Buffer**

zu übergeben. Günstige Zahlungsbedingungen. (H 31648 L) 982  
Näheres durch Agence Ogay in Vevey (Waadt). (Ue 9942)

**MONTREUX**  
EAU MINERALE ALCAINE

**EAU DE TABLE PAR EXCELLENCE**  
1036 Ue 9837

**Propriété à vendre.**

Station de montagne très fréquentée. A proximité immédiate d'un funiculaire. Vue superbe, région Vevey-Montreux. Convient pour construction d'un Hôtel-Pension, Chalet, Clinique, etc. Le propriétaire s'intéresserait avec persévérance sérieuse. Ecrite sous O 21523 L à Haasenstein & Vogler, Lausanne. 1027 (Ue 9710)

**DIE MÖNCHE CHARTREUX**  
Aus der GRANDE CHARTREUSE vertrieben  
**Liquour**  
**Peres-Chartreux**  
haben ihr Geheimnis mitgenommen und stellen nun ihren Likör in **TARRAGONA** her.  
Vertreter für die Schweiz: **L. BUQUIN**  
30, Avenue de Mail, 30 GENEVE

**ZIMMERT'S ZAUBER**  
EXTRA  
Prachtglanz u. Lederconservierung von höchster Vollendung.  
**CHEM. TECHN. FABRIK**  
**G. Zimmerli, Aarburg.**

**A vendre**

pour cause de santé, dans un des plus jolis sites du canton de Neuchâtel un  
**Hôtel-Pension**  
(35 lits), grande salle pour societés, restauration en pleine prospérité. Bonne occasion pour jeune ménage dont le mari serait chef de cuisine. S'adresser au propriétaire  
**P. L. Sottaz, Comestibles, Neuchâtel.**

Nächst Hauptbahnhof u. Bahnhofstrasse Zürich an allerbesten Verkehrslage feines prima Restaurant, auch sehr geeignet (ohne Umbaute) für ein

**Hotel**

mit einer Anzahlung von 40 Mille direkt vom Besitzer sofort zu verkaufen.  
Offerten an die Exped. d. Bl. unter Chiffre **H 578 R.**

**Schweizer. Celluloidwarenfabrik**

**Kaefel, Moilliet & Co.** - Schönbühl bei Bern  
Geleches Haus in Bellgarde (France)  
**Spezialitäten**  
für das Hotel- u. Wirtschaftsgewerbe  
1. Hygienische Reformtischdecken, mit Kantenduft Ue 7517  
2. Tür- und Zimmeraufschriften 1445  
3. Reklametafeln und -Aufhänger aus Similt-Emaill (abwaschbar) - 4. Zimmer- anzeiger aller Art (abwaschbar) - 5. Tür- und Zimmernummern in allen Größen 6. Schließel-, Kontroll-, Stuhl- u. Garberrahmennummern in allen Größen - 7. Gürtchen für Diner- und Flächenteller - 8. Fall- und Flächengitter - 9. Holz- rahnen mit auswechselbaren Schildern für Diner- und Speisestellen - 10. Bier- und Glasuntersteller - 11. Salatbretter und Bretter für verlebene Zwecke 12. Serviettenringe mit u. ohne Druck - Reklamekarten, Imit. für Hotels, etc.  
1. Schweiz. Fachausstellung für das Gastwirtschaftsgewerbe in Bern 1910: Silberne Medaille nebst Diplom

**Zu verkaufen:**

Wegen vorgerücktem Alter der Besitzers  
**Gasthof II. Ranges in Basel**  
(ca. 50 Betten) zu vorteilhaften Bedingungen. Anzahlung circa Fr. 20,000.—.  
Offerten unter Chiffre **J 1965 Q**, an **Haasenstein & Vogler, Basel.** (Ue 9965) 984

**A. SCHERER**  
**SOHN & CIE**  
**WEIN-**  
**HANDLUNG**  
**MEGGEN**  
**KT LUZERN**

**Zu verkaufen** oder zu verpachten äusserst günstigen Bedingungen ein kleines möbliertes  
**Hotel Café-Restaurant**

in unmittelbarer Nähe eines wichtigen Bahnhofs, unweit des Genfer Sees (Kanton Waadt). Für Köchechen oder Oberkellner glänzende Existenz. Erforderliches Kapital zur Pacht Fr. 4000.—, zum Kauf Fr. 10—12 000.—. Miete je nach Uebereinkunft, jedoch sehr günstig. Gef. Offerten an **Otto Gasch, Chexbres (Waadt).** (599)

Unterstelle mein erstkl. eingerichtete **HOTEL** in herrlicher Lage tes, altrenommiertes, bestföhrendes **HOTEL** an einem vielbesuchten schweizerischen See unter günstigen Bedingungen dem Verkauf. — Selbstinteressenten belieben Offerten zu richten unter Chiffre **Ue 10028** an die **Annoncen-Expedition Union-Reklame, Bern.** 604

**Zentralheizungen**  
aller Systeme erstellen unter Garantie  
**MOERI & CIE LUZERN**

**Neu für Hotels!**

**Dampfmangeln für Niederdruckdampf**  
von jeder Niederdruck-Dampfanlage zu heizen.

Spezialität:  
**Niederdruck-Dampf-Wäscherei-Anlagen.**

Maschinenbaugesellschaft m. b. f., vormals  
**Stute & Blumenthal**  
Ue 8248 Filiale Zürich 14 1469

Klosbachstrasse 109 Telephone No. 3119  
Weltausstellung Brüssel 1910: Drei goldene Medaillen höchste Auszeichnung für Wäscherei-Maschinen.

# Courvoisier Cognac

Château et Distillerie.  
Maison fondée en 1828 à Jarnac-Cognac  
Spécialité: Grandes Fines Champagnes  
Représentant général: OTTO GMELIN ZÜRICH

## H. Müller-Cabhart, Luzern

empfiehlt den Herren Hoteliers, neben allen Bedarfsartikeln für **Wasch- und Glättereie**, als Spezialität: **prima Molton** für Bettunterlagen, am Stück und abgepasst. **Wollfries**, **Nessel-tuch**, **Chassytuch** und **Asbest** für Dampfzangen, sowie **Netzstoff**, **Netzbeutel** und **waschenden Zeichenfäden** für Fremdenwäsche zur gefl. Abnahme bestens. 1490 (Ue 8857)

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

■ Kohlenstifte ■  
in jeder Dimension und Länge für  
**BOGENLAMPEN aller Art.**

### Zu verkaufen

Krankheits halber in industriereicher Ortschaft des Kanton Bern ein best renommiertes

## Bahnhof-Hotel

komfortabel eingerichtet, mit guter Frequenz. Für tüchtige, jüngere Fachleute mit Kapital äusserst vorteilhafte Gelegenheit. Agenten verboten. — Offerten unter Chiffre N 2624 Y an Haasenstein & Vogler, Bern. Ue 9996 999

**FABRIQUE D'ORFÈVRERIE**  
**JACOB FILS GENEVE**  
Couvres & Grosse Orfèverie  
en métal blanc, argenté, fortement  
REARMENTURE GARANTIE · REPARATIONS SOIGNÉES.  
PRIX MODÉRÉS  
Specialité de Chariots à Rosbif.

Von dieser Entkorkungsmaschine  
**„RAPID“**  
sind tausende im Gebrauch; sie bewirkt sich  
vor allen andern Systemen als die Beste.

Alleinverkauf bei  
Vereinigten Weinhandlungen  
179, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100

Gebr. Hirschner & Co.  
Zürich I, Hofstrasse 11  
wo auch alle  
Reparaturen besorgt  
werden

Ue 6639 h (1419)

Preis  
Fr. 20.—  
netto.

**Italie - Riviera** à vendre (cause mort propriétaire) **hôtel** de 1er ordre, sur le bord du Golf (80 chambres, 120 lits). Vue ravissante, tous les confort modernes, clientèle distinguée. Saison d'hiver et d'été. Facilités de paiement. — Adresser les offres à l'administration du journal sous chiffre H 1136 R.

(Rapallo)

**WÄSCHEREI - ANLAGEN**  
WASCHMASCHINEN · CENTRIFUGEN · PLÄTTMASCHINEN  
Muldenmangel  
mit  
Absaugvorrichtung  
für Dampf- &  
Gasheizung

**ALIEBMANN & CO.**  
ZÜRICH

## Demme & Krebs

BERN

Gegründet 1854 Export Telefon No. 1887

### Spezialitäten:

Kirschwasser, Enzian, Reckholder, Trusen, Zwetschgenwasser, Magenbitter, Heidelbeerbranntwein, süsse Liqueurs, diverse Sirops etc.

### Direkter Import

von Cognac, Rhum, Arac, Whisky, Vermouth di Torino, Malaga, Madère, Sherry, Portwein, Sherry-Brandy, Chartreuse, Bénédicte etc.

### CHAMPAGNER-WEINE.

□ Goldene Medaillen und Diplome: □  
Zürich, Melbourne, Paris, Bern, Genf etc. Ue 9547

Nur wegen Todesfall unterstelle **HOTEL** 100 Zimmer mit ca. 150 Betten in Oesterreich, herrlich am See gelegen, mit entzückender Aussicht auf das Gebirge dem Verkaufe. Kapitalkräftiger Interessent wird schwerlich ein zweites, gleich vornehmes Haus finden. — Offerten unter Chiffre Ue 10028 an die Annoncen-Exp. Union-Reklame, Bern. 503

**Auf der Höhe**  
und der Neuzeit entsprechend eingerichtet sind nur solche Hôtels, welche Betten mit Schlaffraffia-Obermatratzen haben. Ueberall erhältlich. — Prospekte durch Emil Braun, Zürich IV, Otlikstr. 11, Ecke Weinbergstr.

### Verlobungs-Geschenke

Eidg. kontrollierte Uhren- und Goldwaren. Verlangen Sie, bitte, unseren Gratskatalog 1911 mit ca. 1600 phot. Abbildungen.  
**E. Leicht-Mayer & Co., Luzern** Ue 9350  
24 b Kurplatz No. 43. 1023

## Hotel-Kurhaus

nebst Dependenz mit 120 Betten im Schwarzwald. Zu der Besitzung gehören 7 Hektaren Waldung, zu denen nur die Gäste Zutritt haben, ferner ca. 7 Morgen Umgelände und Wiesen, welche schöne Baulätze geben. Die Gebäulichkeiten sind asssekuriert 250,000 Mk. Inventar asssekuriert 60,000 Mk. Dasselbe ist umständelhalber für den billigen Preis von 240,000 Mk. bei einer Anzahlung von 25-30 Mille

**sofort zu verkaufen.**  
Kapital fest. — Näheres durch den Beauftragten H. Holländer, Zürich V, Unionstrasse 7. Ue 10406 1000

BLÜTZBLEITER - ANLAGEN  
ELEKTR. UHREN - ANLAGEN  
TURM - UHREN - ANLAGEN  
MUSTELEPHON - ANLAGEN  
HAUSSONNERIE - ANLAGEN  
ELEKTR. LICHT - ANLAGEN

**Hasler A.-G.**  
vormals  
Telegraphen-Werkstätte v. G. Hasler  
Bern. Ue 9839  
1019

### Directeur d'hôtel

expérimenté, disposant d'un certain capital, est demandé pour hôtel à construire de 100-130 lits dans station de montagne du Canton de Vaud très connue. Saisons d'été et d'hiver, sports. Situation de 1er ordre. Magnifique vue. Forêt de sapins. Voie ferrée. Affaire avantageuse. — S'adresser étude Pache Notaire et E. Pilet, régisseur, Maudorret 2, Lausanne. Ue 9991 998

### A vendre

Dans jolie situation à 6 kilomètres de Genève 700 m. d'altitude,  
**HOTEL**  
de 24 chambres, exploité depuis 20 ans. — Ouvert toute l'année. — Restaurant en toutes saisons. — Convientrait à un jeune couple. — S'adresser à M. Raoul Martin, Place du Port, 1, Genève. 918

## Kurhaus am Bodensee

mit herrlichen, grossen Seenanlagen, schönen Dependenzen, in prima Zustand und bestem Betrieb wegen Krankheit sofort äusserst günstig zu verkaufen event. zu verlauschen. Prima Objekt für Sanatorium. Offerten sub Chiffre Ue 10033 an die Annoncen-Exp. Union-Reklame, Bern. 505

### Für Hotels u. Pensionen

Z 3199 c Feines 506  
**Salon-Ameublement**  
gut erhalten, ist sehr billig  
**zu verkaufen**  
im Lagerhaus Florastrasse 26, Zürich V.

**HONIG**  
Ia. Tafelkuchenthonig  
1015 à Fr. 1.— per kg. Ue 9615  
Ia. Schweizerbienenhonig  
à Fr. 2.70 per kg.  
Beste u. billigste Bezugsquelle.  
Muster zu Diensten.  
Honigzentrale Schwyz.

**Aecht Szegedimer Paprika**  
Marke „Edelrot“  
vorzüglich für ungarisch. Gulasch.  
Versand in Dosen von 1, 3 u. 5 kg.  
per Kilo Fr. 7.— franco verzollt.  
Generalvertreter für die Schweiz:  
**M. Bollag, Zürich I, Hornergasse 15**  
501 Telephone No. 8725. Ue 10021

**LA RENOVINE**  
enlève  
rapidement et radicalement  
les taches de graisse  
de boue, de couleur, etc. sur les  
tapis, rideaux, etc. B 202 L.  
Produit non inflammable.  
Succès garanti.  
Attestations de grands Hôtels.  
1 litre fr. 2.50, 10 lit. fr. 20.— franco.  
Echantillon gratuit contre  
fr. — 50 en timbres-poste pour  
port et emballage. (1345)  
Laboratoire Dersiph, Vevey.

Krankheits halber ist ein sehr  
einträgliches (Ue 10051) 507  
**Hotel - Bahnhofbuffet**  
zu übergeben,  
im Wallis, in einer zukunftsreichen,  
sehr besuchten Station. — Man  
wende sich an  
Mr. Ogay, Notar, in Vevey.

**A louer de suite**  
un bon petit hôtel meublé  
clientèle faite, conditions favorables. S'adresser à  
**Georges Tabin**  
Sierre (Valais).

**Lugano-Castagnola**  
Pension-Restaurant  
sofort zu vermieten. Anfragen an  
**Rezzonico Noè**  
in Castagnola bei Lugano. 603

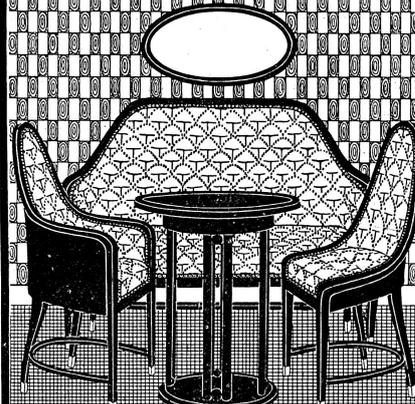
**Woldecken, Bettvorlagen, Milieux, Läufer, Linoleum, Möbelstoffe, Molletons, Teppich-Rollenware, Tischdecken, Türvorlagen, Wachstum, Waschtischvorlagen empfehlen:**  
**Wiederkehr, Widmer & Cie.**  
vorm. J. G. Ith  
**ZÜRICH** 1 Postgasse 1 1492 Ue 8974  
**BERN** 20 Zeughausgasse 20

## Hotel zu verkaufen.

Best eingerichtetes Kur- und Badehotel in wunderschöner Gebirgsgegend der deutschen Schweiz, mit 140 Fremdenbetten, sehr gut eingerichtet und möbliert; geräumige und äusserst bequeme Parterre-Räume. Bedeutender Umschwung und Wald. Altbekannte, heilkräftigste, von medizinischen Autoritäten best empfohlene Mineralquelle, ist unter den günstigsten Bedingungen an soliden Käufer abzugeben. — Das Geschäft könnte leicht mit geringen Kosten auch als Wintersportplatz eingerichtet werden. Offerten an die Expedition des Blattes unter Chiffre H 550 R.

ERSTE ÖSTERREICHISCHE AKTIENGESELLSCHAFT ZUR ERZEUGUNG VON MÖBELN AUS GEBOGENEM HOLZE  
**JACOB & JOSEF KOHN** WIEN  
**LEONHARDSTRASSE 9 & 10**

**EINRICHTUNGEN FÜR HOTELS, CAFE-RESTAURANTS, THEATER UND CONZERTSALE, GEBRAUCHS UND LUXUS, MÖBEL ALLER ART**



**ZU BEZIEHEN DURCH DIE BEDEUTENDSTEN MÖBELMAGAZINE DER SCHWEIZ SOWIE ALLE FIRMEN DER HOTEL-BEDARFSARTIKEL-BRANCHE.**

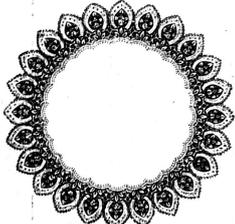
MAISON FONDÉE EN 1811  
**BOUVIER FRÈRES**  
NEUCHÂTEL.  
SWISS CHAMPAGNE  
Se trouve dans tous les bons hôtels suisses  
HORS CONCOURS (membre du jury)  
EXPOSITION UNIVERSELLE PARIS 1900.



**A vendre** Ue 9928 998  
dans importante station d'étrangers au bord du Lac Léman  
**HOTEL-PENSION**  
avec Restaurant et Tea-Room de premier ordre. Beau jardin. S'adresser Agence Edmond de la Harpe, Vevey.

**FONDS D'HOTEL**  
à vendre à NICE, 240 chambres, parc 5000 mètres. Confort moderne. Placé au centre. Loyer: fr. 60,000.— Bail: 30 ans. Se retire après grosse fortune. 985  
S'adresser à Marion, 6, rue Masséna. (Ue 9956)

# Messing - Vorhang - Garnituren, Moderne Vorhänge, Bodenteppiche, Bettvorlagen, farbige Tischteppiche, Haargarnläufer, Teppichstangen. Schoop & Comp. ZÜRICH.



**Schoepf & Co., Zürich**

Franz Bordollos Nachfolger.

**Luxuspapiere en gros.**

**Spezialitäten:** Fisch- und Spitzenpapiere, Papierfervietten, Cotelettes-Mandjetten, Küchen- und Dessertkapseln, Phantasiemenus etc. □ Alle Arten Closetpapiere.

1495 (Ue 8903)

## Tantallampe



**Dauerhafteste Metallfadenlampe**  
20—240 Volt  
in allen gebräuchlichen Lichtstärken.  
**Hohe Stromersparnis!**  
Überall erhältlich sowie bei den **Siemens-Schuckert-Werken**  
Zweibureau-Zürich.

1007 (Ue 8447)

### 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. 1360 Ue 5440 d

### Hotel- & Restaurant-Buchführung

Amerikan. System Frisch. Lehre amerikanische Buchführung nach meinem bewährten System durch Unterrichtskurse, Lektüre von Anrechnungsschreiben. Garantie für den Erfolg. Verlangen die Gratprospekte. Prima Referenzen. Richtet auch selbst in Hotels und Restaurants Buchführung ein. Ordre verschickter Bücher. Gebraucht auswärts. 1123 in Buchführung in der Ue 1123. H. Frisch, Buchverleger, Zürich I

### Kaffee Kannen Bestecke Plateaux

versilbert, vernickelt die Galv. Anstalt  
**Alr. Simon, Geschwind's Nachf.**  
Zeughausgasse 7, Bern  
Ue 8972 Telephone 928 (1038)

### Warmwasser- versorgungen

vom Kochherd od. besond. Heizkesseln, Sanitäre Anlagen, Centralheizungen erstellen:  
**Guggenbühl & Müller, Zürich.**  
1010 Ue 5252

### Union Helvetia

in Frankreich  
Hauptsitz: Rue de la Sourdière 5, PARIS  
Verein der schweizerischen **Hotel - Angestellten**  
Alten- und Krankenkassen-errichtung  
Pensionskassen :: Unentgeltliches **Placierungs-Bureau**  
Le gérant: J. Schuler.  
Daselbe Bureau in London (England) 17 Frith Street (Shaftesburyavenue) 1018 Le gérant: R. Kipfer. Ue 9660

### Pianos électriques & Orchestrions A. Emch Montreux.

Catalogues gratuits et franco. Ue 9378 1005

### Holl. Zigarren

vorzügliche Qualität. Spezialität Handarbeit von Fr. 65.— bis Fr. 350.— Nelly Vorsteland Fr. 65.—, Artista Sumatra m. Havana Fr. 75.— franko verzollt per Mille und Nachnahme; Handm. nicht. Ue 9328 1103  
**N. Veltuijse, Zigarrenf., Amsterdam (Hid.)**

### Hotel-Omnibus

in ganz gutem Zustand, 6 bis 8 Plätze, zu verkaufen.  
Offerten unter Chiffre H 597 R befördert die Exp. d. Bl.

Buchdruckerei, Bücherfabrikation, Bureauöbel, Papierhandlung

## Rüegg-Naegeli & Cie

**ZÜRICH**  
Erstes und besteingerichtetes Geschäft als Bezugsquelle für Hotels, Pensionen und Restaurants

**Die zweckmässigsten Bücher und Artikel infolge**

**Massenanfertigung billigt als Lager**

Einrichtung v. Buchhaltungen durch fachkund. Mitarbeiter  
••• Prospekte, Schemas und Muster zu Diensten. •••

(Ue 9161) 1000

## PEROLIN

(gesetzlich geschützt :: Patent)  
reinigt momentan jede schlechte Luft, drückt den Rauch zu Boden und zerstört alle Krankheitskeime.

**Für jedes Hotel, Restaurant und Café unentbehrlich!**  
Kein Parfum!

Prospekte und Vorführung kostenfrei.

Ue 7418 Generalvertreter: 1415  
**Anton Machian**  
ZÜRICH V, Hornbach.

Maison fondée en 1796  
**Vins fins de Neuchâtel SAMUEL CHATENAY**  
Propriétaire à Neuchâtel 1122  
Marque des hôtels de premier ordre  
Dépôt à Paris: Fr. Thom. 41 Rue des Petits Champs  
Dépôt à Londres: J. & R. Mc Cracken, 10 Bush Lane, Cannon Street ED.  
Dépôt à New-York: Cusenier Company, 400-402 West 23<sup>rd</sup> Street.  
DEPOSE

**Zu verkaufen — A vendre**  
Das Hotel-Office in Genf gibt soeben sein neues Verkaufsbulletin heraus mit reichhaltigen und interessanten Offerten von In- und Auslande. Das Blatt kann kostenfrei bezogen werden beim **Secrétariat de l'Hotels-Office à Genève, 4, rue Petitot.**  
L'Hotels-Office à Genève vient de faire paraître un Bulletin contenant de nombreuses offres de vente intéressantes de la Suisse et de l'Etranger. On peut le demander gratuitement au

## „Lucerna“ CHOCOLADEN.

**Spezialitäten für Hotels:**  
Ia. Cacao und Chocoladenpulver.  
Vorzügliches Hotel-Desert.  
Hotel-Desert-Tabletten in Milch- und Fondant-Chocolade.  
Tafel-Chocoladen in allen Qualitäten.  
Geschmackvolle Phantasie-Artikel. Ue 8979 1026

## Zu verkaufen: Hotel II. Ranges

alt renommiertes  
in bester Geschäftslage einer Stadt im Kanton Tessin.  
Offerten unter Chiffre Ue 9971 an die Annoncen-Expedition  
**Union-Reklame, Bern.** 980

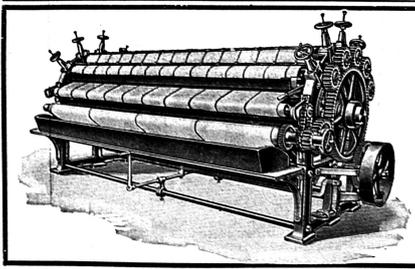
**ZEBI & Co** erstellen als Spezialität **LUZERN Speise-Aufzüge**  
Fluhmühle  
1480 (Ue 8620) nach bewährtem System.  
**Vorzüge:**  
Leichter Gang; leichte Bedienung von jedem Stockwerk aus.  
Störungen und Reparaturen sind ausgeschlossen.  
Kurze Montierungszeit, je nach Anzahl der Stockwerke, 1—3 Tage.  
Erste Referenzen.  
Man verlange gefl. Prospekte.  
MOBELFABRIK & MECH.SCHREINEREI

**J. BOLLINGER**  
Dry Extra-Quality Extra-Quality Brut 1904  
Ay-Champagne  
Die Qualitäts Marke. Die Marke der Sportsmen.  
Représentant général: **W. H. Elmenhorst, 72 Bahnhofstrasse, Zürich.**

**Thorne's Scotch Whisky**  
Old Vat No. 4 - Scottish Arms  
"As invigorating as the Swiss Air"  
General Agency: **W. H. Elmenhorst, 72 Bahnhofstrasse, Zürich.**

**C. Ahlers & Cie., Geestemünde**  
Hochseefischerei  
Liefen von täglich frisch eintreffenden Fängen unter Garantie tadelloser Ue 8880 e. Ankunft zuverlässig. 1371  
**See- u. Fluss-Fische**  
Fisch-Conserven, Austern Caviar, Hummer, Sardellen  
Aufmerksame Bedienung unter Berücksichtigung besonderer Wünsche.  
Höchste Auszeichnung. Offerten gratis und franko.

**Olivenöle**  
in nur hochfeinen Qualitäten, ebenso feinste  
**Fritüren - Öle**  
mit ganz neutralem Geschmack liefern zu sehr vorteilhaften Preisen aus erster Hand.  
Gratismuster-Spezial-offerten zu Diensten.  
**Gebrüder Haas, Basel.**  
Marseille, Bordeaux, Antwerpen, 1138



**Ed. Horst, Berlin No. 18**  
Ue 8314 4 Höchste Strasse 4. 1477  
Wäscherei- und Plätterei-Maschinen-Fabrik.  
Spezialität: **Komplette Wäscherei-Anlagen** für Hotels, Sanatorien, Krankenhäuser, Institute etc.  
Wasch- und Spülmaschinen, Centrifugen, Dampfmangeln, Plättmaschinen, Trockenapparate etc.  
Gasplätterei-Anlagen. \* Ausarbeitung von Projekten. \* Maschinen stets vorrätig.  
Kataloge gratis und franko. — Kostenanschläge auf Anfrage.  
Weltausstellung Brüssel 1910, goldene und silberne Medaille.  
Generalvertreter für die Schweiz: **J. Fellenbroich, Aarau.**

# Passugger

**Ulricus-** Wasser ist das beste Mittel gegen **Katarrhe der Atmungs- und Verdauungsorgane, Zuckerharnruhr, Gicht, Leberleiden und Gallensteine.**  
**Helene** (ähnlich Wildungen) bei **Nieren- und Blasenleiden, Gries- und Steinbildung.**  
**Fortunatus** (stark alkal. Jodwasser) bei **Skrofulose, Drüsenanschwellung, Kropf, Verkalkung der Adern.**  
**Belvedra** (leicht verdaulicher Eisensäuerling) bei **Bleichsucht, Blutarmut und Rekonvaleszenz.**  
**Theophil** bestes schweiz. Tafelwasser, **säuretilgend und Verdauung befördernd.**

— Sollte auf keiner Weinkarte in den schweizerischen Hotels fehlen. —  
 Erhältlich überall in Mineralwasserhandlungen und Apotheken.  
 In Kisten à 30/1 und 50/2 Flaschen auch direkt von der Direktion in Passugg bei Chur. 1135



**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.  
 1086 Kein Omnibus nötig.  
 Öffentliches Restaurant für Passanten.  
 Besitzer: **Henri Morlock.**

Zweiggeschäfte in Nizza: Hôtel de Berne und Hôtel de Suède.



**S. Garbarsky**  
 Chemiserie u. feine Herren-Mode-Artikel  
 Ue 8/40 **ZÜRICH** 1071  
 Bahnhofstrasse 69, zur Trölle  
 Kataloge zu Diensten.

**Weinhandlung**  
**Albert Bächler & Cie**  
 GEGRÜNDET 1893  
**Kreuzlingen**  
 Spezialität:  
**FEINE OSTSCHWEIZER- & TIROLER-WEINE**  
 GENERALAGENTUREN FÜR DIE SCHWEIZ VON  
**J. CALVET & C<sup>ie</sup>, BORDEAUX**  
 FÜR BORDEAUXWEINE  
 :: BEAUNE-CÔTE D'OR ::  
 FÜR BURGUNDERWEINE  
 : COGNAC :  
 FÜR COGNAC  
**HERM. TRAPET, BONN/RHEIN**  
 FÜR RHEIN- & MOSEL-WEINE.

Frisch eingetroffen sind: **Tischdekompurationspflanzen**  
 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. Prachtausstellung darin auf Weihnachts- und Ostern.  
 Alle Artikel sind in tausenden abgebar.  
**C. Baur, Grossversandgärtnerei, Zürich-Albisrieden**  
 Erstes Geschäft der Schweiz und Süddeutschlands.  
 Telefon 2575. • Telegramm-Adresse: Baugärtnerei, Zürich. • Tramhaltestelle: Albisriederstrasse.

Schürzen, Küchenhandtücher, Gläser, Teller, Office-, Cio-settocher, alles mit waschecht, unverwätlich. Inhaber seit 1870. Eingewandertem Namen schon bei Bestellung von 180 m. Spezialität ungarischer Lösser. Lösser mit Inhaber seit 100 m. an. Garantiert nur beste Qualität. Referenzen vieler Hotels I. Ranges. 1487 Ue 8792  
**Leinenwäberei Langenthal, Bern.**

## Union Ganymède

Société internationale de Secours Mutuels des Employés d'Hotels et Restaurants  
 Ue 8707 Fondée en 1878

empfiehlt stets tüchtiges Personal beiderlei Geschlechts für Hotels und Restaurants.

Gegen 40 Plazierungsbureaux in Belgien, Deutschland, England, Frankreich und der Schweiz.

Letztes Jahr wurden 95650 Angestellte plaziert.

**Bureau de Placement central Union Ganymède, GENÈVE**  
 Rue des Pâquis 2. (Angle de la Place des Alpes)  
 Téléphon 1958. — Adresse télégraphique: Ganymède-Genf.

in London: Noël Str. Oxford Str. — in Paris: Rue St-Roch 51  
 Adresse télégraphique: Hotel-Club London. — Adresse télégraphique: Ganymède-Paris.



Bei Bedarf in Mobiliar für Speisesäle, Vestibüles, Cafés und Restaurants in jedem Styl, verlangen Sie die Fabrikate der **A. G. Möbelfabrik Horgen-Glarus** in Horgen  
 Gezündet 1880  
 Einzige Fabrik der Schweiz für gesägte und gebogene Möbel.  
 Referenzen über gemachte Lieferungen zu Diensten.  
 Zu beziehen durch alle bessern einschlägig. Geschäfte.

LINDON-REKLAME BERN (Ue 9122) 1002

**AUTO-DECOR** FRISES  
 murales en peinture transportable.  
 LA PLUS HAUTE RÉCOMPENSE (Expos. Habitation 1910).  
 Pratique Artistique Bon Marché!  
 1500 Collection gratuite sur demande.  
**AUTO-DECOR**  
 82, Av. de la République, PARIS.

**Argoviazüchterei, Aarau**  
 gibt Leghennen 1910er, Truthennen u. alle Gerätschaften billig und reell ab. Preisliste frei. (Ue 9703) 1021  
 Besitzer: **Paul Stachelin.**

Elektrische  
**Pianos**

Reproduktionsklaviere mit von Hand gespielten :: Künstlernotenrollen ::  
 speziell für Hotels, Restaurants, Pensionen.  
 Weitgehendste Zahlungsbedingungen  
 Ständiges, grösseres Lager. Kataloge gratis und franko.  
**F. Pappé-Ennemoser**  
 1462 BERN Ue 8081  
 Kramgasse 54 - Telefon 1533

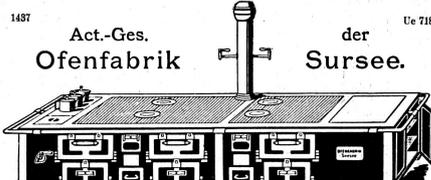
**EXTRACT MONOPOL**  
 Feinste Tafelsauce bestes Kochhilfsmittel  
**A. G. MONOPOL**  
 Gutenberg (Kl. Bern)

**Gelegenheitskauf.**  
**Billard**, neueste Ausführung, Strassburger Fabrikat, wegen Platzmangel billigst zu verkaufen. Ebenfalls ein grosser (Ue 9881) 988  
**Gardebeständer.** Für Hoteliers besonders günstige Gelegenheit. Anfragen an Chiffre Z.Y. 3849 befördert die Annoncen-Expedition Rudolf Mosse, Zürich.

## 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. 869 Ue 9000

1487 Act.-Ges. der Ue 7187  
**Ofenfabrik Sursee.**



■ **Occasion!** ■

Aus Auftrag zu verkaufen ein kompl. Salon-Ameublement

Palissander, bestehend aus 2 Kammern mit Umbau, 1 kl. Chaise-longue, 2 Fauteuils, 4 Stühlen, 1 Tabouret, alles mit Seidensamt bezogen, ferner 1 Tisch, 1 grosser Spiegel mit Untersatz, 3 Nippeschränke; in bestem Zustande und sehr preiswürdig. Ue 9798 971  
 Zu besichtigen bei **H. & W. Schweizer**, Ameublements, Theaterplatz 5, Hötellaube 8, Bern.

Beurre frais naturel de table et de cuisine  
**Fromage Sbrinz gras vieux à râper**  
 (équivalent au Parmesan et beaucoup moins cher) fournit  
**Otto Amstad à Beckenried (Unterwald).**  
 \*Otto est nécessaire pour l'adresse. Ue 5891 • 1270  
 Grand Prix Exposition Internationale Milan 1905.

Zu verkaufen.

In aufblühendem Höhenkurort u. Wintersportplatze Graubündens ein erstklassiges, elegant eingerichtetes

## HOTEL

mit 90 Betten preiswert zu verkaufen. Gute Clientèle. Offerten an die Exp. des Blattes unter Chiffre **H 576 R.**

— 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

LONDON CONTINENTAL OFFICE PARIS LIVERPOOL  
 76, Boulevard Haussmann

Ue 7504 1448