

# "Paris-Milan"

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): **1 (1892)**

Heft 21

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-521984>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

**Abonnement:**

5 Fr. per Jahr,  
3 Fr. per Halbjahr.  
Fürs Ausland mit  
Portozuschlag  
Vereinsmitglieder  
erhalten  
das Blatt gratis.

**Inserate:**

25 Cts. per 1spaltige  
Petitzelle  
oder deren Raum.  
Bei Wiederholungen  
Rabatt.  
Vereinsmitglieder  
bezahlen die Hälfte.

**Abonnements:**

5 frs. par an,  
3 frs. pour 6 mois.  
Pour l'étranger  
le port en sus.  
Les sociétaires  
reçoivent l'organe  
gratuitement.

**Annonces:**

25 cts. pour la  
petite ligne  
ou son espace.  
Rabais en cas  
de répétition de la  
même annonce  
Les sociétaires  
payent moitié prix.

# Hôtel-Revue

1. Jahrgang. — 1<sup>re</sup> ANNÉE.

Organ und Eigenthum

Organe et Propriété

des

de la

Schweizer Hotelier-Vereins.

Société Suisse des Hôteliars.

Redaktion & Expedition: St. Albananlage Nr. 7, Basel.  
Telegramm-Adresse: „Hotelrevue, Basel.“

Téléphone.

Rédaction & Expédition: Avenue St. Alban No. 7, Bâle.  
Adresse télégraphique: „Hôtelrevue Bâle.“

Nachdruck der Originalartikel nur mit Quellenangabe gestattet.

Diejenigen HH. Vereinsmitglieder, die vom Centralbureau um Bereinigung der Listen für das Hotel-Adressbuch angegangen worden, und bis jetzt die Verzeichnisse noch nicht zurückgesandt haben, werden hiemit höflich um baldmöglichste Retournung derselben ersucht.

Für das Centralbureau  
Der Bureauchef:  
**O. Amsler.**

## Industrie-Ritter.

In letzter Zeit sich mehrende Belästigungen geben den schweizerischen Verkehrsvereinen Veranlassung, einen Erwerbszweig zu kennzeichnen, der sich zum Schaden unseres Landes breit macht. Die Geschäftspraxis besteht darin, dass Bahngesellschaften, Badeunternehmungen, Hoteliers, Geschäftsleute etc. um kostspielige Inserate oder bedeutende Geldbeiträge zur Herausgabe eines Führers, eines Albums, eines Prospectes oder dergl. angegangen werden. Zahlt man das Verlangte, so ist es gut. Zahlt man nichts, so wird die angenehme Aussicht eröffnet, durch Todschweigen oder Schlimmeres geschädigt zu werden.

Durch dieses Treiben wird ebenso sehr das Publikum, wie derjenige, der die Zahlung einer solchen Zwangsbeitrag verweigert, geschädigt, denn es ist klar, dass von solchen Herren nicht nach dem Masse der innern sächlichen Berechtigung, sondern je nach der Höhe der Geldbeiträge gerühmt oder — geschwiegen wird.

Die schweizerischen Verkehrsvereine erachten es als in ihrer Aufgabe liegend, gegen dieses Schmarotzertum öffentlich aufzutreten. Für heute begnügen sie sich damit, hiedurch die betreffenden Industrieritter zu verwarnen. Genügt das nicht, so wird die Veröffentlichung von Namen und Thatsachen erfolgen.

Den einer Contribution ausgesetzten Kreisen dagegen möchten wir dringend empfehlen, belästigende Zudringlichkeit und minderwerthige Reklameanerbieten kurzer Hand zurückzuweisen.

- Verkehrsverein Basel.
- Verkehrsverein Bern.
- Association des intérêts de Genève.
- Verkehrsverein Luzern.
- Verkehrsverein Zürich.
- Schweizer Hotelier-Verein.

## „Paris-Milan“

heisst das Reklamewerk, über welches wir in letzter Nummer versprochen. Näheres mitzutheilen.

Obwohl wir in voriger Nummer weiter nichts bemerkten, als, man möge mit Einlösung der bezüglichen Nachnahmen noch zuwarten, bis wir Ausführlicheres berichten können, da uns die Abfassung des betreff. Circulars und verschiedene Schreiben verdächtig vorkamen, so hat uns doch schon diese kleine Interessenwahrung einen vierseitigen Schreibebrief von Seite des Verlegers von «Paris-Milan» eingetragen, in welchem der Verleger die Ueberzeugung kund gibt, dass unsere Kritik entschieden günstiger ausgefallen wäre, wenn wir zugewartet hätten bis nach Einsichtnahme eines Exemplars von «Paris-Milan». Der übrige Inhalt des Schreibebriefes ist so abgefasst, dass wir wohl oder übel die ganze Angelegenheit noch einlässlicher behandeln müssen, als wir eigent-

lich beabsichtigten; der Verleger möge sich dieses für ihn nichts weniger als günstig ausfallende Vorgehen selbst zuschreiben.

Es wird im Ganzen überhaupt nichts schaden, wenn wir einmal einen Fall gehörig exemplifizieren, gleichviel ob schweizerisches oder ausländisches Unternehmen.

In erster Linie sei dem Herrn Verleger bemerkt, dass wir in letzter Nummer überhaupt noch keine Kritik geübt über sein Werk und dass wir von den gemachten Andeutungen jetzt erst recht kein Wort zurückzunehmen brauchen, da wir diese Andeutungen heute als Thatsachen auführen. Wir wollen jedoch nicht einseitig handeln und auch die gute Seite des Werkes in's Auge fassen und zwar in erster Linie.

«Paris-Milan» ist ein in Albumformat hergestelltes, man darf sagen geschmackvoll ausgestattetes Buch. Fünfunddreissig kunstvolle Ansichten in Phototypie von Basel, Luzern, der Umgebung des Vierwaldstättersee's, Berneroberrland, Gotthardbahn, Lugano, Mailand etc. zieren die erste Hälfte des Buches.

Auf 80 Seiten Text ist die Route Paris-Milan in gediegener Abfassung geschildert, in französisch und englisch. Zwanzig Seiten Inserate folgen und den Schluss bilden vier auf die Route Bezug habenden Eisenbahn- und Dampfschiffkarten. Dem ganzen Werk als solches dürfen wir das Prädikat «sehr gut» nicht vorenthalten. Demjenigen Hotelier, der in seiner Fremdenbibliothek noch eine Lücke auszufüllen hat, können wir daher das Werk nur empfehlen. Ob der Preis zu hoch, darüber können wir uns keine Rechenschaft ablegen, und überlassen es jedem einzelnen zu jüriren. — Und nun zum «Revers de la médaille»:

«Unter den Auspizien von dieser oder jener oder sogar von mehreren Bahngesellschaften», so lautet sehr oft die Einleitung eines Reklame-circulars, so auch dasjenige von «Paris-Milan». Was versteht man unter dieser Art Auspizien der Bahngesellschaften? Wir verstehen darunter: Ein Freibillet 2. Klasse und die Ueberlassung von Plänen zum Einschalten in fragliches Werk. Wenn auch die Bahngesellschaften vor oft ganz enormen Opfern zu Reklamezwecken nicht zurückschrecken, so denken sie doch bei der Grosszahl von solchen Subventionsgesuchen, dass wenn es nichts nütze, es am Ende auch nichts schaden könne, es kann ihnen deshalb auf ein Freibillet mehr oder weniger nicht ankommen und auch die in unzähligen Massen angefertigten Pläne und Plänchen sind ja schliesslich dazu da, dass sie gebraucht werden. Durch diese Bereitwilligkeit der Bahngesellschaften ist aber noch lange nicht gesagt, dass sie in irgend welcher Berührung mit dem Unternehmen stehen, welchem sie auf obbenannte Weise entgegenkommen.

Unzweifelhaft hätte der Verleger von «Paris-Milan» sein Unternehmen auch noch unter die Fittige des Hoteliervereins gesteckt, wenn seinem Gesuche um 200 Fr. Subvention entsprochen worden wäre. In einem Schreiben vom 12. April an den Hotelierverein in Basel ersucht nämlich der Verleger um Aufgabe einer Kollektivannonce oder doch wenigstens um eine Subvention von 200 Fr. für die Beschreibung die er über Basel bringe. Nachdem ihm dieses Gesuch abschlägig beantwortet worden, stellt er es in einem zweiten Schreiben vom 18. April dem Hotelierverein Basel frei, die Subvention zu reduzieren, jedoch nicht unter 75—80 Fr. und gibt der Verleger in dem Briefe

zu bedenken dass die Fülle seiner Beschreibung über Basel sich nach der Subvention richte. Auch dieses Gesuch wurde, wie recht und billig abgelesen und mit der Bitte begleitet, der Verleger möge so wenig als ihm beliebt über Basel schreiben. Dies die Hauptmomente aus den Briefen, von welchen wir in letzter Nr. erklärten, dass sie ein verdächtiges Licht auf das Unternehmen werfen. Haben wir übertrieben? Gewiss nicht. Hingegen hätten wir diese Thatsachen noch vorderhand ad acta gelegt, wenn uns der Verleger von «Paris-Milan» nicht herausgefordert hätte.

Auf den Annoncentheil des Werkes übergehend haben wir zu bemerken, dass hinter der Gratisaufnahme von Hotelsempfehlungen ein bekanntes Mittel zur Förderung des Verkaufs des Werkes steckt. Wir machen dem Verleger hinsichtlich dieser Methode keinen Vorwurf, finden es aber verwerflich, wenn er in seinem Circular sagt: «Ich zweifle nicht, dass Sie diesen Modus von Gratisreklame zu würdigen wissen werden». Es ist dies eine plumpe Hinweisung auf die, nach Ansicht des Verlegers, bestehende moralische Pflicht, zur Abnahme eines oder mehrerer seiner Werke. Auch bezweifeln wir sehr, dass in dem Werke nur diejenigen Hotels empfohlen seien, welche von den verschiedenen Verkehrsbureaux als empfehlenswerth bezeichnet worden, wie dies der Verleger in seinen Zirkularen angibt; es wird sich überhaupt noch fragen, ob die Verkehrsbureaux die Hand dabei im Spiele gehabt\*, denn thatsächlich können wir nachweisen, dass ein grosser Theil der Annoncen nur ein Abklatsch aus schon bestehenden Büchern oder Zeitungen ist.

Die Absicht des Verlegers, durch Gratisaufnahme der Annoncen den Absatz seines Werkes zu erleichtern und zu vermehren, liegt auf der Hand, er gibt dies übrigens selbst zu in seinem letzten Schreiben, um so mehr aber finden wir es auffällig, dass wenn doch jede Annonce gratis ist und jedem Hotelier, dessen Etablissement im Buche enthalten, die Pflicht zur Annahme mindestens eines Exemplars zugemessen wird, dass dann der Verleger eine so krasse Ungleichheit eintreten lässt in Bezug auf Zuthheilung des Annoncenraumes. Den Einen widmet er 56 Quadratcentimeter Raum, den Andern nur 24 Quadratcentimeter, wieder Andern nur eine Zeile und bei zwanzig «Annoncen» (?) führt er weiter nichts auf als nur die leeren Namen der Hotels in fortlaufender Reihenfolge. Per «Zufall» (?) trifft es sich nun, dass diese 20 Hotels alle in der Stadt Basel stehen, wo man, wie oben erwähnt, dem Unternehmen so unsympathisch gegenüber stand und sich erdreistete ein Betteibgehren abzuweisen. Was doch der «Zufall» nicht alles bewerkstelligt. Dagegen wird aber Allen die gleiche moralische Pflicht zur Anschaffung des Werkes zugestanden. —

Wenn nach dieser wahrheitsgetreuen Auseinandersetzung das Werk «Paris-Milan» noch so gefällt wie vorher, der Kaufe es. Im Uebrigen möchten wir zur Beruhigung des Verlegers noch mittheilen, dass wir persönlich weder nach Milan noch nach Paris reisen werden, sondern hier in Basel getrost der Dinge warten, die da von Neuchâtel kommen sollen. —

Gestützt darauf, dass alle Reklameunternehmen, mögen sie heissen wie sie wollen, mögen sie

\*) Wir werden in dieser Vermuthung bestärkt, durch den an der Spitze unserer heutigen Nr. veröffentlichten Aufruf seitens der Verkehrsbureaux der Schweiz.

«grat» sein oder sich bezahlt machen, florieren, in Folge der steten Unterstützung seitens der Hoteliers, sehen wir nur ein radikales Mittel; es ist dies die **Centralisation des Reklamewesens**, wenigstens unter den Mitgliedern des Schweizer Hoteliersvereins. Wir werden für die nächste Generalversammlung des Vereins ein System ausarbeiten, wonach den Herren «Jägern», mit und ohne Patent, zukünftig die Mühe erspart bleiben soll, die Runde durch alle Hotels machen zu müssen. Es bleibt ihnen (den Jägern) dadurch viel Geld erspart, welche Ersparnis ihnen gestatten wird, ihre Zungen für 6 Monate in's Bad zu schicken.

## La question d'égorgement.

(Correspondance).

Plusieurs de nos lecteurs se demanderont en lisant ce titre ce que la question d'égorger a de commun avec l'industrie des hôtels? On trouvera la réponse dans l'explication qui suit.

On pouvait lire ces jours passés dans la presse suisse du succès que le comité initiatif a emporté par la collection de 50,000 souscriptions concernant le référendum contre l'égorgement des animaux, comme si l'on avait trouvé la pierre philosophale en interdisant l'égorgement.

La demande en ses termes n'était pas dirigée directement contre l'égorgement; elle demande qu'on ne tue point les animaux sans les avoir d'abord assourdis. Cependant le vrai but de l'égorgement, d'amener à la privation de sang, échoue indirectement ou il est rendu très difficile par l'assourdissement.

Il est égal, que les hôteliers puissent s'en réjouir ou non; mais qu'on me permette comme hôtelier d'adresser quelques paroles à mes collègues dans le sens, de ne pas s'emporter pour cette affaire, c'est-à-dire pour l'abolition de l'égorgement; car de notre point de vue il serait mieux que nous ne recevions pour la consommation que de la viande qui a été égorgée. Il n'est pas du tout prouvé que nous ayons moins de sentiment d'humanité que le membre le plus chaleureux de la société pour la protection des animaux en occupant ce point de vue vis-à-vis de la question d'égorger. La valeur ou non-valeur religieuse de la loi mosaïque ne doit pas être discutée ici; en ce qui dépend de moi, chacun peut chercher son salut d'après sa conviction; mais par cette loi il était défendu aux Israélites «de consommer de la viande étouffée, c'est-à-dire de la viande dont la vie ne s'est pas écoulée entièrement et régulièrement avec le sang, mais qui a été pour ainsi dire retenue intérieurement, parce que la vie est dans le sang. Au contraire je suis d'avis que Moïse était déjà plus intelligent que maint membre de la société pour la protection des animaux d'aujourd'hui, bientôt tout autant d'années après Jésus-Christ.

Il comprenait aussi quelque chose de la boucherie comme étant sacrificateur et il avait bientôt reconnu que la viande sans le sang est plus saine et peut se conserver plus longtemps que la viande avec le sang. Il est facile à prouver par chaque rôt, que la viande des animaux assommés contient encore beaucoup de sang; de même, chaque cuisinière peut en écumer la preuve du pot-au-feu. Le fait est, que la chair des bêtes de boucherie se corrompt plutôt.

S'il plaît à ces messieurs de la société pour la protection des animaux de faire caracoler le bœuf, eh bien! qu'on leur accorde ce plaisir; cependant je pensais qu'il y aurait dans leur domaine d'autres tournois à faire, dans lesquels il y aurait plus de lauriers à remporter; je ne ferai mention que de ces cas et de ces habitudes qui sont plus que contraires à l'humanité et qui se présentent dans le transport des bestiaux.

Puisqu'on ne peut pas supprimer l'égorgement dans les «batailles»; alors on commence par l'amélioration apparente de la méthode d'égorger le bétail. Chacun sait par expérience qu'une blessure qui saigne fortement ne produit point de douleur et que la perte de tout son sang par l'ouverture d'une artère est la mort la moins douloureuse.

Quand une quantité précise de sang s'est écoulée du corps, il y a de l'étourdissement et par suite de cela de l'insensibilité. Si quelqu'un veut se soumettre à la procédure de la perte de sang pour établir la preuve qu'il n'y a aucune douleur, il suffit d'appliquer 6 ventouses à la nuque, par quoi plus d'un fera l'expérience qu'il

perd la connaissance au bout de peu de temps; moi, au moins, j'en ai fait l'expérience et après cela j'étais couché sur le lit pendant 3 heures entières sans sentir des douleurs.

Les principes morbifiques sont dans le sang. Puisque presque toutes les maladies humaines se présentent bientôt chez nos différentes bêtes de boucherie, ce serait une cause de plus, non seulement de ne pas défendre l'égorgement, tant qu'il se fait à présent, mais plutôt de lui donner plus d'étendue.

Je veux plutôt me taire que de parler sur la quantité de livres de sang que nous payons maintenant comme viande par la méthode d'assommer usuelle et «humaine», sans cela on pourrait dire: «Aha, c'est là que sortent les cornes».

Toutes ces répliques n'ont que pour but d'engager les hôteliers à ne pas s'enflammer contre la question d'égorger et à ne pas sortir pour d'autres les marrons du feu.

## Reklame.

Die Administration des «Internationalen Hotel-Taschenbuches» in Wien erlässt folgendes Circular an eine Anzahl Hoteliers der Schweiz:

«Euer Hochwohlgebornen!

Sie haben wahrscheinlich infolge geschäftlicher Ueberbürdung nicht daran gedacht, unseren Ihnen vor einiger Zeit übersendeten Bestellschein für das Internationale Hotel-Taschenbuch auszufüllen und an uns abzusenden.

Nichtsdestoweniger waren wir so frei, nachdem uns Ihr geschätztes Etallement von verschiedenen Seiten bestens empfohlen wurde, dasselbe, wie Sie aus mitfolgendem Buche zu sehen belieben, den übrigen Abonnenten des Buches *allein* für Ihre Stadt zu recommendieren und Sie dürfen überzeugt sein, dass die in diesem Buche enthaltenen ca. 15000 Anstalten *ausschliesslich* Ihr Etallement für Reisende nach Ihrer Stadt anempfehlen werden.

Der *ungeheure* Erfolg, den unser Unternehmen schon im ersten Jahre des Erscheinens errungen hat, liefert den besten Beweis, wie notwendig ein derartiges Buch für die Hotel- und Curanstalten-Besitzer war.

Um die Kosten unseres, für das Hotelwesen so nützliche Unternehmen hereinzubringen, gestatten wir uns die höfliche Bitte, den Abonnementbetrag von *5 Mark oder 6 Frs.* gütigst ebemöglichst mittelst Postanweisung einzusenden.

Wir werden Ihnen sodann unverzüglich die *elegante Einbanddecke in Form einer Brieftasche, mit Kalenderium*, aus engl. Ivoire, auch für Notiz-Zwecke (in welche das Buch einfach hineingesteckt wird) nachschicken. In demselben befindet sich auch die Bestätigung, dass Ihnen der Platz im Buche für die *nächstjährige, um vieles bereicherte Ausgabe* gesichert bleibt, während im andern Falle, bei dem Umstande, dass nach Erscheinen dieses Buches der Werth desselben erst in seinem vollen Umfange gewürdigt wird, leicht einer Ihrer Konkurrenten den betreffenden Platz erhalten würde (?). Nachdem wir für jede Stadt nur ein Etallement empfehlen, wären wir späterhin nicht mehr in der Lage, Ihrem eventuellen Wunsche bezüglich Aufnahme zu entsprechen. Wir waren sehr oft genötigt, derartige Offerten ablehnen zu müssen.

Indem wir Ihnen noch unsere Internationale Hotel-Karte (Prospect liegt bei), welche den gleichen Zweck verfolgt, für den Jahrgang 1893 wärmstens anempfehlen, bitten wir, den anruhenden Adressbogen, wenn es Ihnen nicht zu viel Mühe verursacht, gütigst auszufüllen. Im Voraus bestens dankend . . . .

**Anmerkung der Redaktion.** Nicht der «ungeheure» Erfolg, den dieses Unternehmen errungen zu haben vorgibt, setzt uns in Erstaunen, denn uns kommt überhaupt das *ganze Unternehmen* «ungeheuerlich» vor, sondern mehr frappirt uns die Gelassenheit und Unverfrorenheit mit welcher die Administration den «unfreiwilligen» Inserenten vorschwindelt, dass 15,000 Fremdenverkehrsanstalten ihre Fremden, welche an einen bestimmten Ort reisen, *ausschliesslich* an dasjenige Hotel weisen, dessen Name einzig und allein von dem betr. Orte im «Taschenbuch» figurirt.

Auf die übrigen schwindelhaften Vorspiegelungen können wir raummangelshalber nicht näher eingehen; ist zwar auch nicht nötig, es ist ja immer das alte Lied, nur möchten wir den unfreiwilligen Inserenten empfehlen, die Offerte für «Hotelkalender» und «Hotelkarte» rundweg abzulehnen, den Verleger wird dies nicht sehr überraschen, da er ja selbst *«sehr oft in den Fall kommt, Annoncen-offerten ablehnen zu müssen»* (?) und überdies könnte bei Annahme des Kalenders die ungeheure Kalamität eintreten, dass der «Erfolg» für den betr. Hotelier so «ungeheuer» würde, dass er in den «ungeheuren» Fall käme, eine «ungeheure» Anzahl Fremde abweisen zu müssen.

Es wäre sehr interessant zu erfahren, wer eigentlich hinter dieser Administration steckt, eine Name figurirt nirgends. Sollte am Ende dieser Verleger identisch sein mit dem Verleger des «Annuaire International d'Hotels-Elites», welchen wir in Nr. 19 «glorifizirt» haben und bei welchem Unternehmen es sich, nach erhabenen Erkundigungen, herausgestellt hat, dass der Verleger desselben die *Portierstelle* in einem Wiener Hotel versieht? Seitdem wir dies wissen, sind uns auch die «grossartigen internationalen Verbindungen in höheren und höchsten Kreisen» mit denen sich Herr Wierer brüstet, kein Räthsel mehr, denn Portiers gibt es ja überall.

**Nachtrag.** Soben kommt uns, vor Redaktionschluss, ein Exemplar des «Hotelkalenders», zu, können aber erst in nächster Nummer eine Kritik bringen. Das Prädikat «gering» dürfen wir ihm aber heute schon geben.

## Allgemeines.

**Basel.** Dem «Gastronom» in Berlin entnehmen wir Folgendes: «Ein interessanter Prozess steht in Basel bevor. In dem Grieben'schen Reisebuche «Ueber die Schweiz» war beim «Hotel Jura», Centralbahnhofplatz, vermerkt: «nicht empfehlenswerth». Wie der Vertreter des Hotels nunmehr anzeigt, ist gegen den Verleger des Reisebuches und den Urheber der Notiz Strafantrag gestellt worden.»

**Luern.** An einer letzten Samstag in Luern stattgehabten Konferenz sollen sich, wie verlautet, die am Bahnhof Luern interessierten Eisenbahn-Gesellschaften über das neue Bahnhofprojekt verständigt haben.

Der anschieuliche Fremdenverkehr in den Monaten April und Mai d. Jahres ist wiederum fast ausschliesslich der Gotthard-Route, die eine fortwährende Steigerung der Frequenz aufweist, zu verdanken. Mit Eröffnung der Linie Luern-Immensee bleibt dieser Verkehr um so gesicherter, als die Nordostbahn im Begriffe steht, den Bahnhof Zug für den Gotthardverkehr als Kopfstation anzulegen und derart die Verbindung Gotthard-Zürich so ungünstig zu gestalten, dass von dieser Seite eine Ablenkung des Fremdenverkehrs nicht zu befürchten steht, schreibt das «Luz. Tagbl.»

Von dem **Fremdenführer für Luern**, Vierwaldstättersee und Umgebung ist nun auch die französische Ausgabe erschienen; die englische ist ihr um etliche Wochen vorausgegangen.

Der **«Stern am Pilatus»**, d. h. die elektrische Bogenlampe bei dem Hotel auf Pilatuskulm, deren Licht bis Zürich sichtbar ist, sei auch schon auf der grossen Schanze in Bern bei hellem Wetter beobachtet worden.

**Vitznau.** Die diesjährige Frühlings- und Vorsommer-Fremden-Saison steht für unsere Ortschaft hinter der letztjährigen, doch auch nicht lohnenden, erhebelich zurück. Seit einigen Tagen scheint sich die Lage etwas zu bessern. Die Hotelbesitzer erhalten fast täglich etwelchen Zuwachs an Kurgästen, wird dem «Luzerner Tagbl.» geschrieben.

Der **Fremdenverkehr von Stans nach Engelberg** nimmt seit einiger Zeit so unerwartet starke Dimensionen an, dass kaum Fuhrwerke genug aufgetrieben werden können, um die zahlreichen Fahrgäste zu befördern. Gegenwärtig sind fast alle Gasthäuser in Engelberg gut besetzt und man erwartet dort noch weitem lebhaften Besuch.

**Uri.** Das letzten Samstag Abend von der Fremdenkolonie des Kurhauses «Sonnenberg» auf Seelisberg veranstaltete vollständig gelungene Konzert zu Gunsten der Armen von Seelisberg und der Verunglückten von St. Gervais hat die schöne Summe von 517 Fr. eingebracht, die zu gleichen Theilen den beiden Komitees zugewiesen wird.

**Graubünden.** Dem «Allg. Fremdenbl.» entnehmen wir folgende Saisonberichte:

Kaum ist das vom Chronisten in der letzten Nummer dieses Blattes angekündigte gute Wetter eingetroffen, so beobachtet man auf allen Zufahrtsrouten nach Bünden schon einen intensiveren Fremdenverkehr und animiertes Kurleben in den grösseren Fremdenzentren wie in den bescheideneren kleinen Bade- und Höhenkurorten.

**St. Moritz** hat in den letzten Tagen seine alte Zugkraft wieder bewiesen. Es müsste aber auch mit sonderbaren Dingen zugehen, wenn dem nicht so wäre; besitzt ja dieser Kurort nebst wunderbaren Naturschönheiten einen unvergleichlichen Gesundbrunnen.

**Valpurga** ist seit 14 Tagen schon überfüllt; nun sind nicht blos die Kuranstalten und Hotels, sondern selbst viele Privathäuser von Fremden besetzt, der beste Gradmesser für den Fremdenbesuch.

**Klosters** beherbergt zur Zeit eine stattliche Anzahl Fremder und für die nächste Zeit sind so zahlreiche Logisbestellungen eingegangen, wie in früheren Jahren noch nie. Man erwartet eine glänzende Saison. Der Kurort hat auch erhebliche bauliche Erweiterungen aufzuweisen: Villen, Dependancen zu bestehenden Hotels etc.

**Seewis** weist ebenfalls eine befriedigende Frequenz auf. Letzten Sonntag konnte man von der zahlreichen Kundsame von **Passugg** sich überzeugen, da schon früh Vormittags «alles auf Deck» d. h. auf dem einladenden Vorplatz den Eintritt einer besseren Witterungsperiode begrüsst.

Auch die Mineralbäder **Fideris** und **Serneus** sind gut besucht. Es sind namentlich Schweizer, welche hier ihre Ferien verbringen und gleichzeitig ihrer Gesundheit pflegen.

— Die Eisenbahn Landquart-Davos, die mitten in die Berge Graubündens hinanführt, schenkt erst diesen Sommer beim reisenden Publikum recht bekannt geworden zu sein, obwohl sie bereits zwei Jahren eröffnet worden ist. Der Verkehr auf derselben steigert sich von Woche zu Woche. Es kommt kein Bahnzug in Davos an, der nicht neben Davoser Kurgästen zahlreiche Touristen bringt. Die Mehrzahl derselben reist nach längerem oder kürzerem Aufenthalte in Davos über den Flüelapass nach dem Ober- oder Unteregradin. Andere wenden sich der Landwasserstrasse und dem Allalupass zu.

**Schuls-Tarasp.** Das hiesige Kurleben entwickelt sich recht gut; die Posten, deren täglich 4 in jeder Richtung fahren, sind mit Fremden gut besetzt, welche entweder die köstliche Alpenluft geniessen oder die Heilwirkung der altbewährten Mineralquellen erproben wollen. Der Besuch der hiesigen Kuranstalten und Hotels ist ein sehr befriedigender.

**Glarus.** Am eidgen. Schützenfest wurden konsumirt etwa 105,000 Flaschen Festwein, ca. 10,000 Flaschen bessere Weine. Die Bierhütten dagegen waren mehr wie die halbe Zeit ganz leer. An Fleisch wurden aufgezehrt: 32 Ochsen, 47 Kälber, 14,300 Bratwürste, 12,000 Cervelats, 260 Zentner Charcuterie, 600 Gaud's Schinken und ein Brod 107 Zentner nebst 53,896 Brödelchen.

**Neu-Zürich** ist, dem Flächeninhalt nach, um die Hälfte grösser als Wien,  $\frac{1}{3}$  kleiner als Berlin, einmal kleiner als London,  $\frac{1}{2}$  kleiner als Paris,  $\frac{1}{3}$  grösser als Rom. In den letzten 60 Jahren hat sich die Einwohnerzahl Zürich's vervierfältigt.

In **Meiringen**, dem vielbesuchten Kurort des schönen Haslithales, wird gegenwärtig wacker gebaut und wird der Ort in Bälde neu dastehen. Aber auch jetzt bieten manche Hotels und Pensionen in und um Meiringen Touristen und Kuranten hinreichende Unterkunft.

Die **Brienzer Rothhornbahn** erfreut sich schon eines recht lebhaften Verkehrs.