

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 4 (1895)
Heft: 12

Heft

Nutzungsbedingungen

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

Conditions d'utilisation

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

Terms of use

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

Download PDF: 18.05.2025

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

Basel, den 23. März 1895.

Bâle, le 23 Mars 1895.

Erscheint Samstags.

Paraissant le Samedi.

N^o 12.

Abonnement:

Schweiz:
Fr. 5.— jährlich.
Fr. 2.— halbjährlich.
Ausland:
Unter Kreuzband
Fr. 7.50 (6 Mark) jährlich.
Deutschland,
Österreich und Italien:
Bei der Post abonnirt:
Fr. 5.— (Mk. 4.—) jährlich.
Verlagsmitglieder
erhalten das Blatt gratis

Inserate:

20 Cts. per 10spaltige Petit-
zeile oder deren Raum.
Bei Wiederholungen
entsprechenden Rabatt.
Verlagsmitglieder
bezahlen die Hälfte.

Abonnements:

Pour la Suisse:
Fr. 5.— par an.
Fr. 2.— pour 6 mois.
Pour l'étranger:
Envol sous bande:
Fr. 7.50 par an.
Pour l'Allemagne,
l'Autriche et l'Italie.
Abonnement postal:
Fr. 5.— par an.
Les sociétaires reçoivent
l'organe gratuitement.

Annances:

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

Hôtel-Revue

4. Jahrgang

4^{me} ANNEE

Organ und Eigentum
des

Organe et Propriété
de la

Schweizer Hotelier-Vereins.

Société Suisse des Hôteliars.

Redaktion und Expedition: Sternengasse No. 23, Basel.
Telegramm-Adresse: „Hôtelrevue Basel.“

TÉLÉPHONE No. 1573.

Rédaction et Expédition: Rue des Etoiles No. 23, Bâle.
Adresse télégraphique: „Hôtelrevue Bâle.“

Reklame.

Nachdem wir nun während bald 3 Jahren unsere Feder in den Dienst gegen die unredliche Reklame gestellt, konnte es nicht ausbleiben, dass von denjenigen, die unsere Kampagne mit Interesse verfolgten, einzelne sich die Frage aufstellten: Wenn die schwindel- und zweifelhaften Reklame-Unternehmen nach hunderten zählen, wie dies tatsächlich der Fall ist, und uns bis jetzt in sehr unzweideutiger Weise durch das Vereinsorgan klargelegt wurde, welche Unternehmen wir unberücksichtigt zu lassen haben, um nicht zu Schaden zu kommen, welches sind dann diejenigen Unternehmen, denen man ohne Rückhalt trauen darf; von denen man direkt oder indirekt ein Äquivalent für das ausgelegte Geld zu erwarten hat?

Wir sind solchen Fragen bis zur Stunde vorsichtig ausgewichen, insofern, als wir dieselben den Vereinsmitgliedern gegenüber auf schriftlichem Wege beantworteten, prinzipiell uns jedoch nie öffentlich darauf einliessen. Neuerdings durch verschiedene Anfragen dazu veranlasst, wollen wir nun ausnahmsweise einmal unsern Prinzip untreu werden und einige Winke laut werden lassen über Reklame-Unternehmen, die unter allen existierenden wohl die meiste moralische Garantie bieten, reell zu sein und die es nicht darauf abgesehen haben, sich mit dem Gelde der Inserenten zu bereichern.

Wir beschränken uns hier auf eine ganz bestimmte Kategorie von Reklame-Objekten, nämlich auf diejenigen, welche von administrativer Seite der grösseren, mit dem Fremdenverkehr von und nach dem Auslande in Verbindung stehenden Bahngesellschaften herrühren, einerseits und auf diejenigen, welche der rührigen Thätigkeit der verschiedenen offiziellen Verkehrs-bureaux entspringen, anderseits.

Sowohl die Gotthardbahn wie die Jura-Simplon-Bahn leisten in Bezug auf Reklame, zweckmässige Reklame, Unglaubliches und entwickelt letztere seit der Installierung eines speziell den Interessen ihres Réseau's dienenden Verkehrsbureaus in London eine fieberhafte Thätigkeit. Die „Financial Times“ in London widmete diesem Bureau und seiner Thätigkeit in ihrer Nummer vom 1. Nov. vorigen Jahres einen längeren Artikel, in welchem u. A. gesagt ist: „Bei der Einsichtnahme der von der J.-S.-Gesellschaft verbreiteten Prospekte, Tarife etc. gelangt man bezüglich der Kosten des Reisens in der Schweiz zu ganz entgegengesetzter Meinung, als man bis jetzt quasi gezwungen wurde zu glauben; dieselben sind nicht im Entferntesten so hoch, wie man dies von Zeit zu Zeit zu lesen bekommt, im Gegenteil, die Schweizerpreise sind derart, dass Jedermann mit Leichtigkeit sich nach seinen Mitteln einrichten kann und die Schweiz ist ein so schönes Land, dass es sich wohl lohnt, einmal Margate mit Saint-Maurice oder Brighton mit dem Berneroberrand zu vertauschen.“

Betreffend die Reklame der Gotthardbahn führen wir beispielsweise an, was der schweizer. Special-kommissar für die Weltausstellung in Chicago in seinem dem Departement des Auswärtigen erstatteten offiziellen Berichte betreffend die Beteiligung der Gotthardbahn an der vorerwähnten Weltausstellung bemerkt; er sagt nämlich:

„Die Gotthardbahn-Gesellschaft stellte ihre Pläne und Aquarelle der Gotthardlinie im Gebäude für das Verkehrswesen aus, wo ihr die ganze östliche Wand des Hauptgebäudes zur Verfügung stand. Diese sich sehr gut darstellende und von den Besuchern bewunderte Ausstellung hatte viel Erfolg; sie bildete eine wohlberechnete und gänzlich gelungene Reklame für das Fremdenverkehrs- wie für das Hotelwesen

der Schweiz und verdient als ein Unternehmen gemeinnützigsten Charakters und als allgemeine Reklame für unser Land erwähnt zu werden, um so mehr, als sämtliche Kosten von der Gotthardbahn-Gesellschaft einzig bestritten wurden.“

Beide Bahnen, sowohl die J.-S. wie die G.-B. werden ihre Propaganda um so mehr steigern können und dies auch thun, je mehr sie von den dabei indirekt interessierten Kreisen unterstützt werden; das gleiche gilt von den Verkehrsbureaux. Wenn auch die Bahnen in erster Linie ihr eigenes Interesse dabei im Auge haben und jede darnach trachtet, den möglichst grössten Teil des Fremdenstromes auf ihren respektiven Schienenwegen nach der Schweiz zu lenken, so ist es gerade dieser Konkurrenzkampf zwischen den beiden Hauptbahnen, der vorteilhaft auf die Entwicklung des Fremdenverkehrs wirkt und gegenüber welcher die zunächst indirekt interessierten Kreise, die Hoteliers gewisser Centren und Gegenden, nicht gleichgültig sein sollen. Ist einmal der Fremdenstrom da, nun dann ist es eben an den Neben-Interessenten, um die sich die Bahngesellschaften nicht kümmern und auch nicht kümmern sollen, den Fremden einen Wegweiser an die Hand zu geben und das geschieht wohl am Besten dadurch, dass man andere Unternehmen, über deren Güte man im Zweifel ist, auf dem Reklamebudget streicht und nach benannten Richtungen hin dasselbe erweitert, was um so leichter geschehen können, je mehr sich gewisse Hotelierskreise zu dem Kollektiv-Reklame-System wenden. Wie die Propaganda der Bahn-Gesellschaften eine allgemeine, wir möchten fast sagen nationale genannt werden kann, an der nicht nur die gerade an der betr. Linie gelegenen Gegenden oder Hotels ihr Interesse haben, so ist die Propaganda der Verkehrsbureaux ein lokale, auf eine einzelne Stadt oder einen gewissen Umkreis beschränkte, an der fast ausschliesslich nur die Bewohner der betr. Stadt oder des betr. Umkreises ein Interesse haben, es kommt daher nur selten vor, dass diese Verkehrsbureaux ihre Einnahmequellen auch noch ausserhalb ihres Wirkungskreises suchen. —

Um irtümlichen Schlussfolgerungen vorzubeugen, betonen wir hier ausdrücklich, dass wir Reklame-Unternehmen, die unter der Flagge von grösseren Bahn- oder Schiffsgesellschaften auftreten, tatsächlich aber doch Privatunternehmen sind, weil von den betreffenden Gesellschaften an Private verpachtet, nicht unter die Kategorie der „administrativ-offiziellen Reklame-Objekte“ rechnen. Als Beispiel führen wir das gegenwärtig im Entstehen begriffene „Souvenir-Reisehandbuch“ an, welches unter der Flagge des „Norddeutschen Lloyd“ herausgegeben wird, in Wirklichkeit aber der Verlagsfirma C. Reichmann und Cantor in Berlin gehört. Dieselbe Firma muss natürlich in erster Linie sehen, mit ihren Einnahmen auf die Höhe der Pachtsumme, die keine geringe sein wird, zu kommen und in zweiter Linie wird sie darauf bedacht sein, möglichst viel dabei herauszuschlagen. Der Umstand, dass der „Lloyd“ nicht selbst Verleger ist, setzt voraus, dass er sich um die Sache auch nicht wird kümmern, das Unternehmen entbehrt daher des offiziellen Charakters und büsst dadurch an moralischer Garantie gegenüber den Inserenten des Souvenir und an Zuverlässigkeit der Kontrolle ein.

Ohne uns vorläufig des Näheren auf das Objekt selbst einzulassen, wollen wir nicht verfehlen, einige Punkte aus der in vorletzter Nummer der „Wochenschrift“ enthaltenen diesbezüglichen Kritik anzuführen:

„Obsehon es in Europa an guten Reiseführern sowie an Reiseleiteratur überhaupt nicht mangelt, ist doch nichts dagegen einzuwenden, wenn der „Lloyd“ seinen Passagieren einen eigenen Führer als „Souvenir“ schenkt. Nur sollte er dann als nobles Haus nicht danach trachten, sich von Inseraten die Kosten bezahlen zu lassen und um deswillen den Beschenkten in einem Anzeigen-Anhang einen Ballast

mitzugeben.“. Theuer genug kommt dem Inserenten die Reklame zu stehen (Preis für eine ganze Seite, Octavformat 400, halbe 225, viertel 125 und achtel 75 Mark**), aber nützen wird sie nicht viel, denn erfahrungsgemäss beilegen sich die Reisenden, die Anzeigen-Anhänge schleunigst aus solchen Büchern herauszureissen und fortzuwerfen.

„In dem Bestellschein findet sich eine beliebige Fussangel, auf welche wir noch besonders aufmerksam machen: Zunächst ist ganz unauffällig in dem Schein gedruckt, dass der Besteller den festen, nicht zurückziehenden Auftrag erteilt, eine Anzeige in dem genannten Führer zum Preise von . . . Mk. pro Jahr auf die Dauer von zwei Jahren aufzunehmen und etwas weiter unten befindet sich dann die, ebenfalls ganz unauffällige Klausel: „Falls „obiger Auftrag nicht bis 15. Juli 1898 schriftlich gekündigt ist, gilt derselbe auch für das 3. Jahr, wobei 10% Rabatt gewährt werden.“

„Es gibt uns das Veranlassung zu dem zwar schon oft erteilten, aber immer noch nicht ganz überflüssigen Rate, alles, was unterschrieben werden soll, vorher äusserst genau durchzulesen. Im Range der Geschäfte oder aus angeborener Flüchtigkeit in solchen „kleinen“ Dingen könnte einer glauben, durch Ausfüllung und Unterzeichnung des Bestellscheines einen Versuch für 400 Mark gemacht zu haben, während er später zu seiner Ueber-raschung erfahren müsste, eine Verpflichtung zur Zahlung von 1200 Mark eingegangen zu sein.“

Wäre ein gewisses Projekt, an dem seit einiger Zeit gearbeitet wird, soweit vorgeschritten, dass man dessen Verwirklichung jetzt schon bestimmt voraus-sagen könnte, von dem man aber bis jetzt nur weiss, dass es früher oder später kommen muss, dann würden wir es unterlassen haben, für die „administrativ-offiziellen Reklame-Objekte“ eine Lanze ins Feld zu führen, denn mit der Verwirklichung des an-gedeuteten Projektes wird jeder einzelne Hotelier sein Reklame-Budget auch nach diesen Richtungen hin beschneiden können und in etwas „Anderem“ mit verhältnismässig minimen Mitteln doppelt und drei-fachen Ersatz finden.

*) Anmerk. der Red. Der „Lloyd“ hat mit dem „Souvenir“ nichts zu thun, als dass er seinen Namen dazu hergibt, gegen eine hohe Entschädigung, die, wie uns versichert worden, in die Hilfskasse der Angestellten ihrer Gesellschaft fliesst. Red.)

**) Es will uns scheinen, als beabsichtige man mit diesen hohen Zahlen zu imponieren.

Wie's gemacht wird.

Der „Wochenschrift“ in Köln wird geschrieben: „Im Jahre 1888 schloss ich mit dem Offiziers-Vereine und später auch mit dem Beamten-Vereine einen Vertrag ab, nach welchem ich deren Mitgliedern 10% Rabatt gewährte, als Gegenleistungen versprachen beide Vereine mir gratis die grösstmögliche Bekanntmachung meines Hotels unter ihren Mitgliedern und zwar gratis in ihren jährlich erscheinenden Mitglieder-Verzeichnissen u. s. w. Es dauerte aber kaum drei Jahre, als selbe Vereine auch noch mit einem andern Hotel an meinem Platze dieselben Vereinbarungen machten. Es existiren hier aber nur drei eigentliche Hotels, in welchen der Fremde, der einermassen an Comfort und gute Küche gewöhnt ist, leben kann; es fehlte also nur noch das dritte Hotel im Bunde und diese Vereine hatten jedem die bestmögliche Empfehlung angedeihen lassen, nur dass wir nun noch dazu 9 oder 10 Mark (wahrscheinlich zur Herstellung des Mitglieder-Verzeichnisses) hätten zahlen sollen. Ich wies dieses Ansinnen natürlich zurück, denn einen Rabatt kann ein Hotelier doch nur dann leisten, wenn ihm fragliche Vereine auch wirklich durch Empfehlung die Zahl der Gäste vergrössern helfen, sodass er dadurch gewissermassen entschädigt wird. Nun kann aber weder der Offiziers-Verein, noch der Beamten-Verein zu einer Vermehrung der Kundschaft eines Hotels beitragen, wenn am gleichen Orte, wo nur drei Hotels existiren, mit zweien davon der gleiche Kontrakt gemacht wird, mithin diesen dieselben Versprechungen gegeben werden, und vielleicht, oder sehr

Telegramme:
Rooschütz - Bern.

Firma gegründet 1857.

TELEPHON.

Rooschütz & Cie, Bern.

Magazine und Keller durch Schienengeleise mit dem Güterbahnhof Bern verbunden.

Spezialgeschäft für echte Champagner-Weine:

MOËT & CHANDON
LOUIS ROEDERER

HEIDSIECK & Cie.
VEUVE CLICQUOT

G. H. MUMM & Cie.
POMMERY & GRENO

Giesler & Cie., Deutz & Geldermann, St. Marceaux & Cie., Théoph. Röederer & Cie. etc. etc.

Deutsche Sekts: Matheus Müller, Chr. Ad. Kupferberg & Cie., Burgeff & Cie., Gebr. Feist & Söhne etc. etc.

Schweizer Marken: Bouvier Frères, Louis Mauler.

Genaue Preislisten auf Verlangen gratis und franko.

Unbedingt

einzig

bewährt sich die Methode zur Vertilgung der
Wanzen und Schwabenkäfer.

Unterzeichneter empfiehlt sich für Uebnahme obiger Arbeit und garantiert schriftlich für jahrelangen, radikalen Erfolg, besonders für **Wanzen**. Dabei ist zu beachten, dass die Arbeit fast gar keine Störung verursacht und die Lokalitäten sofort wieder benutzt werden können.

Es wird auch nicht das geringste beschädigt oder beschmutzt und wird die Reinigung so geräuschlos ausgeführt, dass nicht einmal in unmittelbarer Nähe etwas davon bemerkt wird.

Ganz besonders ist zu beachten:

Hauptsächlich für **Hotelbesitzer**, wo oft Fremde solches Ungeziefer mitschleppen. Dass nach dieser Methode die Jahreszeit keine Rolle spielt, sondern im Gegenteil von grossem Vorteil ist, wenn diese Reinigung nicht erst im Frühjahr oder im Sommer ausgeführt wird,

denn 1. findet im Frühjahr die Brut dieser Tiere keine Ausdehnung und Entwicklung mehr
und 2. kann in den betreffenden Räumlichkeiten die Reinigung ungeniert vorgenommen werden.

Nicht die leiseste Spur von solchen Tieren bleibt in nach dieser Methode gereinigten Räumlichkeiten zurück.

Viele Empfehlungen von grösseren Etablissements der Schweiz und des Auslandes stehen zu Diensten.

Schriftliche Aufträge an den Unterzeichneten.

Obiges ist unübertroffen von allem,
was bis jetzt verwendet wurde zu diesem Zweck.

A. Egli, Chemiker,

untere Kreuzstrasse 24, Riesbach, Zürich.



Flaschen-Korkmaschinen

Spühl-, Füll-, Verkapselungs-
Apparate etc. neuester bestbewährter
Construction, Schlauch-Geschirre,
Circular-Pumpen, sowie sämtliche
Kellerei-Geräthe. 811

Mehrjährige Garantie solider Ausführung.

F. C. Michel, Frankfurt a. M.



Chef de Réception, 1^{er} Secrétaire

tüchtiger Fachmann, sucht für Sommer-Saison Stellung.
Gefl. Offerten sub H 901 R. an die Expedition
dieses Blattes.

Zu verkaufen:

Die seit 20 Jahren in Betrieb stehende Fremdenpension
und Jahreswirtschaft

Pension Seiler in Därligen
am Thunersee, 10 Minuten von Interlaken,

ist sofort unter günstigen Bedingungen möbliert oder unmöbliert
zu verkaufen.

Für nähere Auskunft wende man sich an Herrn Sachwalter
Zulliger in Bern oder direkt an den Eigentümer (H 1288 Z)
939

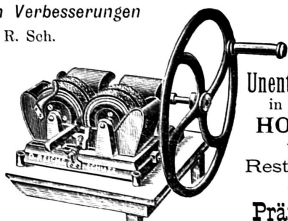
Fried. Siegfried, Seiler, Därligen.

Neueste u. vorzüglichste Hotel-Messerputzmaschine
mit neuesten Verbesserungen

D. R. Sch.

836

Unübertroffen
arbeitend.



Unentbehrlich
in jedem
HOTEL
und
Restaurant

Prämiert

Prämiert

auf der Fach-Ausstellung für Hotel- und Wirtschaftswesen
Darmstadt 1894 und Kochkunst-Ausstellung Frankfurt 1894.
Zeugnisse erster u. grösster Etablissements zur Verfügung. Prospekte gratis.

W. & A. Opel, Frankfurt a. M.



Zu verkaufen.

In einem grösseren Kurorte
Graubündens ein mittelgrosses

Hotel mit Fremdenpension.

Dasselbe ist sehr günstig gelegen
und für Sommer und Winter ein-
gerichtet. Familien-Verhältnisse
veranlassen zum Verkauf.

Anfragen werden unter Chiffre
Q 1366 entgegen genommen von
der Annoncen-Expedition Rudolf
Mosse, Zürich. 931 (M 6765 Z)



Junger Mann

mit Real-Industrie- und Handels-
schulbildung, der deutschen, fran-
zösischen u. italienischen Sprache
mächtig, gegenwärtig als Buch-
halter tätig, sucht Engagement
auf **Hotel-Bureau**.

Offerten sub H 925 R an die
Expedition dieses Blattes.

ON DEMANDE
à reprendre en Suisse

HOTEL

de passage ou de séjour (30 à 40 lits),
travaillant bien.

Adr. les offres aux init. A. B.
chez MM. Ed. Labarthe & Cie.,
à Genève. 929

Bier-Schänk-Bleche



Seitenwände Neusilber, Kupfer od.
vernickelt. Vorzüglich ausgeführt
und hochlegant. Franko und ver-
zollt. 875 (O 8503)

Moritz Weil jun., Frankfurt a. M.

E. Oswald, Genf
liefert stets

Zeitungshalter

ganz Nickel à Fr. 2.50 und Fr. 3.
Leicht, elegant, praktisch.
(Schweiz. Pat. 6162.)

Verkauf eines Luftkur-Etablissements

mit

vorzüglich frequentierter Sommerwirtschaft

und Oekonomie (40 baier. Tagwerke Wiesen und
Wald) im bayerischen Allgäu. Preis M. 125,000.—
Anzahlung M. 50,000.— Rest bleibt stehen auf
Ratenabzahlung.

Eignet sich sowohl für Gastwirte, Hoteliers,
als auch für ein Konsortium, da leicht und be-
deutend vergrößerungsfähig.

Nähere Mitteilungen unter Chiffre N. 7774 durch
Rudolf Mosse, München. (M 1080) 984

Stets bereit, unübertroffen in Wohlgeschmack und billig sind die

Nährerzeugnisse der Präservenfabrik Lachen
(am Zürichsee).

Filiale der Hohenlohe'schen Präservenfabrik, Gerabronn.

Suppeneinlagen, Kindermehle, Tapioca, Panirmehle,

Dörrgemüse, vorzüglichste fertige Fleischbrühe & Erbsenwurstsuppen.

Gratismuster werden franco zugesandt. 754

Durch die grossen Comestibleshandlungen zu Fabrikpreisen zu beziehen.

The English Plumbing and Sanitary Works

7 Rue des Roses, CANNES (France)

THOS LOWE Assoc. San. In^{rs} AND SONS

SANITARY ENGINEERS AND CONTRACTORS.

Estimates furnished for fitting up **HOTELS AND PRIVATE BUILDINGS.**

THE MOST SUITABLE FITTINGS FOR THE CLIMATE AND GOOD SUBSTANTIAL
PLUMBING BY LONDON WORKMEN GUARANTEED.

The Sanitary Arrangements of the following buildings have been successfully
carried out by us with all the most modern Sanitary Improvements:
HOTEL KURSAAL MALOJA. HOTELS VICTORIA AND ST. PETERSBURG,
VILLAS JOSS AND GRUNENBURG OF ST. MORITZ. HOTELS ROSE AND
DEPENDANCE. SARATZ, WEISSES KREUZ UND ENDERLIN OF PONTRESINA.

For Inspections and Particulars for the Engaging after 1st March 1895
please address: HOTEL CENTRAL, ST. MORITZ. 788

J. G. Mehne

Uhrenfabrik

Schwenningen

(württemb. Schwarzwald)

empfiehlt

nach neuester Verbesserung

Signaluhren

für Zug- und

Schiff-Abfahrts-Meldungen

in feinsten Ausführung und mit
jeder Garantie für gute Funktion,

mit Richtungsangabe

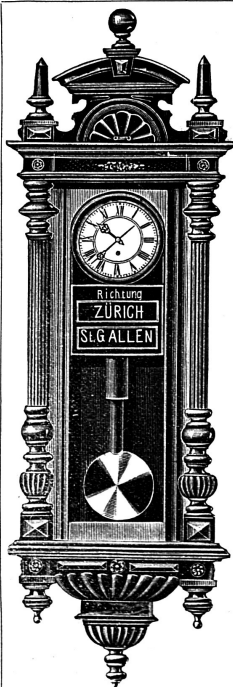
schon von Mark 72. — an,
ohne Richtungsangabe

von Mark 45 an.

Selbstthätig funktionierend.

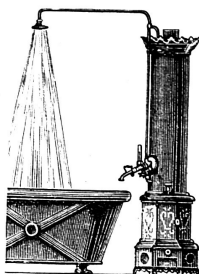
Bei Fahrplan-Aenderung kann
die Signalvorrichtung vom Be-
sitzer selbst ohne Kosten ver-
stellt werden.

Abbildungen und Preise
stehen auf Wunsch gerne zur
Verfügung.





Geschäfts-Empfehlung
für
Hotels & Pensionen, für die Herren **Architekten.**
Freistehende englische
Champion- und Unitas-Closets.
Spezialität. Selbst montiert. Ueber 300 in Funktion.
Installation von Gas-, Wasser-, Bad- und
Toilette-Einrichtungen.
Sämtliche Arbeiten werden aufs billigste berechnet
Telephon 1881 TH. OSER, BASEL Pfuggasse 7



VILLA

am Vierwaldstättersee

in Kastanienbaum, ca. 1 Stunde von Luzern, in herrlichster, aussichtsreichster Lage, mit Dampfschiff- und Post-Station, fein möbliert, 935

zu vermieten.

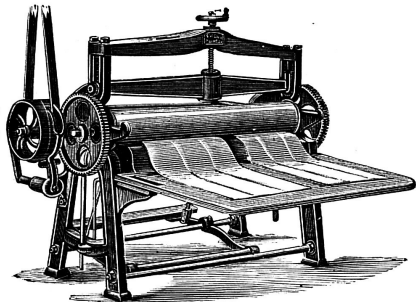
Die Villa enthält 13 grosse Zimmer, alles komfortabel eingerichtet. Gutes Quellwasser, Garten und Badhaus.

Auskunft erteilt

Hans Steinmann, Luzern.

Für Hotels & Pensionen
unentbehrlich.
Neue Elsässische Bügel- & Trockenmaschinen
mit Gas- und Dampfheizung, für Hand- und Motorbetrieb.
Centrifugen mit einfacher und doppelter Friktion.

Beste Zeugnisse von Hotels 1. Ranges zur Verfügung.



Prospekte gratis und franko.

C. SEGUIN, Constructeur, Mülhausen i. E.



SWISS CHAMPAGNE
BOUVIER FRÈRES
NEUCHÂTEL

Se trouve dans tous les bons Hôtels Suisses.

Schinken

hochfein, sorgfältig geräuchert und sehr mild geschmack. 2 1/2 - 4 Kilo schwer, à Fr. 1.50 per Kilo.

Mainzer Schinken

1. Qualität, 5-6 Kilo schwer, sehr vorteilhaft zum Ausschneide, à Fr. 2.20 per Kilo liefern prompt per Nachnahme

H. Kleiner & Cie.,
Spezial-Conserven-Geschäft
15 Usterstrasse, Zürich.

Bei Engros-Bezügen bedeutender Rabatt. (H 604 Z) 868

Hotel-Schlächter,

29 Jahre alt, der schon in besserem Bade-Hotel während der Saison als solcher in Stellung war, in der Metzgerei und Wursterei und als Garde-manger durchaus erfahren ist, sucht Stellung. Prima Zeugnisse stehen zu Diensten.
Offerten sub H 921 R befördert die Expedition dieses Blattes.

Kochlehrstelle.

Ein kräftiger, solider Junge wünscht bald möglichst Stelle als

Kochlehrerling.

Offerten sub H 914 R an die Expedition dieses Blattes.

In eine

Hotelpension

eines Höhenkurortes Graubündens wird ein

Fräulein gesucht

welches gründliche Kenntnisse der Hotelbranche besitzt und den Wirtschaftsbetrieb event. selbstständig leiten kann. Angenehme Stelle während des ganzen Jahres.

Offerten unter Beifügung von Photographien, Referenzen und Zeugnissen sind sub Chiffre H 888 R an die Expedition dieses Blattes zu richten.

Lehrstelle gesucht.

Ein Jüngling von 16 Jahren, gesund und kräftig, sucht

Kochlehrstelle

in einem bessern Hotel. Eintritt nach Belieben.

Offerten unter Chiffre H 918 R an die Expedition dieses Blattes.

Zu vermieten

ein grosses
möbliertes Hotel

mit Badeanstalt; 80 Zimmer. Grosse Parkanlagen. 919

Sich zu wenden unter L 2046 X an Haasenstein & Vogler, Genf.



Hotel-Omnibus.

Ein schöner bequemer, acht- bis zehnplätziger, in gutem Zustand erhaltener

Omnibus

ist billig zu verkaufen.
Anfragen sub H 920 R an die Expedition dieses Blattes.

Stelle sucht

in ein Hotel, eine tüchtige, gewandte

Kellnerin,

welche bisher nur in grösseren Restaurants servierte u. die franz. Sprache zu erlernen wünscht. Ansprüche bescheiden.
Offerten sub H 940 R an die Expedition der „Hotel-Revue“.

Kochlehrstelle gesucht.

Für einen 18-jährigen Jüngling, welcher bald seine Lehrzeit als Metzger beendet hat, wird in einem guten kleinern Hotel — deutsche od. französische Schweiz — eine Stelle gesucht, wo er das **Kochen gründlich und gut** erlernen kann. Offerten mit Bedingungen nimmt entgegen

J. Baechtold,
z. Glückrad,
Schaffhausen.

941

Ein junger, tüchtiger Mann, Deutsch-Schweizer, sucht Stelle auf 1. Mai als

Portier

in Hotel oder Privathaus, eventuell auch als **Magaziner**, vorzugsweise in der französischen Schweiz. Zeugnisse stehen zu Diensten.
Gefl. Off. unt. Chiffre O 5190 B an Orell Füssli-Annoncen, Basel.

Geschäftsbücher-Fabrikation
Spezialität

für
Hotel-Comptabilität

Kontrolle und Statistik.

Bei diversen Ausstellungen prämiert.

Buchbinderei, Druckerei

Perforier-, Linier- und Präge-Anstalt

mit mech. Betrieb

Zeitungsmappen, Spielkartendecks

Speise- und Weinkarten-Fabrikation

Artistische Menus

Billigste Closepapiere

Roller, Packete, Apparate.

Elegante Papier-Servietten

Import

acht japan. Papierservietten

Plattenspiere aller Art

aussergewöhnlich billig.

Engros-Papier-Lager

Vollständige Bureau-Einrichtungen

E. Fenner-Matter

Basel

(neben dem Rathause.)

Preisangaben, Muster u. Auskunft zu Diensten.

Grands Vins de Champagne



DE S. MARCEAUX & Co

REIMS

VERI DRY

Zu verkaufen

Ein Hotel zweiten Ranges

an prachtvoller, bester Lage der Stadt Basel, komfortabel, neu eingerichtet; grosse Rendite, wegen Kränklichkeit des Eigentümers sofort billig zu verkaufen. Konditionen äusserst günstig. Offerten unter Chiffre H 847 R. an die Expedition d. Bl.

BILLARDS

von **F. MORGENTHAU, Fabrikant in BERN**

Telephon. Permanente Ausstellung

von 40 bis 60 neuen Billards von Fr. 600 bis Fr. 2000

von 20 bis 30 umgeänderten Billards von Fr. 300 bis Fr. 700

Diverse andere Salonspiele. — Auswahl in sämtlichen Zubehörs.

Illustrirte Kataloge, alle näheren Details enthaltend, gratis u. franco.

Reparatur. — Einricht. — Reparaturen.

Medaillen in Zürich, Brüssel, Paris, Madrid etc. 768

Electriche Beleuchtung. Eigene Wasserkraft.



Vins fins de Neuchâtel

SAMUEL CHATENAY

Propriétaire à Neuchâtel 359

Médailles de 1^{er} ordre aux Expositions.

Marque admise dans tous les bons hôtels suisses.

Dépôt à Paris: J. Huber, 41 rue des Petits Champs.

Dépôt à Londres: J. & R. McCracken, 38 Queen Street City EC.

Schweiz - England

über

OSTENDE-DOVER

Billigste schnelle Route.

Drei Abfahrten täglich.

Seefahrt: 3 Stunden.

Einfache u. Rückfahrkarte (30 Tage) von und nach den meisten Hauptstationen.