

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 15 (1906)
Heft: 14: w

Artikel: Feine Kundschaft
Autor: Bosshard, A.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-522158>

Nutzungsbedingungen

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

Conditions d'utilisation

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

Terms of use

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

Download PDF: 17.05.2025

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

Hiermit haben wir die Gründe des nicht befriedigenden Resultates bereits angedeutet. Sie liegen in den Wechseln der Witterung resp. der allzukurzen Dauer schönen, warmen, sonnigen Wetters. Schon im eingangs erwähnten Artikel hatten wir hingewiesen auf das dem Fremdenverkehr wenig günstige Wetter in der Voraussicht; wenn, wie es der Fall war, April, Mai und Juni zusammen nur 14 helle Tage hatten, dagegen aber 37 trübe und 45 mit Regen, so fehlt damit die Grundlage für eine lebhaftere Touristenbewegung. Die Hotels aber haben Betriebsauslagen, denen kein entsprechender Einnahmewert gegenübersteht. Das wirkt schon einen Schatten auf das erhoffte gute Jahresresultat. Dauert dann der Zug der Hochsaison nur so kurze Zeit und wandern die Touristen infolge rapid eingetretener hoher Temperatur auch gleich in die Höhe, so kann in den Niederungen keine gute Saison entstehen. Tritt zu allem noch, wie es letzten Sommer am 6. und 11. August geschah, ein plötzlicher Temperatursturz ein mit Schneefall bis auf 1000 und 800 Meter Höhe hinunter, so ist es um eine gute Saison geschehen, für Berg- und Talhotels, mit wenigen Ausnahmen.

Nach den Notierungen der meteorologischen Zentralstation Zürich ergibt sich mit Bezug auf die hellen, trüben und regnerischen Tage für die Monate April bis und mit September folgende Tabelle:

	helle Tage	trübe	mit Regen
April	3,9	12,9	16,9
Mai	6,1	15,0	12,9
Juni	3,9	8,9	15,0
Juli	11,2	4,4	10,9
August	6,6	9,8	17,6
September	3,0	14,6	17,8

Die Durchschnittstemperatur für Orte der Niederung, unter 500 m Meereshöhe, stellt sich für die Monate April bis und mit September wie folgt:

April 9,5°C.	Juni 17,5°C.	August 18,1°C.
Mai 12,0°C.	Juli 21,2°C.	September 14,9°C.

Die Zahlen dieser beiden Tabellen sind geeignet, das geringe Gesamtergebnis, wie es aus der Statistik sich herausgeschält hat, zu erklären und begreiflich zu machen.

Unser Bericht hat jedenfalls auch Rücksicht zu nehmen darauf, welchen Nationalitäten die in die Schweiz kommenden Touristen angehören. Aus dem uns in den Fragebogen gelieferten Material ergibt sich für das Jahr 1905 folgende Tabelle über die

Prozentuale Frequenz nach Nationen:

Deutschland	30,0%
Schweiz	21,0%
Grossbritannien	11,0%
Frankreich	12,0%
Amerika	6,0%
Russland	4,0%
Italien	3,0%
Belgien und Holland	3,0%
Oesterreich-Ungarn	2,5%
Dänemark, Schweden und Norwegen	0,6%
Spanien und Portugal	0,6%
Asien und Afrika	0,8%
Australien	0,1%
Andere Länder	3,0%
	100%

Ziehen wir zum Vergleich die einschlägigen Resultate der fünf Vorjahre herbei, so erhalten wir folgende Zahlenreihen:

	1905	1904	1903	1902	1901	1900
Deutschland	30,0	30,0	31,4	29,0	31,1	31,9
Schweiz	21,0	20,0	18,5	21,8	21,6	24,0
Grossbritannien	14,0	15,0	16,5	16,7	14,7	13,1
Frankreich	12,0	12,0	12,3	10,1	11,2	10,9
Amerika	6,0	6,0	6,8	5,8	5,8	4,8
Belgien u. Holland	3,0	3,0	3,1	3,1	3,5	2,9
Russland	4,0	4,0	3,6	2,8	3,2	2,9
Oesterreich-Ungarn	2,5	2,5	2,1	2,1	2,2	2,0
Italien	3,0	3,0	2,8	2,1	2,6	2,6
Dänemark, Schweden und Norwegen	0,6	0,5	0,7	0,6	0,9	0,4
Spanien u. Portugal	0,6	0,5	0,6	0,7	0,5	0,4
Asien und Afrika	0,8	0,2	0,3	0,3	0,2	0,6
Australien	0,1	0,2	0,1	0,2	0,2	0,1
Verschiedene Länder	3,0	3,1	2,2	2,7	2,2	3,2

Aus dieser Tabelle ist zu ersehen, dass auch im Jahre 1905, wie in den Vorjahren, Deutschland uns die meisten Touristen geliefert hat und dass die Prozentsätze der verschiedenen Nationalitäten im ganzen nicht stark variieren. Auch diejenigen für Amerika und Russland sind sich gleich geblieben. Die Verschiebung wird wahrscheinlich auch in Zukunft keine starke sein, am stärksten vielleicht in Bezug auf die Kontingente dieser beiden letztgenannten Länder, aus denen eine grössere Frequenz wirklich zu wünschen wäre.

Wir überlassen es den an der Sache interessierten Lesern, an Hand der mitgeteilten Zahlen weitere Vergleiche anzustellen, den Gedankengang weiter zu verfolgen und Schlüsse zu ziehen. Der Beweis, dass der Fremdenverkehr in der Schweiz noch stark zunehmen und sich noch weit mehr ausbreiten darf, um für weite Kreise gute Resultate zurückzulassen, ist oben erbracht worden. Auch die alte Wahrheit findet sich dadurch wieder bestätigt, dass Tatkraft und Geschicklichkeit der Leute, die im Dienste des Fremdenverkehrs arbeiten, also auch derjenigen der Hotellerie, hauptsächlich im Hinblick auf die Anstrengungen anderer Länder, nicht müde werden, nicht erschaffen und am allerwenigsten auf Erfolge pochen und auf ihren Lorbeeren ausharren dürfen, wenn der Nutzen der Aufwendung von Kapital und Arbeit entsprechen soll. Was in dieser Richtung geleistet werden kann, hat der Mensch in der Hand, aber die Hauptsache, der Hauptfaktor guter Saisons und allgemein befriedigender Jahresresultate, das Wetter, liegt in anderer Hand, bei der *force majeure*, gegen welche wir nichts vermögen. Bei uns liegt nur, ihre eventuelle Gunst durch prima Leistungen zu unterstützen und ihre allfällige

Ungunst dadurch auszugleichen. Dann wird die Schweiz als Touristenland trotz vermehrter Konkurrenz ihren Rang behalten.

Nun sei uns noch ein Wort an die Adresse derjenigen gestattet, denen die Aufgabe zukommt, durch Beantwortung der Fragebogen dem Zentralbureau das statistische Material für Gewinnung der Resultate zu liefern.

Für das Jahr 1905 wurden zirka 800 Fragebogen zum Ausfüllen versandt. Eingelangt sind 325, also rund 40%. Von diesen mussten 85 Bogen resp. 10% ausgeschieden werden infolge ungenügender, fehlerhafter Ausfüllung. Auf den Bogen sieht ein besonderer, mit  ausgezeichneter Vermerk, wonach ohne Angabe der Bettenzahl alle weiteren Zahlen wertlos sind. Es scheint, dass diese Bemerkung nicht durchweg beachtet wurde; denn die meisten der ausgeschiedenen Bogen waren deshalb unbrauchbar, weil darauf die Bettenzahl fehlte.

Ein anderer Fehler wird damit gemacht, dass die Rubrik des Fragebogens, in welcher die Zahl der besetzten Betten für jeden Monat eingetragen werden sollte, mit irgend einer beliebigen andern Zahl ausgefüllt wird, die deutlich das Kennzeichen trägt, dass sie nicht die richtige, geforderte Zahl ist. Oft sind statt der besetzten Betten die Kurtage angegeben, was natürlich nicht richtig ist. In manchen Bogen ist die Rubrik ganz leer gelassen.

Wieder ein anderer Fehler besteht darin, dass die dritte Rubrik für das Prozentverhältnis der Gäste nach Nationalitäten entweder gar nicht oder mit andern als Prozentzahlen ausgefüllt wurde. Das ist immerhin der geringere Fehler als die unrichtige oder Nicht-Ausfüllung der beiden andern Rubriken.

Die Einsicht in die Wichtigkeit der richtigen Beantwortung der Fragebogen sollte das offenbar in manchen Fällen überlegene Gefühl der Bequemlichkeit oder sagen wir Gleichgültigkeit zu überwinden vermögen. Je mehr richtige, den Tatsachen entsprechende, aus sorgfältigen regelmässigen Aufzeichnungen gewonnene Antworten dem Zentralbureau eingehen, desto wahrheitsgetreuer wird seine Statistik sich gestalten. Aus Bequemlichkeit oder mangelhaftem Verständnis hingeworfene beliebige runde Zahlen — man könnte sie auch Vexierzahlen nennen — haben gar keinen Wert und fallen nicht in Rechnung. Jedes Etablissement sollte sich soviel Bedeutung zunehmen, dass es für eine statistische Berechnung auch in Betracht kommen will, was eben durch richtige, den wirklichen Verhältnissen entsprechende Zahlen in den Fragebogen erreicht wird. Zwar sind für das Jahr 1905 mehr brauchbare Bogen eingelangt als für die Vorjahre, aber doch scheint dieser so wichtigen Arbeit des Zentralbureaus noch nicht allgemein die gebührende Würdigung entgegengebracht zu werden. Die Indifferenz der nächstliegenden Interessentenkreise ist in diesem Punkt immer noch stark und sollte durch wachsende Einsicht und Ernst für die Sache überwunden werden.

Zum Schlusse wollen wir noch einer, wie es scheint, vielfach herrschenden irrtümlichen Ansicht entgegenreten. Viele glauben nämlich, der Öffentlichkeit ein wertvolles Geheimnis kundzugeben, wenn sie den Fragebogen die wahrheitsgetreuen Zahlen anvertrauen. Weil sie dieses Geheimnis-Auskranken für sich als einen Schaden betrachten, enthalten sie sich der Beantwortung der Fragen. Sie wollen nicht, dass man in ihren Etablissementsbetrieb hereinsehe. Das ist nun freilich recht naiv, aber ebenso irrtümlich. Denn auf dem Fragebogen steht extra der deutliche Vermerk: Keine Unterschrift. Das Zentralbureau will nicht mit Namen, sondern nur mit Zahlen rechnen, ohne zu wissen, woher, aus welchem Geschäft, die Zahlen stammen. Infolgedessen kann es der Öffentlichkeit auch keine Namen nennen, sondern nur das aus den namenlosen Zahlen gewonnene Resultat. Mit dem Geheimnis und seinem Auskranken ist es also nichts! Die richtige Beantwortung der Fragebogen kann demnach keinem Hotel zum Schaden gereichen, dagegen aber der ganzen Sache nützen.

Wir hoffen, diese Bemerkungen werden für ein nächstes Mal ihre gute Wirkung haben; wir werden uns zu gegebener Stunde noch einen besonderen Hinweis gestalten.

Die windige Firma Donald Downie in Paris

gibt einer Anzahl unserer Mitglieder wieder zu schaffen, sodass sie uns um Rat angehen, wie sie sich in der Angelegenheit zu verhalten haben, und wollen wir diesen Wünschen hiermit gerne nachkommen.

Denjenigen, die sich Donald Downie gegenüber lediglich für eine Annonce im „Paris-American“ verpflichtet, ohne das Versprechen von der Zuweisung von Gästen erhalten zu haben, wird nichts anderes übrig bleiben, als die fälligen Beträge zu bezahlen, vorausgesetzt natürlich, dass die Annonce auch erschienen ist, worüber Belege verlangt werden sollten. Gleichzeitig aber möchten wir diesen den Rat geben, nicht zu unterlassen, der Firma per eingeschriebenen Brief mitzuteilen, dass nach Ablauf des Vertrages, der in der Regel auf drei Saisons ausgestellt ist, auf eine Erneuerung verzichtet wird. Denn wir wissen nicht, ob nicht irgendwo im Vertrag die Klausel angebracht ist, dass wenn nicht rechtzeitige (drei- oder sechsmonatliche) Kündigung erfolgt, der Vertrag für eine weitere Dauer von drei Jahren gültig ist. Von einem der Reklamanten erhalten wir die bestimmte Zusicherung, dass der Agent von Donald Downie den Passus betr. dreijähriger Dauer vor seinen Augen im Vertrag gestrichen hat, weil er nur für ein Jahr sich binden wollte, trotz-

dem aber versuche man, ihn für drei Jahre haftbar zu machen.

Und nun zu denjenigen, die eine Annonce nur deshalb aufgegeben haben, weil ihnen der Agent die Zuweisung vieler Gäste und zu hohen Preisen in Aussicht gestellt hatte. Diese Opfer sind in der grossen Mehrzahl und sie alle warten heute noch auf den ersten Gast des Reisebureaus Donald Downie. Ihnen diene folgendes zur Richtschnur:

Im Mai 1905 wurde Donald Downie von den Basler Gerichten mit seiner Forderung gegen einen Inserenten, zufolge nicht gehaltenen Versprechens betr. Zuweisung von Gästen, kostenpflichtig abgewiesen.

Gleichzeitig wurde Strafklage gegen den Agenten (Maurice Richard) erhoben und es beschloss das Gericht, das Verfahren wegen Betrug gegen ihn einzuleiten.

Im Juli 1905 hat das Bezirksgericht Zürich die Forderung des Donald Downie gegen einen dortigen Inserenten mit derselben Begründung, wie in Basel, ebenfalls kostenpflichtig abgewiesen.

Die Akten dieser beiden Urteile sind nötigenfalls von den zuständigen Gerichten erhältlich. Im September 1905 wurde Maurice Richard, der Agent der Firma Donald Downie, vom Basler Strafgericht wegen Betrug zu sechs Monaten Gefängnis verurteilt.

Angesichts dieser Tatsachen dürfte es für die, welche von Donald Downie in ähnlicher Weise betrogen worden, nicht schwer fallen, sich eine Meinung über ihr Verhalten in dieser Angelegenheit zu bilden. Unsere Meinung geht dahin, es sei jede weitere Zahlung zu verweigern und ein jeder sollte es darauf ankommen lassen, ob Donald Downie jetzt noch den Mut und die Frechheit besitzt, die Gerichte anzurufen, nachdem er zweimal abgewiesen und zu den ordentlichen und ausserordentlichen Kosten verurteilt worden.

Feine Kundschaft.

Ein erstklassiges Hotel in der Schweiz erhält folgendes Schreiben aus Wien:

„Erlaube mir, Sie höflichst anzufragen, ob event. folgende Proposition für Sie Interesse hätte.“

„Ich verbringe alle Jahre zwei bis drei Monate in der Schweiz und pflege jeweils für die verschiedenen Hotels, wo ich absteige, auf meinen grossen Reisen in Europa etwas Reklame zu machen, indem ich jeweiligen die Karten und Prospekte in die Lese-Salons des von mir besuchten Hotels auflege.“

Für diese Bemühungen räumen mir dann die betreffenden Hotels etwas Vorzugspreise ein und frage ich Sie an, ob Sie event. auf folgende Proposition eingehen würden: Ich denke 5–10 Tage, event. auch 14 Tage im Laufe des Monats Juni nach dort zu kommen mit meiner Frau und event. bei Ihnen abzustiegen bei einem Pensionspreis von nicht über Fr. 5.—, respektiv Fr. 10.— für zwei Personen, inklusive 1 Flasche Rotwein per Tag und abends 4 Uhr Kaffee mit Milch und zwei ineinandergehende Zimmer.

Sollte also diese Proposition für Sie Interesse haben und Sie damit einig gehen, so werde Ihnen gerne in umstehend erklärter Weise dienlich sein, und müsste ich Sie gleich ersuchen, mir an nachstehende Adresse das nötige Reklamematerial als Drucksache einzusenden.“

Hochachtung
A. Bosshard aus Nizza.

Dieser Herr Bosshard aus Nizza muss viele und grosse Rocktaschen besitzen, um im gegebenen Moment alle Adresskarten zur Hand zu haben. Es ist dies übrigens nicht einmal nötig, denn wenn er keine auflegt, kann's ihm Niemand beweisen. Ja, ja, man kann auch in Hotels ersten Ranges billig, sehr billig leben, man muss es nur verstehen.

Kleine Chronik.

In Flims-Waldhaus erstellen die Herren Peter Senn von Flims und Buol von Davos ein Hotel mit 100 Betten.

Luzern. Das Hotel Eden House hat bedeutende Umbauten erfahren. Die Wiedereröffnung findet am 10. April statt.

Baden-Baden. Das Hotel Bahnhof ist durch die Vermittlung des Hotels-Offices in Genf von Fri. Spiesacher vom Restaurant Hörnli in St. Gallen übernommen worden.

Genf. Die Société de l'Industrie des Hôtels à Genève (Hotels National, des Bergues, Métropole und du Lac) richtet für das Jahr 1905 eine Dividende von 5%, gegenüber 4% im Vorjahre.

Lausanne. Der Verwaltungsrat der Société anonyme des Hotel Beau-Séjour beantragt für 1905 die Auszahlung einer Dividende von 8%, wie im Vorjahre.

Ausstellung in Mailand. Die Verkehrskommission von Luzern wird an der Mailänder Ausstellung ein grosses Tableau ausstellen, das die Entwicklung des Fremdenverkehrs von Luzern, Vierwaldstätter See und Umgebung in angemessener Umrahmung darstellt.

Champéry. Herr J. Decasper, bisheriger Inhaber des Hotel de Montreux in Montreux, hat pachtweise die Pension Chalet Berra in Champéry übernommen. Der Antritt des von ihm künftighin erworbenen Hotel Victoria in Montreux erfolgt erst nächstes Jahr.

St. Martin-Vésubie. In dem an der französisch-italienischen Grenze auf der Route nach Nizza gelegenen St. Martin-Vésubie hat sich ein Syndikat von interessierten zur Hebung des Fremdenverkehrs gebildet, speziell für die Ortschaft selbst und das Tal im allgemeinen.

Wintersaison. Das neue Hotel Celerina in Celerina hat für nächsten Winter mit Herrn Dr. S. Lunn einen Vertrag abgeschlossen, wonach dasselbe für im Minimum 6000 Logiernächte und einen Pensionspreis von Fr. 16.50 per Person zur Verfügung gestellt wird.

Brunnen. Laut „Zürcher Post“ soll der unglücklich vom Bezirk Schwyz verkaufte Platz „Wehrbaken“ neben dem Hotel „Wehrbaken“ nicht verbaut werden, vielmehr wird das Land von dem Erwerber, Herrn Hotelier Fassbind zum Waldstätterhof, zur Erweiterung des Hotelparkes verwendet. Der Kaufpreis betrug 192,500 Fr. in der früheren Eigentümer, dem Bezirk Schwyz, kostete der Platz seinerzeit nicht nur 30,000 Fr., wie die „Z. P.“ berichtet, sondern nur 50,000 Fr.

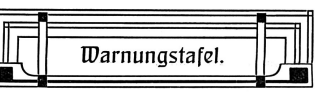
Fleischlieferung ins Hotel. Ein Genfer Metzgermeister hatte im Laufe der letzten fünf Jahre einem Hotelier rund 190,000 Kilo Fleisch geliefert zu einem Preise, den der Käufer nachträglich als 10 Cts. über dem jeweiligen Marktpreise stehend erkannte. Er verlangte deshalb eine Rückvergütungssumme von 1900 Fr. Das erstinstanzliche Tribunal wies ihn ab, da kein Kontrakt vorliege. Der Appellationshof jedoch sprach ihm jene 1900 Fr. zu.

Aus der Zentralschweiz. Ein Mitarbeiter des „Luz. Tagbl.“ hat eine Statistik aufgestellt betr. Zunahme des Fremdenverkehrs in der Zentralschweiz resp. die damit Hand in Hand gehende Zunahme der Hotelbettenzahl. Danach waren im Jahre 1892 total 14,914 Betten zur Verfügung der Fremden, im Jahre 1906 sind es 23,977. Das ergibt in den 14 Jahren eine Zunahme von 60%. Diese ist besonders bemerkenswert in Luzern, Weggis, Vitznau, Brunnen, Engelberg und Bürgenstock, während andere Ortschaften beinahe stationär blieben.

Ausstellung in Mailand. Die Hotelbesitzer in Mailand, Mitglieder der Italienischen Hotelvereinigung, (Sektion der Lombardei und der oberitalienischen Seen) haben in einer ihrer letzten Versammlungen, die der Absicht, einer jeden etwaigen Uebervorteilung der Fremden, die sich während der Ausstellung in Mailand befinden sollten, vorzubeugen und um auf diese Weise jeden möglichen schlechten Eindruck zurückzuführen, der durch falsche oder übertriebene Gerüchte verursacht und den guten Namen ihres Standes und der Würde der Stadt schädlich werden könnte, beschlossen, dass während der Ausstellung, d. h. vom 1. April bis 30. November 1906, eine etwaige Erhöhung der Zimmerpreise in den zu dem obengenannten Vereine gehörenden Häusern von Mailand nicht mehr als das Doppelte des gewöhnlichen Preises betragen darf. Für Reisende, die die Malheizen nicht im Hause nehmen, gilt diese Vereinbarung nicht.



An die „Kölnerin“. Wir ermangeln nie, die Quellen anzugeben, wenn wir etwas von Belang aus andern Blättern schöpfen und haben wir uns dieser guten journalistischen Sitte auch Ihnen gegenüber befohlen, als wir die Antwort Ihres E.-S.-Korrespondenten auf den von Dir. E. D. in unserm Blatt erschienenen Artikel über „Die Wäsche im Hotel“ abdruckten. Sie hätten sich leicht und der guten Sitte erinnern dürfen, als Sie die Antwort des Herrn Dir. E. D. an Herrn E. S. aus No. 12 unseres Blattes in die No. 13 des Ihrigen einbürgern liessen. *Suum cuique.*



Aufgepasst. Gegenwärtig bereitet ein „Direktor“ A. Stuse, *Agence des Voyages, 85, rue de la Cathédrale à Liège* (Belgien) die Versuchung, um die Taschen unserer Hoteliers etwas zu erleichtern. Er nimmt Annoncen auf für Reklametafeln, die in seinen Reisebureaus aufgehängt werden sollen. Die Hälfte des Betrages kassiert er gleich ein, wenn es gewinnreich wird, auch den ganzen, Eine Anzahl Eisenbahn-Freikarten, die er als „entrée“ vorweist, verschaffen ihm das nötige Zutrauen, das er laut eingezogenen Erkundigungen keineswegs verdient. Die „Bureaux“ dieser „Reiseagentur“, heisst es in der erhaltenen Auskunft, bestehen in einem kleinen Papeterieladen, woselbst auch Zigarren, Tabak und sonstiger Krimskrams feilgeboten wird. Das hier Gesagte dürfte vorläufig genügen, um zu wissen, wie man Herrn Direktor Stuse zu empfangen und zu verabschieden hat. Wundern muss man sich allerdings über die Leichtigkeit, mit der solche „Persönlichkeiten“ zu Freibilleten gelangen. Die Gotthardbahn geht gewöhnlich mit dem „guten Beispiel“ voran.

Der heutigen Nummer liegt ein Prospekt des **Kaffee-Versand-Geschäftes „Merkur“** in Olten bei, auf den wir hiermit noch besonders aufmerksam machen.

Hiezu eine Beilage.

AVIS.

Avant que vous achetiez en Suisse ou à l'Etranger un Hotel, Pension, etc., ne manquez pas de demander à l'Hotels-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'Hotels-Office, dirigé par un groupe d'hôteliers bien connus, a le principe de seconder et conseiller les acheteurs moins expérimentés.

Witterung im Januar 1906.

Bericht der schweizer. meteorologischen Centralanstalt.

	Zahl der Tage				
	Regen	Schnee	Nebel	helle	trübe
Zürich	16	8	2	3	14
Basel	13	3	1	1	15
Neuchâtel	13	5	5	0	19
Genf	11	4	4	0	18
Montreux	14	3	0	6	12
Bern	15	8	10	0	17
Luzern	15	7	2	3	12
St. Gallen	16	13	5	4	16
Lugano	4	1	0	17	4
Chur	9	6	0	10	8
Davos	12	12	0	10	6
Rigi	17	16	12	8	12

Sonnenscheindauern in Stunden: Zürich 70, Basel 76, Bern 71, Genf 59, Montreux 79, Lugano 154, Davos 91.