

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 16 (1907)
Heft: 32

Artikel: Erwiderung an die "Rivista degli Alberghi"
Autor: T.G.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-523012>

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: 16.05.2025

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

N^o 32.

Abonnement

Für die Schweiz

1 Monat Fr. 1.25
2 Monate „ 2.50
3 Monate „ 3.50
6 Monate „ 6.—
12 Monate „ 10.—

Für das Ausland:

(inkl. Portozuschlag)
1 Monat Fr. 1.60
2 Monate „ 3.20
3 Monate „ 4.50
6 Monate „ 8.50
12 Monate „ 15.—

Vereins-Mitglieder erhalten das Blatt gratis.

Insertate:

8 Cts. per 1 spaltige Millimeterzeile oder deren Raum. — Bei Wiederholungen entsprechend Rabatt. Vereins-Mitglieder bezahlen 4 Cts. netto per Millimeterzeile oder deren Raum.



N^o 32.

Abonnements

Pour la Suisse:

1 mois Fr. 1.25
2 mois „ 2.50
3 mois „ 3.50
6 mois „ 6.—
12 mois „ 10.—

Pour l'Etranger:

(inclus frais de port)
1 mois Fr. 1.60
2 mois „ 3.20
3 mois „ 4.50
6 mois „ 8.50
12 mois „ 15.—

Les Sociétaires reçoivent l'organe gratuitement.

Annonces:

8 Cts. par millimètre-ligne ou son espace. Rabais en cas de répétition de la même annonce. Les Sociétaires payent 4 Cts. net p. millimètre-ligne ou son espace.

Organ und Eigentum des Schweizer Hotelier-Vereins.

16. Jahrgang | 16^{me} Année

Erscheint Samstags. Parait le Samedi.

Organe et Propriété de la Société Suisse des Hoteliers.

Redaktion und Expedition: Sternengasse No. 21, Basel. * TÉLÉPHONE 2406. * Rédaction et Administration: Sternengasse No. 21, Bâle.

Insertaten-Aufnahme nur durch die Expedition dieses Blattes und die „Union-Reklame“ in Luzern — Les annonces ne sont acceptées que par l'admin. de ce journal et l'„Union-Reclame“ à Lucerne

Verantwortlich für Redaktion und Herausgabe: Otto Amsler, Basel. — Redaktion: Otto Amsler; Th. Geiser. — Druck: Schweiz. Verlags-Druckerei G. Böhm, Basel.

Siehe Warnungstafel!

AVIS

betreffend

Bezug der Jahresbeiträge pro 1907.

Am 10. August haben wir allen in der Schweiz domizilierten Mitgliedern einen **vollständig ausgefüllten Einzahlungsschein** zugehen lassen, mit welchem die Zahlung **kostenlos** an unser Postcheck-Konto in Basel geschehen kann.

Auf demselben Schein sind auch der **Beitrag an die Propagandakasse** (40 Cts. pro Bett) und der **Betrag für die Annonce im Hotel-Führer 1908** notiert.

Dieser Sendung liegen diverse Drucksachen bei betr. die **Zentralisation der Hotel-Propaganda**.

Wir ersuchen die tit. Mitglieder, den **Einzahlungsschein vor dem 20. August** zu benütigen, andernfalls der Betrag, wie früher, per Nachnahme und mit Zuschlag der Spesen erhoben würde.

Das Zentralbureau.

AVIS

concernant

l'encaissement des cotisations 1907.

Le 10 août nous avons expédié à tous les Sociétaires, domiciliés en Suisse, un **bulletin de versement dûment rempli**, avec lequel le paiement peut s'effectuer **sans frais** à notre compte du Bureau de chèque postal à Bâle.

Sur ce même bulletin sont notés la **cotisation à la caisse de propagande** (40 cts. par lit) et le montant pour l'**annonce au Guide des hôtels 1908**.

Cet envoi contient divers imprimés concernant la **centralisation de la propagande hôtelière**.

Nous prions MM. les Sociétaires de bien vouloir utiliser le bulletin de versement **avant le 20 août**, car après cette date le montant serait pris en remboursement et au frais du destinataire.

Le Bureau central.

Aufnahme-Gesuche. Demandes d'Admission.

Fräulein Gassmann & Adler, Hotel Washington, Lugano 48

Patron: HH. C. Boller, Hotel Rüschli, S. ewen, und Ch. Landry, Grand Hotel, Brissago.

Herr E. Kohler, Bad- und Kuretablisement, Altsbrunn 80

Patron: HH. A. Geilenkirchen, Hotel Bernerhof, und E. Kohler-Burrow, Basel.

Monsieur Théophile Rouge, Hôtel et Pavillon des Fougères, Caux 35

Parrains: MM. F. Buchs, Hôtel Bellevue, Glin, et J. Schöri, Grand Hôtel Suisse, Montreux.

Wenn innert 14 Tagen keine Einsprachen erhoben werden, gelten obige Aufnahme-Gesuche als genehmigt.

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

Zum Bier-Boykott des Schweiz. Wirtvereins.

Der Verein der Hoteliers von Zürich und Umgebung, in seiner Eigenschaft als Sektion des Schweizer Hotelier-Vereins, hat in Ergänzung des in Lugano anlässlich der Generalversammlung gefassten Antrages in seiner Vorstandssitzung vom 1. August nach Anhörung eines ausführlichen Referates über das Vorgehen des schweizerischen Brauertrasts, dem Schweizer Wirtverein, im besondern dem kantonalen Wirtverein Zürich, seine tatkräftigste Unterstützung in weitgehendster Masse zugesichert, und seine Mitglieder aufgefordert, sich der Bewegung im gegenwärtigen Momente in der Weise anzuschließen, dass Bierbezüge von den boykottierten Basler und Rheinfelder Brauereien in den Hotels der Vereinsmitglieder unverzüglich sistiert werden sollen.

Propaganda der Eisenbahnen, der Verkehrsvereine und der Hoteliers.

In Nr. 30 dieses Blattes wurde bei der Frage einer Vereinheitlichung der Hotelpropaganda kurz erwähnt, dass sich einer solchen unbedingt die Propaganda der Eisenbahnen und der Verkehrsvereine anschließen müsse, wenn sie von Erfolg begleitet sein soll.

Zwischen den drei Gruppen, den Eisenbahnen, den Verkehrsvereinen und den Hoteliers, sind die wichtigsten Fragen der Propaganda schon jetzt Gegenstand einer gemeinsamen Verständigung. Für die Verkehrsvereine ist das selbstverständlich, denn Eisenbahnen und Hoteliers bilden ihre bedeutendsten Mitglieder, zahlen die grössten Beiträge, und haben daher ein Anrecht darauf, dass die Propaganda ihren Interessen dienstbar gemacht wird. Die Eisenbahnen und die Hoteliers aber sind sich wohl über Gemeinsamkeit ihrer Interessen klar, haben jedoch aus dieser Erkenntnis noch längst nicht die vollen Konsequenzen gezogen.

Zwar leistet der Hotelierverein Beiträge zu einigen Publikationen der Bundesbahnen; auch besteht eine Kommission aller drei Gruppen, und ihre Beschlüsse werden von der Direktion der Bundesbahnen bei ihrer Propaganda berücksichtigt. Aber im übrigen ziehen alle drei Gruppen sehr häufig getrennte Wege, und es findet eine unnütze Kräftevergeudung statt.

Die Grenze zwischen Eisenbahn- und Verkehrspropaganda ist vielfach überhaupt nicht zu erkennen. Wenn die Bundesbahnen ein Plakat für Appenzel herausgeben und dieses den Erfolg hat, dass so und so viel Menschen jährlich sich dorthin wenden, geben diese Besucher nicht vermutlich mehr Geld in den dortigen Hotels aus, als für die Bahnfahrt? Wenn der Verkehrsverein Toggenburg eine Broschüre publiziert, fällt nicht die Einnahme an den Fahrten dorthin den Bundesbahnen zu? Und wenn ein grosses Hotel in Grindelwald in seiner Broschüre die Schönheiten des Grindelwaldtales preist, stellt es sich nicht zugleich in den Dienst der Berner Oberlandbahnen?

Wer will untersuchen, wem der Erfolg der solchergestalt unternommenen Propaganda eigentlich zu gute kommt? Sie dient doch dem Fremdenverkehr ganz allgemein und damit den Eisenbahnen, den Hoteliers und den Gewerbetreibenden zugleich. Was liegt also näher, als die Propaganda der Bahnen, der Verkehrsvereine und der Hotels, soweit sie sich bei Letzteren auf den Ort und nicht auf die Besonderheiten des Hauses bezieht, gänzlich mit einander zu verschmelzen?

Wenn es sich darum handeln soll, die Propaganda für die Schweiz als Reiseziel mehr als bisher einheitlich in grossem Stile zu betreiben, so werden wahrscheinlich zunächst einmal Kompetenzfragen aufgerollt werden. Jeder Teil wird seine Selbständigkeit wahren, keiner sich unterordnen wollen. Schön; aber wenn heute der Verkehrsverein für Graubünden eine reichhaltig ausgestattete Broschüre herausgibt, wenn dann die Rätische Bahn ebenfalls ein umfangreiches Buch mit Text und Abbildungen veröffentlicht, wenn die Bundesbahnen in einer Broschüre über die Ostschweiz dem Bündnerland eine grosse Reihe von Seiten widmen, und wenn dann schliesslich einzelne Hotels in ihren Prospekten auch noch Besonderheiten ihres Tales eingehend behandeln und mit Abbildungen belegen, was ist die Folge davon? Der Besucher nimmt alle diese Broschüren und Prospekte mit; vielleicht behält er sie und belastet sich mit einer Menge unnützen Papiere, vielleicht wirft er auch drei von den vieren achtlos wieder fort. Welche Verschwendung von Unkosten! Ist es da nicht besser, man übt ein klein wenig Selbstverleugnung und geht von vornherein gemeinsam vor?

Die Hoteliers haben an dieser Verschmelzung ein mehrfaches Interesse. Vor allen Dingen kann es ihnen nur erwünscht sein, wenn das Propagandabudget der Verkehrsvereine, das sie doch zum grossen Teil zu tragen haben, durch ein Zusammengehen mit den Eisenbahnen erleichtert wird. Dies soll nicht einmal in dem Sinne gemeint sein, dass weniger für Propaganda ausgegeben werden soll, sondern vielmehr, dass für das angewendete Geld mehr und Besseres zu beschaffen ist.

Auch dass die Verschmelzung für die Eisenbahnen Ersparnisse bedeutet oder mit dem vorhandenen Budget mehr geleistet werden kann, ist für die Hoteliers von Wichtigkeit, denn jede Steigerung der Eisenbahnpropaganda kommt ihnen ebenfalls zu gute.

Das wie dürfte keinen nennenswerten Schwierigkeiten begegnen. Praktisch ist ja mit

den gemeinsamen Inseraten in England, denen sich ebensolche in Frankreich anschliessen sollen, bereits der Anfang gemacht worden. Auch besteht bereits die erwähnte Kommission zur Beratung von Propagandafragen. Ihr würde die Aufgabe zufallen, künftig über alle Publikationen zu beschliessen, die die Schweiz im allgemeinen, einen kleineren Teil derselben oder auch einen bestimmten Ort betreffen.

Die Propaganda für die einzelnen Orte und Talschaften ist jetzt ausschliesslich Sache der dort bestehenden Verkehrsvereine. Diese werden scheinbar einen Teil ihrer Selbständigkeit verlieren, wenn sie sich für alle ihre Publikationen an die Kommission als Zentralstelle wenden müssen. In Wirklichkeit bleibt ihnen aber die Initiative für ihre Unternehmungen vollständig gewahrt; die Zentralstelle soll nicht einschränkend wirken, sondern im Gegenteil Erleichterungen bieten, teils indem sie die von den andern Teilen an die Propaganda des Einzelortes zu leistenden Beiträge festsetzt, teils indem sie die künstlerischen und literarischen Kräfte, die die kleineren Orte nicht immer verfügen. Von der Zentralstelle kann, wenn die Leitung in den richtigen Händen ruht, ein ausserordentlich gesegensreicher Einfluss auf die Ausstattung der Propaganda-Drucksachen ausgehen, dadurch dass sie die tüchtigsten Kräfte des Landes heranzieht, die hier ständig lohnende Aufgaben finden werden. Allerdings wird da manches Oertchen darauf verzichten müssen, seiner Lokalgröße für ihre schriftstellerische oder zeichnerische Betätigung billige Lorbeeren flechten zu dürfen.

Die Eisenbahnen, in erster Linie die Bundesbahnen, die bisher zu der Propaganda der Einzelorte im allgemeinen keine Zuschüsse geleistet haben, werden sich gewiss hierzu verstehen, in der Erwägung, dass diese nur ein Teil der allgemeinen Propaganda ist, und dass die eigentliche Eisenbahnpropaganda durch die Verschmelzung mit der Verkehrspropaganda überhaupt aufhört, zu bestehen. Die Verteilung der finanziellen Lasten wird überhaupt eine der schwierigsten Fragen bei der Verschmelzung bilden; keine unlösbare indessen, denn der bisherige Ausgabenat der Bahnen, der Verkehrsvereine und des Hoteliervereins bietet eine feste Grundlage.

Die Verschmelzung kann sich natürlich, von Ausnahmen abgesehen, weder auf die Affischen oder Prospekte eines einzelnen Hotels, noch auf die Plakate und Fahrpläne von Bergbahnen erstrecken. Indessen kann die Zentralstelle auch dem einzelnen Hotelier in mannigfacher Weise zu Hilfe kommen, schon dadurch, dass ihr auch die Organisation der schweizerischen Reklame im Auslande zufällt.

Es wäre zu wünschen, wenn die hier angeschnittene Frage auf die Tagesordnung der nächsten Versammlung des Verbandes der Verkehrsvereine gesetzt würde und dann auch an die Eisenbahnen die Einladung erginge, zu derselben Stellung zu nehmen.

H. Behrmann.

Erwiderung an die „Rivista degli Alberghi“.

Unsere scharfe Entgegnung an die Adresse des Herrn Morasso wegen seinen Artikeln im Neapolitaner *Mattino* und in der *Palermite Ora* hat uns italienischerseits einen Brief und einen Artikel eingetragen. Den Brief brauchen wir nicht zu beantworten, denn aus ihm ergab ganz deutlich, dass dessen Schreiber den ver-

läumderischen Artikel nicht gelesen hat und aus lauter Ritterlichkeit die Verteidigung Morassos übernahm. Der Artikel dagegen, in der Rivista degli Alberghi erschienen, spricht in voller Kenntnis der Tatsachen und verdient etwas näher angesehen zu werden. Zuerst belehrt uns das italienische Schwessterorgan, dass Herr Mario Morasso nicht der erste Beste ist, sondern ein ziemlich bekannter Schriftsteller. Das macht seine Sache umso schlimmer, denn einem Menschen, der etwelchermaßen angesehen ist, glaubt man eher, auch wenn er die ärgsten Verdächtigungen ausspricht, und die von einem bekannten Autor ausgestreuten Verläumdungen laufen weiter als die Schmähungen einer dunklen Schreiberseile.

Die Rivista degli Alberghi tadelt zwar tüchtig die „persönlichen und beleidigenden Urteile des italienischen Aestheten“ (!) hebt aber nicht genug die Infamie und Gemeinheit des Artikelschreibers hervor, der mit seinen Anklagen nach das geringste gegen die Ehrenhaftigkeit der Schweizerbevölkerung beweisen kann, sie aber trotzdem eine Bande von Dieben und zurückgebliebenen Barbaren nennt.

Die Rivista erhebt nun den Vorwurf, wir seien in unserer Erwiderung in den Spuren Morassos gewandelt und hätten unsere Widerlagen, gerade wie er, verallgemeinert. Abgesehen davon, dass es in der übrigen Schweizerpresse noch schärfer geklungen hat, ist die Anklage nicht ganz richtig.

Wir waren in der Lage eines Advokaten, der einen Klient zu verteidigen hat, der so unnatürlicher und zugleich lächerlicher Dinge angeklagt ist, dass eine Beweisanstrengung seitens des Angeklagten, abgesehen von ihrer nahezu unmöglichen Durchführung, den Schein erwecken muss, es sei etwas, wahres an der Sache. Da hat dann der Advokat das Recht zu fragen: Ja, was sind denn das für Leute, die so ungeheuerliche Anklagen vorbringen? was sind das für Bildungsbüher, die unsere Schulen verläumdern, unsere Behörden beschimpfen, unsere Sitten verhöhnen, unsere Bevölkerung beleidigen? Und wenn man dann vernimmt, dass diese Anklagen nicht von dem hochstehenden moralischgesunden Oberitalien herrühren, sondern von Neapel und Palermo, so wird auch die Rivista begreifen, dass wir auf diesen pikanten Kontrast aufmerksam machen dürfen, und auf die Bildungsstufe hinzuweisen berechtigt waren, in welcher die Bevölkerung dieser beiden Provinzen (nicht etwa von ganz Italien) steht.

Im Grunde ist es der Fall nicht wert, mit unserer befreundeten Rivista deswegen eine Polemik anzufangen. Wir sind jedoch überzeugt, dass unser Ton berechtigt war, denn wenn man in Zukunft weiss, dass scharf gewortet wird und dass der moralische Schaden auf den Angreifer zurückfällt, so dürften die einfältigen Anrempelungen auf unser Land nach und nach seltener werden.

Th. G.

Franzoesentum in der Schweiz?

In der „Köln. Zig.“ vom 30. Juli wird mit sonorer Entrüstung über das Franzoesentum in der deutschen Schweiz gewortet, und es wird dabei den Deutschen der Rat erteilt, die Schweiz zu meiden, weil man hier überall — französische Speisekarten treffe — darin besteht nämlich dieses Franzoesentum!

Der entrüstete Germane hat sich in der Schweiz deswegen tüchtig geigert. Er hat jeden Tag, bei jedem Essen, mit dem Wirt, mit der Kellnerin, ja mit dem Koch Handel bekommen, indem er deutsche Benennung der Speisen verlangte. Er schliesst seine Epistel mit dem Satze:

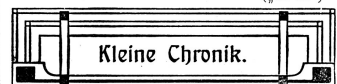
„Es handelt sich um unser Ansehen und unsere Bewertung im Auslande; denn eine französische Speisekarte in einem deutschen

Land muss jeder anständige Deutsche als eine persönliche Beleidigung empfinden. Drum ihr deutschen Reisenden, die ihr in diesem Jahre die Schweiz überflutet, sprecht deutsch, verlangt deutsche Erwiderung, und zeigt vor allem den Gasthofbesitzern, dass ihr Deutsche und keine Franzosen seid.“

Der Mann hat insoweit nicht unrecht, wenn er es lächerlich findet, dass man in deutschen Sprachgebieten sich auf das Deutsche so wenig zu besinnen scheint, wenn man den Gästen sagen will, was ihnen zu Tische vorgesetzt wird. Das ist aber nicht nur in der Schweiz so. Wir haben erst berichtet, wie sich einer in den „M. N. N.“ über die in Deutschland herrschende Unsitte der französischen Speisekarte lustig machte. Als guter, kerngesunder Deutscher machte er sich darüber lustig. Der Döfler der Kölnischen dagegen ärgert sich, ärgert damit auch andere, und das ist dumm. Wie würde er sich erst ärgern, wenn er im Schwarzwald, im bayerischen Oberland oder im „urdeutschen“ Tirol, ja selbst in Berlin, von den Rheinländern gar nicht zu reden, die Speisekarten mit jenem schrecklichen Französisch oder jenem oft total verkehrten Deutsch lesen müsste!

Darum wird man gut tun, auf allen Reisen den kleinsten Sinn zu Hause zu lassen, sich an Speise und Trank gütlich zu tun und nur dann zu schimpfen, wenn diese schlecht sind — dann ist einem wohl auf Reisen, und umso wohler, je schöner das bereiste Land ist!

(„L. T.“)



Kleine Chronik.

Furkastrasse. Das Hotel Belvédère ist mit elektrischem Licht und Heizung versehen. Die Aufstellung eines Scheinwerfers ist in Aussicht genommen.

Leyzin. Suivant décision de l'Assemblée générale de la Société anonyme du Grand Hôtel Anglo-Américain et les Chamois celui-ci s'appellera désormais Sanatorium Les Chamois à Leyzin.

Bordighera. Herr G. W. Kohl, langjähriger Direktor des Hotel Bristol in Beaulieu, hat von Herrn Parodi das Hotel de Londres in Bordighera käuflich erworben und wird es unter dem Namen Hotel d'Albion weiter führen. Eröffnung am 1. Oktober.

Marienbad. Hier drohen die Kellner mit Streiks. Sie verlangen bessere Kost und Schlafstellen im Hause und fordern, dass der Servierkellner auch das Inkasso bei jenen Tischen habe, wo er bedient. Die Kellner von Karlsbad sollen sich mit den Marienbadern solidarisch erklären.

(„N. Fr.“)

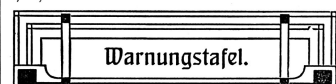
Köln. Das an des Hotel Ernst rückwärts grenzende, 600 qm grosse Grundstück Bahnhofstrasse 6, auf dem ein stattliches Patrizierhaus neuer Zeit steht, ist für 450,000 Mk. zu dem Hotel hinzugekauft worden und soll in den geplanten modernen Neubau einbezogen werden. Mit letzterem soll, wie jetzt bestimmt verlautet, alsbald begonnen werden.

Vom Flaschenbierhandel. Im Gegensatz zu Basel ist diese Frage in der Waadt auf friedlichem Wege gelöst worden, indem der waadtländische Wirtverein in seiner jüngst stattgefundenen Jahresversammlung den Vertrag mit dem westschweizerischen Brauereiverband ratifiziert hat. Derselbe enthält u. a. das Verbot, Bier in Fässern an Private, Pensionen, Vereine und Verbände von Vereinen für Waldfeste usw., sowie Bier in Flaschen in der Zahl von weniger als 12 abzugeben. Konflikte sind einem Schiedsgericht zu unterbreiten. Das Strafen von 100 bis 200 Fr. verhängen kann. — In Luzern hat der Wirtverein beschlossen, gegen sämtliche Basler und Rheinfelder Brauereien den Boykott energisch durchzuführen.

Falsch gerechnet. Der Gulois in Paris rechnet aus, dass jährlich 8 Millionen Touristen die Schweiz bereisen. Der Durchschnitt ihrer Ausgaben betrage aber nur 50 Fr. pro Kopf, die Gesamtausgabe somit 150 Millionen Franken. An dieser Berechnung ist die erste Zahl grundfalsch; denn selbst in den Jahren mit ausgezeichneter Saison wird die Besucherzahl eine halbe Million nicht überschreiten. Es will uns scheinen, der Gulois habe seine Neugierigkeit aus einem Eisenbahnbericht geschöpft, wo es sich nicht um Touristen, sondern um Reisende überhaupt handelt. Damit verliert auch die angegebene Zahl von 50 Fr. als Gesamtausgabe pro Kopf ihren Wert; denn allein in den Hotels werden jährlich 150–180 Millionen Franken verausgabt, also nicht mitgerechnet Eisenbahnen, Schiffe, Einkäufe etc.

Verband der bündnerischen Verkehrsvereine. Am Montag tagte in Chur die kantonale Wegmarkierungskommission zur Besprechung der Organisation der von der letzten Delegiertenversammlung beschlossenen allgemeinen und einheitlichen Markierung der wichtigsten Pässe des Kantons. Das Projekt, welches in seinen allgemeinen Grundzügen von der Delegiertenversammlung angenommen wurde, stellte sich als Erweiterungsbüchlein in bezug auf die Anzahl der zu markierenden Pässe heraus. Eine auf Ende August oder Anfang September einzubehaltende zweite Versammlung soll auf Grund der Anträge der Sektionen die Liste der zu markierenden Pässe festsetzen. Die Durchführung der Markierungsarbeiten dürfte 2–3 Jahre in Anspruch nehmen; der Kanton wird in mehrere Bezirke geteilt, die, soweit möglich, gleichzeitig in Angriff genommen werden sollen.

Schweizerische Landes-Ausstellung. Das vorbereitende Komitee für die Schweizerische Landesausstellung in Bern hat folgendes Budget aufgestellt: Vorausgesetzt sind ca. 10,000 Aussteller und 1,900,000–1,800,000 Besucher. Einnahmen und Rückvergütungen — es werden nur die Hauptposten erwähnt — Subventionen 2,000,000 Fr., Band 1,500,000 Fr., Kanton Bern 500,000 Fr., Stadt Bern 350,000 Fr., Burgergemeinde 100,000 Fr., andere Kantone 150,000 Fr., Privatbeiträge 150,000 Fr., Garantie 500,000 Fr., Bauten, Anlagen 300,000 Fr., Platzgelder, Versicherungen usw. 600,000 Fr., Eintrittsgelder 1,600,000 Fr., Drucksachen 350,000 Fr., Wirtschaftsausgaben 300,000 Fr., Verlosung 1,200,000 Franken, besondere Ausstellungen 600,000 Fr., Total 8,750,000 Fr. Unter den Ausgaben figurieren folgende Hauptposten: Garantiekapital 600,000 Fr., Zentralleitung 400,000 Fr., Bauten 3,500,000 Fr., Installationen 700,000 Fr., Aufsicht, Reinigung 800,000 Franken, Drucksachen 470,000 Fr., Verlosung 800,000 Franken, besondere Ausstellungen 600,000 Fr., Total 8,750,000 Fr.



Warnungstafel.

Achtung! Gauner! Es wird uns aus Montreux geschrieben:

„Dieser Tage wurde bei uns ein Gaunerstreich versucht, der zur Warnung die Veröffentlichung wert sein könnte. Es war am letzten Donnerstag (1. August), da traf eine Depesche ein folgenden Wortlauts:

„Favorite tenere mia disposizione appartamento due camere salotto possibilmente comunicanti. Compiacetevi attendervi istruzioni mio maggiordomo, che mi precederà così.“

Was auf deutsch bedeutet:

„Halte zu meiner Verfügung kleines Appartement: zwei Zimmer, Salon, möglichst ineinandergehend. Erwarte Instruktionen meines Hofmeisters, der vor mir eintreffen wird.“

Herzogin Alberta Ascoli.“

Die gewünschte Wohnung wurde vorgemerkt und zwei Tage später, also am Samstag, rückte der Maggiordomo auch wirklich an, um sich dieselbe anzusehen. Alles war in Ordnung, der Preis vereinbart und Herr Mercedes Alberta (so hieß er nämlich) hatte ausserdem die Güte, uns verschiedene Ratschläge und Empfehlungen zu erteilen, die uns bei der Bedienung der hohen Herrschaft zu statten kommen sollten. So müssten die Damen stets in ihrem Salon und durch den gleichen Kellner bedient werden. Die Mahlzeiten würden je abends für den darauf folgenden Tag bestellt und ausserdem empfahl er uns die Gesellschaftsliste nach ganz besonderer Aufmerksamkeit. Diese zu behandeln müsse man namentlich verstehen: Sie wäre sehr anspruchsvoll und nervös, dabei aber eine gute, ganz traktable Dame. Montags wird also die Herrschaft kommen. Die Zimmer aber zahlt sie selbstredend, weil reserviert, schon vom Tage der telegraphischen Bestellung ab. Schlussendlich zieht der gute Mann noch seine an uns gerichtete Empfehlung der *Duchessa (Dama d'onore de S. M. la Reine Mère d'Italie)* aus der Tasche, die er uns als fast überflüssig so ganz nebenbei unter die Augen führt. Dasselbe tut er auch mit einem Frachtbrief auf ca. 700 Kilos im Bahnhof Montreux während des Gepäcks lautend. Es sind leider wertvolle Sachen darin und diese müssen baldmöglichst ausgeliefert und hierher gebracht werden. Zur Auslösung dieser Preziozen hat die *Duchessa* geruht, einen 1000-fränkigen Check auf Locarno auszustellen. Da es zu fröhlicher Weise Samstag nachmittag ist, so haben dieselbe bei der zuständigen Bank natürlich nicht eingelöst werden. Diese ist heute zum grossen Bedauern des Herrn Alberta bis Montag früh geschlossen und ausserdem braucht man (die Hotelkasse) ihm nicht den ganzen Betrag zu geben: „Hilfte genüge schon für den Augenblick. Wahrscheinlich, ein sehr bescheidener Mann. — Wir sehen uns den Mann näher an, verlangen telefonische Verbindung mit der betreffenden Bank in Locarno (die selbstredend unsere Ahnung bestätigte) und benachrichtigten die

Polizei. Leider noch aber der Kerl auch Lunte und bevor die Polizei und die Antwort von Locarno da ist, verschwand plötzlich Herr Alberta auf Nimmerwiedersehen. — Und wir warten immer noch auf die *Duchessa*. Der Schwindler konnte unseres Wissens noch nicht festgenommen werden. Er ist mittelgross, proportionierte Statur, mit grau meliertem Schnurrbart, trug graue Kleidung mit schwarzem, weichen Hut. — Möge niemand hereinkommen!

Ann. der Red. Dieser Wunsch ist leider nicht in Erfüllung gegangen, denn wie uns vom gleichen Orte gemeldet wird, ist es dem Schwindler gelungen, mit dem nämlichen Manöver ein Hotel um 450 Fr. zu beschwindeln. Der Bestohlene gibt nachstehende Schilderung des „herzlichen Couriers“. Er ist von kleiner Statur, 40–45 Jahre alt, trägt blaugrauen Anzug, grauen Schnurrbart, Italiener, spricht gebrochen französisch.



Briefkasten.

In Sachen der Firma Zündorf & Cie, als Verlegerin des Albums „Die Hotels und Bergbahnen der Schweiz“ können wir den Interessenten mitteilen, dass das von ihr herausgegebene Album nun wirklich erschienen und versandtgemäss zum Versand gelangt ist. Ein Verzeichnis der 1000 Hotels, denen das Album zum Auflegen im Lesezimmer zugesandt wurde, wird jedem Inszenten zugestellt und es wird ein amtlich beglaubigtes Exemplar in unserem Bureau, sowie in den Verkehrs-bureaus von Genf, Montreux, Interlaken, Luzern, St. Moritz, Davos, Lugano und bei der Verlagsfirma in Zürich zur Einsicht auflegen; so lautet die Erklärung der Firma. Ob dem so sein wird, wird sich jeder in den nächsten Tagen mit Leichtigkeit (telefonisch) überzeugen können. In der Versandliste vermissen wir allerdings die Reisebureaus, von denen im Vertrag ebenfalls die Rede ist.

Was die vertraglich versprochene Veröffentlichung der Liste in der gelestenen Hotelkennung anbelangt, so hatte die Firma die Absicht, hiezun den Inserenten der „Hotel-Revue“ zu benutzen und es wurde in der Tat auch eine bezügliche Anfrage an uns gestellt; wir haben uns aber veranlasst gesehen, die Aufnahme eines solchen Inserates aus prinzipiellen Gründen abzulehnen.

Gegen die innere und äussere Ausstattung des Albums lässt sich nichts einwenden, dagegen haben die Inserenten guten Grund, ungehalten zu sein darüber, dass es um einen Monat später erscheinen, um seine Wirkung als Propagandamittel noch für dieses Jahr auszuüben. Es ist eben bedauerlich, dass die Reisenden solcher Unternehmen den Hoteliers gewöhnlich das Blaue vom Himmel herunter versprechen, wohl wissend, dass es nicht gehalten werden kann. Ob das Ganze, von dem jedem einzelnen zu leistenden Betrag von 200 Fr. wert ist, das muss die Zukunft lehren.

Vertragsbruch. — Rupture de contrat.

Emanuel Richard, Kellner.

C. Saratz, Palace Hotel, Pontresina.

Gustav Bachmann, Officier.

E. Bob, Direktor, Hotel Waldstätterhof, Luzern.

Herbst- und Winter-Saison.
P. P.
Den Hh. Mitgliedern des Schweizer Hoteliers-Bundes hiemit zu der Kenntnisnahme, dass unsere im Einigkeitsabstimmung und unter Mitwirkung des Zentralbureaus des Hoteliers-Bundes unternommenen Vorarbeiten zur
Zentralisierung der Hotel-Propaganda
so weit vorgeschritten sind, dass wir ab heute Propaganda-Aufträge zu den vortheilhaftesten Bedingungen auszuführen in der Lage sind. Folgende zur Verfügung.
Union-Reklame, Luzern
Konzessionär des Publikationsbefehles des S. F. D.
Telephon 1276.

An die tit. Inserenten!

Gesuche um Empfehlung im redaktionellen Teil werden nicht berücksichtigt. — Reklamen unter dem Redaktionsstrich finden keine Aufnahme. — Ein bestimmter Platz wird nur auf längere Dauer und gegen einen Zuschlag von 10 bis 25% reserviert.

Seide Messaline- u. Radium- Gestreifte u. karierte Louisine- u. Taffet- Satin Chine- u. Jourée-
G. Henneberg, Seiden-Fabrikant, Zürich.

für Blusen und Roben in allen Preislagen, sowie stets das Neueste in schwarzer, weißer u. farbiger „Henneberg-Seide“ v. 95 bis 65 Fr. 25.— v. Met. — Pronto ins Haus. Muster umgehend.

BAHNHOF-HOTEL
in bedeutender Stadt Süddeutschlands billig zu verkaufen. Gut gelegenes, nett eingerichtetes und brillant arbeitendes Geschäft, das leicht vergrössert werden kann. Nötiges Kapital mindest. Fr. 80,000.—. Agenten erhalten keine Antwort.
Offerten unter Chiffre H 358 R an die Expedition ds. Bl.

Zu verkaufen

besonderer Umstände halber eine in vollem Betrieb stehende

Fremdenpension

mit ca. 70 Betten, grossem Umgelände, prächtigem Naturpark, Schiff- und Bahnstation am Vierwaldstättersee. Anzahlung nicht unter 50 Mille.

Offerten befördert unter Chiffre H 767 R die Expedition dieses Blattes.

ONTRECHT
EAU
ALCALINE
En vente dans tous les hôtels de premier ordre.

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

Wegen Wegzug
zu verkaufen
in aufblühendem Luftkurort Graubündens ein bestrenommiertes
HOTEL mit schönem Baurain und gegenwärtig bis auf den letzten Platz besetzt.
Offerten unter Chiffre H 758 R an die Exped. ds. Bl.

Für Hotels und Restaurants.
Empfehle ganz feine
Rahmkäse de Brie. (K 8443) 2040
Beste Portionenkäse in Kisten von 36 Stück, per 1 Stück à 20 Cts. in Staniolverpackung franko.
Emil Müller, Molkerei, Rothenburg bei Luzern.

Maison fondée en 1796
Vins fins de Neuchâtel
SAMUEL CHATENAY
Propriétaire à Neuchâtel
Marque des hôtels de premier ordre
Dépôt à Paris: V. Pédier, 20, rue de la Harpe
Dépôt à Londres: J. & R. McCracken, 38, Queen Street City E.C.
Dépôt à New-York: Cusenier Company, 110, Broad Street.