Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 1 (1892)
Heft: 17

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: 21.05.2025

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

BASEL, den 2. Juli 1892. **BALE,** le 2 Juillet 1892.

Erscheint Samstags. **No. 17.** Paraîssant le Samedi.

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

Inserate: 25 Cts. per 1spaltige Petitzeile 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. — 1ère ANNÉE.

Organ und Eigenthum des Schweizer Hotelier-Vereins.

Organe et Propriété de la Société Suisse des Hôteliers.

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

Téléphone No. 1370.

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

Nachdruck der Originalartikel nur mit Quellenangabe gestattet.

Wer diese Nummer innert drei Tagen nicht refüsirt, wird als Abonnent betrachtet. Vereinsmitglieder erhalten das Blatt beständig gratis. Der Bezug der Abonnementsgebühren findet für die Schweiz (5 Fr.) und für Deutschland (6 Mark 50) per Postnachnahme statt.

Die Abonnenten in Frankreich, Oesterreich und Italien sind ersucht, den Betrag (7 Fr. 50) per Mandat einzusenden an

Die Expedition.

Quiconque ne refusera pas ce numéro, dans un délai de 3 jours, sera considéré comme abonnée. Les sociétaires reçoivent l'organe gratuitement.

L'abonnement sera encaissé par la poste. Les abonnés de la France et de l'Italie sont priés d'envoyer le montant (7 Fr. 50) par mandat de poste à

l'Expédition.

Reklame und Schwindel.

V.

Als Schluss über dieses Thema, reihen wir den zuletzt in Nr. 13 besprochenen zweifelhaften Reklame-Unternehmen noch einige «würdige» an.

Erwähnen wir in erster Linie das prunkhafte Auftreten einiger solcher Institute, die allein schon durch einen pompösen Titel zu imponiren suchen, dabei aber gewöhnlich das Gegentheil erreichen: «Internationaler Verein der Gasthofbesitzer, mit Sitz in Brüssel»*) betitelt sich ein solches Institut, von dessen Bestehen aber bis jetzt nichts an die Oeffentlichkeit gedrungen, ausgenommen eben dieser Anzeige, in welcher es den Besitz eines sich selbst ausgestellten Annoncen-Jagdpatentes anzeigt. Aus dem Circular ersieht man deutlich, dass der wohlklingende Titel nur als Beschönigungsmäntelchen dient.

Ein anderes Institut führt sich unter dem glorreichen Patronate einer Kaiserl. Hoheit ein. Wenn das nicht «zieht», dann allerdings weiss man kaum mehr, was man eigentlich den engherzigen Hoteliers noch bieten soll, damit sie anbeissen.

Ganz bescheiden schreibt ein Dritter: «In der richtigen Erkenntniss, dass die Anzeigen von Hotels und Bädern in politischen Zeitungen und grossen illustrirten Journalen in dem Inseratenwust verschwinden und übersehen werden, haben die Hotelbesitzer und Badedirektionen seit Jahren derartige Empfehlungen mit Erfolg unserem Wochenblatt ..... zugewendet». Es scheint aber dass der Verleger diese «Verherrlichung» der politischen Blätter und Journale als nicht «zügig» genug befunden, denn am Schlusse seiner Epistel fügt er noch bei, dass er gerne bereit sei, noch 50 % Rabatt auf die Preisansätze zu gewähren. —

Wenn ein Vierter die nackte Mauer eines Hauses zu bekleksen wünscht und dann schreibt, dass sich schon zahlreiche grosse ausländische Häuser für die Fläche beworben, dass er aber Schweizerfirmen vorziehe, so schätzen wir weder ihn, noch seine Mauerfläche, dafür aber seinen Patriotismus um so höher, wenn ihm damit gedient ist, heisst das.

Es ist zum Erstaunen merkwürdig, dass bei diesen Anpreisungen immer und immer etwas mit unterlaufen muss, wodurch der loyale Charakter des Unternehmens erhebliche Einbusse erleidet.

So z. B. weiss jeder Hotelier, der in kostbilligern Reklamen macht, was eine «Times» ein «Standard» ein «Daily Telegraph», «World» «Morning Post», «Graphic», «New-York-Herald», «Figaro» etc. etc. für Bedeutung haben. Wir können desshalb nicht begreifen, dass ein Unternehmen welches mit solchen Namen aufrückt, noch nöthig hat, überschwängliche Circular-Reden zu halten. Anfangs des Circulars wird betont, dass der Rang der erwähnten Blätter einen weitern Commentar überflüssig mache. (Wir finden es auch). Warum dann aber in der Fortsetzung des Circulars mit 7- und 8ziffrigen Zahlen um sich werfen? «26,000,000 Insertionen für 11 L. Sterling!» Bei einer solchen Offerte wäre man versucht zu antworten, dass sie Anbetracht des Gebotenen viel zu billig sei, wenn man nicht zum Voraus wüsste, dass diese Zahlen, so faktisch sie sind, für den Subscribenten weniger in's Gewicht fallen, als der Name und Rang der erwähnten Blätter. Die vielen Nullen, von denen einige so wie so als «Null» betrachtet werden können, erhöhen den Werth der Offerte keineswegs, können aber leicht dazu beitragen, bei Diesem oder Jenem einen Zweifel gegenüber dem Unternehmen aufkommen zu lassen, ebenso gut wie wenn ein «Erstes Russisches Eisenbahnwaggonannoncenbureau, (es ist gestattet mitten im Wort Athem zu schöpfen) sich damit brüstet, dass 40,000,000 Reisende sich der russisch-polnischen Bahnen bedienen und damit sei der Erfolg einer Waggon-Reklame doch gewiss gesichert. Auch von diesen Nullen darf der Inserent einige als wirklich «Null» betrachten, denn wo wollte er, nur den 10,000stel Theil der Reisenden gerechnet, auch unterbringen?

Wir kommen nun noch auf eine komische Offerte zu sprechen, welche sich durch die Ausdrucksweise in fremder Sprache ausgezeichnet charakterisirt. (Man ist gebeten nicht zu lachen). Hier der buchstäbliche Inhalt des Circulars:

«Notre gazette « . . . . . », journal pour l'industrie-hôtel et de «Gastronomie» presentent, nous prends la liberté fait votre attention en l'avantage d'annoncer dans notre journal Celle est vendu en 10,000 numero par la semaine et lu en Suède, Norvège et Finlande dans hôtels, des bateaux à vapeur, chemins de fer, trains de cheval e. p. (!) Elle est aussi vendu dans les familles plus excellent, lorsque la section gastronomique ils ont rédiger avec beaucoup de circonspection et connaisances. La rédaction obliger soimême sur distribution de vos cards, si vous êtes favorable d'envoyer celles-cis.

La grand nombre des Scandinavs, qui faire voyages tous les années en la continents, ils fait souvient demans en la redaction du gazette sur des routes voyages, des hôtels, où ils pouvaient retirer e. p. En ces cas, des insertions sauraient de grand avantage pour vous.

La prix des insertions sont 2 centimes de ligne. En insertions tout l'année nous vous concéder 25 %, anneé demi 15 %.»

Damit ist die Kritik über die Reklameunternehmen, welche als solche an die Oeffentlichkeit treten, für einmal geschlossen, nicht aber diejenige über Unternehmen, die oberflächlich betrachtet, keine Reklamen, oder besser gesagt, keine Annoncen aufnehmen, Reklamen aber wohl.

Der Unterschied zwischen Annonce und Reklame besteht hauptsächlich darin, dass letztere mehr in Textform abgefasst und in den eigentlichen Theil des Textes eines Blattes oder Buches übergeht, wie dies namentlich bei Reisehandbüchern der Fall ist, welche Bücher gewöhnlich vom Geiste der strengsten Unparteilichkeit «angehaucht», aber selten davon durchdrungen sind.

Als Beweis hiefür diene der Schlusssatz eines vor uns liegenden Briefes, welcher lautet: «Ich bitte Sie, den Herrn . . . . ., Vertreter meines Bäder-Almanachs *freundlich* aufzunehmen und werde gerne alle Aufmerksamkeiten, welche Sie ihm angedeihen lassen, in meinem Almanach gebührend anerkennen». Obwohl diese Phrase nicht aus der Unterwelt kommt, sondern von «ännet dem Rhy», so lässt sie doch «tief» blicken und wehe dem «unfreundlichen» Hotelier, der dem Vertreter beim Weggange für den «unentgeldlichen», vielleicht mehrtägigen Besuch zu *danken* vergisst; schwarz auf weiss wird seine Handlungsweise einige Wochen später geschrieben, pardon, gedruckt stehen, in nicht gar angenehmer Satzwendung.

Vor einigen Tagen stand eine Kritik über ein kürzlich erschienenes und seit Jahren berühmt gewesenes Schweizer Reisehandbuch und wurde dabei die Frage aufgeworfen, warum z. B. bei Anführung der Restaurationen in Basel, diejenigen von den Hotels Victoria und Gotthard, zunächst dem Centralbahnhof gelegen, nicht im Buche figuriren.

Dieser Frage fügen wir eine zweite und dritte bei. Erstens: Warum wurde von der Einführung der mitteleuropäischen Zeit bei den badischen Bahnen keine Notiz genommen, es heisst nämlich in dem betreffenden Buche, unter Basel: «Die Badische Zeit geht der Schweizer Zeit um 4 Minuten vor» und doch geht sie schon seit 1. April um 30 Minuten vor. Zweitens: Warum figurirt unter den Sehenswürdigkeiten der Stadt Luzern das Henneberg'sche Panorama: «der Uebertritt der Bourbakischen Armee in die Schweiz» nicht?

Noch andere Unvollständigkeiten, z. B. bezügl. Brünigbahnhofrestauration in Luzern und Anderes mehr sind uns um so auffälliger, als an dem Reisehandbuch doch über 80 Mitarbeiter bethätigt sein sollen. Man wäre fast versucht zu glauben, dass die «Engherzigkeit» der Inhaber der erwähnten Etablissemente einen Einfluss auf die Schnelligkeit der Feder der betr. Mitarbeiter ausgeübt habe, wie auch die Abfassung über die im Buche enthaltenen Etablissemente, namentlich Hotels, zuweilen zum Nachdenken veranlasst. Sollten solche Vermuthungen begründet sein, so wäre das Vorgehen der betr. Firma selbst dadurch nicht entschuldigt, dass das Unternehmen einer Aktiengesellschaft zugefallen, die auf Dividenden reflektirt.

*) Nicht zu verwechseln mit dem Internationalen Verein der Gasthofbesitzer in Köln, dessen Bestrebungen und Tendenzen denjenigen des obenerwähnten Vereins gerade zuwiderlaufen auf dem Gebiete des Reklamewesens.

15% de rabais.

Quoique nous ayons réservé pour plus tard le sujet traitant des différents bureaux exigeant du rabais des hôteliers pour les voyageurs, et de leurs principes d'affaires, afin de terminer premièrement les articles traitant de «la réclame et du charlatanisme», il nous faut pourtant entrer sur ces entrefaites dans la matière du premier sujet nommé ci-dessus, puisqu'il y a justement des «instituts de félicité populaire», promettant beaucoup, qui croissent

actuellement et à différents endroits hors du sol comme des champignons. C'est pourquoi il est juste que nous fassions remarquer de suite ces entreprises, de présenter leur démarche effrontée sous son vrai jour et d'en traverser les desseins.

Il y a peu de temps que des cartes furent adressées de la ville de Gênes à la plupart des hôteliers en Italie et en Suisse et probablement aussi ailleurs, par lesquelles «une agence internationale pour les touristes» etc. fait remarquer sa «combinaison» nouvellement inventée, et demande aux hôteliers, de lui faire parvenir un tableau et un nombre de cartes d'adresses qui, grâce aux «énormes» relations commerciales de l'entrepreneur dans les capitales du «monde entier», seront distribuées d'une manière très «avantageuse» pour les hôteliers.

La meilleure preuve de ce que l'inventeur de cette «combinaison» ne croit pas lui-même à la distribution «avantageuse» des cartes, c'est la circonstance que la carte porte les paroles que voici: les cartes seront distribuées à tous les touristes *qui en feront la demande.* Ce procédé dépend donc de la supposition que le touriste connaisse déjà tel ou tel hôtel ou qu'il lui ait été recommandé de quelque autre part, donc il sera en tout cas inutile de remettre la carte qui, aussi rarement que cette occasion puisse se présenter, sera probablement retirée d'abord du panier à papiers de la dite agence. Cependant ceci n'est pas la chose principale, c'est plutôt le passage final de la carte: «Dans le cas que vous «accepterez» ma combinaison, je vous prie, de me communiquer, quelle *provision* que vous m'accorderez par personne ou par famille, que je vous enverrai. Voilà en quoi consiste la recommandation «avantageuse».

Mais voici qu'une autre entreprise se montre, ayant son point de départ à Londres et qui s'y prend d'une manière plus effrontée encore. «*Association for the Promotion of Hom and Foreign Travel*», («Société pour le développement du mouvement des voyageurs en Angleterre et à l'étranger»,) voilà le titre de cette institution. Dans les circulaires, que la plupart des hôteliers ont eu «l'honneur» de recevoir, (du moins, des hôteliers de différents pays nous en ont envoyé), le système des anciennes «sociétés de coupons» comme celles de Cooks, de Gaze etc. est d'abord déclaré nuisible aux intérêts des voyageurs et des hôteliers, naturellement sans que les noms soient nommés directement. Probablement que cela est fait ainsi dans le dessein d'acquérir plus de confiance dans cette nouvelle entreprise.

Afin de caractériser correctement les démarches de cette nouvelle société, nous ne pouvons faire mieux que de rendre la circulaire littéralement. En voici la teneur:

Monsieur,

«Nous venons de former une société à Londres dans le but de faciliter et d'augmenter les voyages des touristes anglais sur le continent.

On a pratiqué jusqu'à présent dans notre pays le système des coupons d'hôtel qui, à notre avis, ne répond ni aux intérêts du voyageur ni aux intérêts des propriétaires d'hôtel.

Avec le vieux système les voyageurs sont obligés der verser aux agences de coupons de fortes sommes d'argent avant leur départ pour se procurer les coupons d'hôtel. Ils courent le risque de perdre les coupons ou qu'on les leur vole. Ils ont l'inconvenient d'être obligés de se déclarer porteurs de coupons aussitôt qu'ils descendent à l'hôtel. Ils ne sont pas libres de choisir leurs chambres. Ils sont obligés de prendre leurs repas à des heures fixes et ne reçoivent pas un escompte sur leurs extras.

Par notre système les voyageurs ne font aucun deboursement anticipé. En arrivant à un hôtel ils choisissent leurs chambres à l'étage qu'ils préfèrent et plus ou moins chères selon leurs moyens. Ils prennent leurs repas à la table d'hôte ou à la carte. Ils font des arrangements en pension et ont une réduction aussi sur les vins, liqueurs, etc. Avec le vieux système les propriétaires d'hôtel ont le désavantage de recevoir en paiement des coupons que d'habitude il n'encaissent qu'à la fin de la saison, et sur le prix desquels ils font un escompte de 20% sans compter la retenue de 5% ou 10% faite par les Agences de Coupons à la présentation des coupons mêmes. En outre ils ont toujours le risque de perdre leur argent si les Agences de Coupons venaient à faire faillite.

Par notre système les propriétaires d'hôtel encaissent leur argent tout de suite et s'en servent. L'escompte qu'ils accordent à nos voyageurs sur l'appartement et les repas est plus avantageux pour les propriétaires que celui accordé aux coupons. L'escompte qu'ils accordent sur les boissons en augmentera la vente. Enfin ils peuvent être sûrs que nos voyageurs en quittant leur hôtel partiront satisfaits et recommanderont l'hôtel à leurs amis et connaissances. Au contraire les voyageurs munis de coupons peuvent recevoir une chambre plus ou moins bien située et confortable, selon que l'hôtel est plus ou moins occupé et dans ce cas ils partent de l'hôtel mécontents et ne lui font jamais une bonne réclame.

Or ce que nous vous proposons est de signer un contrat avec nous dans le sens de celui que nous vous remettons ci-inclus.

Si vous acceptez les conditions specifiées dans le dit contrat, veuillez le signer et nous l'envoyer *par retour de poste* à fin que nous puissions ajouter le nom de votre hôtel à la liste de ceux qui ont déjà accepté notre proposition et que nous allons publier bientôt dans notre «GUIDE DES HOTELS EN EUROPE» lequel sera largement répandu par toute la Grande Bretagne, et dont nous vous enverrons une copie. Ce Guide fera une réclame immense à votre hôtel.»

Le contrat est ainsi conçu:

CONTRAT.

Il a été convenu entre Mr. le Propriétaire de l'Hotel . . . . . situé à . . . . . en . . . . . et l'Association for The Promotion of Home and Foreign Travel, domiciliée à Londres:

Qu'à tous les voyageurs qui descendront à l'hôtel sus-mentionné, munis de la carte de membre de la sus-dite association, il sera accordé par le propriétaire un rabais du 15% (quinze pour cent) sur le total de leur note d'hôtel, c'est à dire sur l'appartement, l'éclairage et le service, sur lesrepas, sur les boissons, et sur tous les autres items de la note. En même temps M. le Propriétaire s'engage à ne pas accorder ce rabais aux membres de notre société qui lui présenteraient une carte dont la date serait *antérieure* à celle marquée sur la carte même. Cela est aussi dans son intérêt, car *la carte n'étant valable que pour une seule année,* il ne sera pas obligé de faire aucun escompte sur la note.

Les voyageurs ne seront obligés à produire la carte de l'association qu'au moment de payer leur note.

Si les voyageurs désirent rester à l'hôtel en pension et fixent un prix de pension ils auront droit à un rabais de 5% (cinq pour cent) lorsque a la fin de la semaine ils règleront leur note.

Mr. le Propriétaire s'engage à ne contracter avec aucune autre Société de la Grande Bretagne ayant un but semblable et cela pour toute la durée de ce contrat.

En cas de vente de son hôtel, Mr. le Propriétaire promet de faire tout son possible pour induire le nouveau propriétaire à respecter la presente convention.

Ce contrat est valable pour cinq ans à partir de ce jour, soit jusqu'au . . . . . et Mr. le Propriétaire s'engage à donner un préalable avis de trois mois à la société dans le cas où il ne voudrait pas renouveler le contract, autrement il reste entendu que le contrat sera renouvelé pour cinq ans.

L'association est en droit d'annuler le présent contrat à la suite de plaintes repétées et bien fondées de la part des souscripteurs, et cela par un avis d'un mois seulement a n'importe quelle date.

Aha! Il s'agit de donner le coup de grâce aux sociétés de coupons. Non pas que nous verserions une larme en leur faveur; mais nous sommes d'avis que de deux maux le plus petit en est toujours le plus agréable. C'est qu'il ne répondrait pas mal à l'esprit dominant qui se fraie actuellement le chemin, si les sociétés de coupons, qui ont déjà tondu leur brebis en partie durant 50 années, remettraient une fois leurs ciseaux de coupons entre les mains de cette nouvelle société. Cependant nous ne pourrons concéder le droit à la nouvelle société de donner un coup de bec aux établissements de Cooks, Gaze etc., que quand celle-là aura établi la preuve que son mérite pour le relèvement du mouvement des étrangers est égal pour le moins à celui des sociétés de l'«ancien» système. La nouvelle société n'aura même pas le temps d'attendre si longtemps.

«La modestie est une vertu mais sans elle on marche mieux». C'est ainsi que pensait probablement la nouvelle société lorqu'elle fixait le taux à relever sur les hôteliers. Pourquoi pas, on peut démontrer facilement par la statistique, que les hôtels de l'Europe qui profitent le plus, rapportent une rente nette de 14 pour-cent tout au plus; donc la nouvelle société ne demande qu'un seul pour-cent de plus, qu'*un* hôtelier sur *mille* peut épargner pendant tout une année. Certes, ce n'est pourtant pas trop demandé. Les 999 restants de mille, doivent regarder cela certainement comme un «honneur», que cette nouvelle société vent se soucier de faire tout son possible pour leur «allégement».

Et en quelle mesure cet allégement se ferait; la plus grande partie des actionnaires, qui participent à des hôtels en actions, peuvent témoigner qu'il n'y a pas beaucoup de ces hôtels «profitables» avec une rente de 14%, et la plupart des hôteliers actifs, infatigables et d'un grand savoir peuvent être contents, s'ils osent considérer comme bénéfice et salaire les 1 à 4% outre le payement légal et hypothécaire des intérêts du capital. Par ceci, la «modestie» de la nouvelle société est qualifiée et nous conseillons à tous les hôteliers, comme service réciproque bien mérité, déjà à cause de la simple prétention de la part de la société envers les hôteliers, de jeter au feu la circulaire et le contrat de la nouvelle société.

Que celui qui ne sait pas estimer l'honneur de sa maison et de sa propre personne y morde, mais qu'il fasse attention que l'hameçon ne lui reste pas planté dans la gorge.

Nous nous réservons d'entrer prochainement encore plus en détail sur le système des bureaux d'étrangers en général.

Ein neuer Reklame-Modus.

(Korrespondenz).

Mancher Europamüde geht hinüber über den grossen Bach, um dort das Land zu finden, wo Milch und Honig fliesst. Da diess nicht Alle finden, selbst nicht jeder geriebene Yankee, so ist es nicht zu verwundern, wenn einmal Einer von Drüben — herüber kommt, um Milch und Honig hier zu suchen. Dass nun aber wieder der Gastwirthstand die Milchkuh und die Arbeitsbiene sein soll, ist gewissermassen auch nicht zu verwundern, wenn man die Schwäche, den Egoismus, die Zerfahrenheit und das unkaufmännische Gebahren dieses Standes, (es thut einem weh, zu sagen *unseres* Standes) kennt. Ein solcher importirter Yankee stellte sich vor einigen Tagen auf folgende Weise bei mir vor: «Ik sprecke 18 Sprachen, mit der gleiche audace, wie ik sprecke daitsch, ik habe mit die Spitze meiner Zunge in zehn Jahren verdient eine Million Dollar. Ik stelle mich in ihren Dienst, und empfehle ihr Haus als das Beste der Stadt, oder wenn Sie wollen von die ganze Welt. Sie geben mir ihre Adresskarten (des Hotels) und versprechen mir auf Ehrenwort, von Jedermann, Einzeln, Familie oder Parthie, welche sich mit der von mir unterzeichneten Empfehlungskarte presentirt, 1% der Total-Rechnung für meine Bemühung zu verabfolgen». Die Controlle resp. Angabe der Summe ist dem braven Wirth selber überlassen.

Nun Collegen Gasthofbesitzer, rührt Euch dieses Vertrauen in Eure Ehrlichkeit nicht!

Die Art und Weise, wie die Adresskarten unter das reisende Publikum gebracht werden sollen, hat der ehrliche Makler auch verrathen: «Ik mache mich an die Dienerschaft der reisenden Herrschaften, welche meine Agenten werden müssen, ik lege Ihre Karten aber auch dem Reisenden in und auf den Weg. Meine mündliche Ueberredung ist Gold werth und es kann mir Niemand widerstehen». Auf diese Art verschafft sich der Mann diejenigen Gasthofbesitzer, welche lieber nur 1% als 10 bis 15% von ihrem Profit zahlen möchten als seine Tributaire, er wird ihn freundlich aufnehmen, weil dieser ein bescheidener Kerl ist und er mit ihm eine Abrechnung zu machen hat, die gegenseitiges Vertrauen erfordert. Sollte ein College übergangen worden sein, dem ist die Redaction dieses Blattes gerne bereit, die Adresse des «Unwiderstehlichen» zu liefern, damit auch er dem Glück die Hand biete, er wird nicht allein stehen, denn es sind solch' Minderprozentige schon einige bekannt.

Allgemeines.

Kleinbasler Gedenkfeier. *Fahrpreis-Ermässigung nach Basel.* Um den voraussichtlich zahlreichen Festtheilnehmern von Zürich und Bern aus den Besuch der Gedenkfeier zu erleichtern, gibt das hiesige internationale Reise- und Verkehrsbureau durch seine dortigen Filialen zu den Zügen am Samstag den 9. Juli ab Bern 6 Uhr früh, an Basel 9 Uhr 30 M. Vor., und ab Zürich 6 Uhr 30 M. früh, an Basel 8 Uhr 52 M. Vorm., Billets nach Basel und zurück zur gewöhnlichen Sonntagstaxe aus. Die Theilnehmer können dann einzeln mit beliebigen Zügen innerhalb drei Tagen nach der betreffenden Abgangsstation zurückfahren, und zwar muss diese Rückfahrt in Zürich um 10 Uhr 10 M. und in Bern am Dienstag früh 12 Uhr 27 Min. (Nacht vom Montag zum Dienstag) beendet sein.

Luzern. Die Frage der Errichtung eines Britischen Konsulats in Luzern beschäftigt, laut Mittheilungen der «Swiss & Nice Times», die hiesige englische Kolonie sehr lebhaft.

Tessin. Auf dem Monte Generoso ist der neu erbaute Gasthof eröffnet worden.

Lugano. Hr. Bazzi, Eigenthümer des «Hôtel de la Poste» und «Schweizerhof» in Luino, gedenkt auf die Wintersaison neben der Eisenbahnstation in Lugano ein neues Hotel, «Hôtel de la ville» (Pension bon air) zu eröffnen.

Locarno. M. Christen-Kesselbach, hôtelier bien connu d'Andermatt, vient d'ouvrir une Pension d'Étrangers sous le nom d'Hôtel du Parc.

Zürich. Das «Hotel Central» an der Bahnhofbrücke in Zürich ist dieser Tage käuflich an den bisherigen Pächter, Hrn. Baltensweiler, übergangen.

Retourbillete Zürich-Mailand. Der Schweizerischen Nordostbahn soll es gelungen sein, eine Verständigung der betheiligten Gesellschaften für Einführung von Retourbilleten Zürich-Mailand herbeizuführen und dass mit der Ausgabe von solchen innerhalb der nächsten zwei Monate begonnen werden wird.

Schaffhausen. Stadtrath und Verkehrskommission in Schaffhausen haben Unterhandlungen geführt, welche es mit aller Wahrscheinlichkeit ermöglichen, dass schon mit kommendem 1 Juli ein permanenter Omnibusverkehr für die gegenwärtige Fremdensaison zwischen Schaffhausen und Neuhausen ins Leben treten wird.

Graubünden. Das neue Stahlbadhotel in St. Moritz soll am 2. und 3. Juli offiziell eröffnet werden Sein definitiver Name lautet: «Grand Hôtel des nouveaux Bains.»

Bern. Die Brienz-Rothhorn-Bahn erfreut sich, obschon die Fremdensaison noch nicht im höchsten Flusse ist, schon eines lebhaften Verkehrs. Am 24. Juni sollen ungefähr 80 Personen auf der Bergeshöhe das grossartige Panorama bewundert haben.

Meiringen. * Das Kurhaus «Alpbach» ob Meiringen ist mit 1. Juni pachtweise von E Baud, langjähriger Besitzer des nunmehr abgebrannten Hotels «zur Krone» in Meiringen übernommen worden. Hotel Alpbach, nur 30 Minuten von Meiringen, kann einer allfällig eintretenden Wohnungsnoth in Meiringen, für Familien, wirksam entgegentreten und bietet Platz für 70 Personen; in unvergleichlich schöner Lage liegend, (900 Meter über Meer) dient dasselbe auch seiner gesunden, stärkenden Luft und reinem Quellwasser als Absteigequartier für Erholungsbedürftige. Das Hotel ist durch zeitgemässe Verbesserungen nun auch comfortabel eingerichtet, so dass dasselbe auch den Ansprüchen feinerer Familien gerecht werden kann.

Bergbahnen. Aus Anlass der Eröffnung der Brienz-Rothhornbahn werden folgende Maximalhöhen zusammengestellt:

Bötzbergbahn 464. Kahlenbergbahn 484. Harzbahn 503. Gütschbahn 520. Hauenstein 562, Giessbachbahn 663. Magglingen 879, Bürgenstockbahn 879, Wädenswil-Einsiedeln 898, Brünigbahn 1004, Beatenbergbahn 1116. Gotthardbahn 1155, Vesuvbahn 1185, Arlbergbahn 1310, Canadian-Pacific 1312, Brennerbahn 1367, Mürrenbahn 1611. Monte Generoso 1639. Rigibahn 1750. Pilatusbahn 2006, Central-Pacific 2160. Brienz-Rothhornbahn 2252 Meter über Meer.

— Die Bundesversammlung ertheilte die Konzession für die Bergbahnen Scheidegg - Eiger - Zermatt - Gornergrat und Zermatt-Matterhorn.

Wallis. Der Gemmipass ist eröffnet.

Brigue. * (Corresp.) Cette petite ville, au pied du Simplon, paraît attirer de plus en plus l'attention de medecins suisse et étranger. Son climat particulièrement salubre et sec serait pour certaines maladies d'une éfficacité merveilleux. Le nombre d'étranger qui y sejournent va toujours en augmentant et on annonce déjà qu'une trentaine de familles de toute nationalité se propose à y passer l'hiver prochain.

Nous enrégistrons avec plaisir que cet heureux résultat n'est pas seulement dû à la belle situation de cette ville, à l'urbanité de ses habitants, mais aussi au mérite de nos maitres d'hôtel qui dirigent les 3 hôtels de cette localité, l'hôtel de la Couronne, l'hôtel d'Angleterre, l'hôtel-pension Suisse où les touristes aiment à établir leur quartier général pour les excursions dans notre regions alpestres.

Les recherches pour retrouver les anciennes sources des bains de Brigue (à 3 Kilom. de Brigue) très célèbres au 15me et 16me siècle (v. Simmler et Stumpf) et détruite par un éboulement ont eu un plein succès. Reste à trouver des capitaux nécessaire pour leurs reconstruction.

Chamonix. Am 28. ds. wurde die erste glückliche Besteigung des Montblanc durch Hrn. Meyer aus Paris, Sohn des berühmten Optikers Meyer ausgeführt.

Hat ihn! Ein Fritz Alchenberger von Summiswald, von dessen Geschäftskniffen wir früher schon berichteten, hatte in Stein ein «Europäisches Zentral-Stellenvermittlungsbureau» aufgethan und dasselbe zu allerhand Prellereien benutzt. Das Bezirksgericht Rheinfelden verurtheilte ihn, lt. «Luz. Tagbl.», zu einer Zuchthausstrafe von 1½ Jahren, Ein-

stellung im Aktivbürgerrecht, Rückersatz an die Geschädigten und Tragung aller Kosten. Recht so!

Paris. Um die geplante Berliner Weltausstellung zu vereiteln, wird im «Figaro» eine Pariser Weltausstellung für's Jahre 1900 angeregt. Es verlautet, dass die Beschaffung der Geldmittel und ein Komite für das Projekt bereits vorbereitet seien.

Weltausstellung in Chicago. Zu den Wundern der columbischen Weltausstellung wird auch, wie die «Frkf. Ztg.» schreibt, ein unterirdisches Theater gehören. Es hat sich nämlich eine Gesellschaft gebildet und ein Grundstück erstanden, um ein Theater 150 Fuss unterm Strassenniveau zu errichten. Die ganze Einrichtung ist abweichend von der üblichen szenischen Gestaltung moderner Bühnen geplant: die gesammte Dekoration ist beweglich und drehbar, während das Publikum sich auf einer beweglichen Bühne, einem mächtigen Fahrstuhl, befindet. Auf diesem Fahrstuhl wird der Besucher in die Tiefe gelassen. Auf dieser unterirdischen Fahrt wird man fünf Stationen passiren, Bühnen, 33 × 28 Fuss im Umfang, woselbst dem Besucher verschiedene Panoramen vorgeführt werden. Dieser bewegliche Fahrstuhl wird 35 Fuss im Umfang messen und ungefähr 150 Personen aufnehmen können. Jeder Abstieg wird 10 bis 15 Minuten erfordern, und ebenso viel die Auffahrt. Ausser einer bildlichen Darstellung des Dramas, der Oper und unterseeischen Lebens soll man Tropfsteinhöhlen, unterirdische Kanäle und Aquarien zu sehen bekommen.

Was kostet eine Reise nach Chicago zur Weltausstellung? Diese Frage, welche wegen der im nächsten Jahre stattfindenden Weltausstellung auch für viele Schweizer ein aktuelles Interesse gewinnen dürfte, wird in folgender Weise beantwortet: Die Fahrt über Antwerpen, Bremen oder Hamburg kostet von der Schweizergrenze, eine 30-prozentige Ermässigung der Schifffahrtkarten und eine 50prozentige Ermässigung auf den Eisenbahnen vorausgesetzt (beide werden mit Sicherheit eintreten) Rundreise erster Klasse 900 Fr. Die Differenz wird durch die Lage der an Bord des Schiffes zu bewohnenden Kabine bestimmt; in zweiter Klasse 600 Fr., im Zwischendeck ungefähr 400 Fr. Die Preise gelten für Personenzüge bis zum Hafenplatze, dann mittelst Schnelldampfer bis New-York und von da mittelst Expresszug nach Chicago. Die Fahrtdauer beträgt via Hamburg und Bremen neun, via Antwerpen zehn bis elf Tage. Mit den übrigen Passagierdampfern wird die Reise etwas billiger, dauert aber vierzehn bis sechszehn Tage. Zehrgeld benöthigen wir je nach unsern Bedürfnissen, mindestens aber 50 Fr. In Chicago miethen wir uns ein möblirtes Zimmer für 16 Fr. per Woche und speisen nach Belieben in Restaurants zu 5 Fr. per Tag. Im Hotel kostet uns das Leben mindestens 12 Fr. per Tag. Rechnen wir noch täglich 7½ Fr. Auslagen in der Ausstellung, so ergibt sich, dass wir einschliesslich aller erdenklichen Auslagen, ohne uns irgendwie im Geringsten einschränken zu müssen, für die Summe von rund 1750 Fr. in der zweiten Klasse eine Vergnügungsreise in der Dauer von zwei und einem halben Monat und auf eine Entfernung von Tausenden von Meilen machen. Die Fahrt von New-York nach Chicago bietet eine grosse Fülle von Naturschönheiten, die wir ohne Zwang, ohne Störung unserer Bequemlichkeit geniessen können. Eisenbahnkasten, enge Coupés kennt man in Amerika nicht. Man sitzt im grossen Salon in einem weich gepolsterten, geräumigen Salon; man kann spazieren gehen, in einem weichen Bette schlafen, ohne den Zug einen Augenblick verlassen zu müssen. («Confid.»)

Originelle Empfehlung. Ein Budapester Hotelier empfiehlt sein Etablissement wie folgt:

Der Gefertigte beehrt sich, das . . . . . hiermit bestens zu empfehlen. Dieses Hotel ist im Mittelpunkte der inneren Stadt gelegen und ist von allen Bahnhöfen mittelst Omnibussen und auch Pferdebahnen in kürzester Zeit zu erreichen. Im Hotel gibt es keine Restauration, daher auch Abends keine sogenannten Concerte, folglich eine ungestörte Nachtruhe, ferner gibt es keine Zimmerkellner und auch keinen Portier. Das ganze Bedienungspersonal beschränkt sich auf ein Stubenmädchen in jedem Stock und einen Lohndiener, welcher zugleich das Gepäck besorgt. Durch diese Anordnung erspart der Reisende an Trinkgeldern beinahe so viel, als er in andern Hotels für Zimmermiethe allein bezahlt. Andernfalls ist aber der Reisende nicht dem überall üblichen Spalier des «glückliche Reise» wünschenden Hotelpersonals ausgesetzt. Die Zimmerpreise sind von fl. 1 per Tag aufwärts, Service wird nicht berechnet. Jedem Reisenden, welcher gut und dabei sehr billig wohnen will, ist somit das Hotel wärmstens zu empfehlen.

Der Nährwerth des Wildprets ist nach den eingehenden Untersuchungen des Dr. Haberkorn im Vergleich zu den verschiedenen Fleischsorten ein sehr hoher. Der betreffende Gelehrte hat gefunden, dass hundert Pfund Fleisch nachstehende Mengen von Eiweissstoff enthalten: Ochsenfleisch zwanzig, Kalbfleisch neunzehn ein halb, Hammelfleisch sechzehn ein halb und Schweinefleisch sechzehn Pfund, dagegen Rebhuhnwildpret fünfundzwanzig und Hasenwildpret dreiundzwanzig ein halb Pfund.

Internationale Fremdenliste
hoher und höchster Personen.

Schinznach. Die Königin Isabella mit Kindern und die Prinzen Ferdinand und Albert von Bayern werden den Monat Juli im Bad Schinznach zubringen und die ganze erste Etage in Besitz nehmen.

Grindelwald. Lord und Lady Stalbridge mit Familie weilen im Hotel Bären.

Kissingen. Fürst und Fürstin Bismarck sind in Kissingen eingetroffen.

Köln. Der König von Rumänien nebst Gefolge ist gestern hier eingetroffen und im Hotel du Nord abgestiegen, ebenso der Fürst zu Wied. Die Reise geht von hier nach Brüssel.

Im Verlage von J. A. Preuss in Zürich erscheint seit Juni eine neue «Illustrirte Schweizer Reisezeitung» in wirklich kunstvoller Ausstattung, mit äusserst gelungenen Illustrationen. Es ist nur schade, dass das Blatt gefalzt verschickt wird, wodurch die Illustrationen erheblich leiden, namentlich wenn es sich um spätern Einband handelt. Auch ist das Format des Blattes ein nicht gerade gefälliges.

Unverfrorenheit. Kellner (zu einer Dame, die er begossen): «Nein, Madame, was Sie für ein Glück haben — Ihnen fällt aber auch Alles in den Schooss!»

Neues Symptom. Gast: «Wie geht's immer, Herr Wirth?»
Wirth: «Danke nicht schlecht! Nur mit meinen Augen bin ich nicht recht zufrieden. Von ihnen zum Beispiel hab' ich schon seit zwei Monaten kein Geld gesehen!»

Briefkasten der Redaktion.

F. i. B. Dank für Karte. Als wir die Notiz in dem betr. Blatte lasen, dachten wir gleich, dass ein darauf Bezug habender «Merks Marx» nicht ausbleiben werde. Dass man Ihnen aber den zum grössten Theil mit Scheere und Blaustift «geschriebenen» Artikel als eine «Korresp. aus Basel» auftischen möchte, ist denn doch etwas stark — und zudem wird ja dadurch das so hoch gehobene Verdienst des Blattes geschwächt, wogegen in dem Umstande, dass gerade diejenigen Hotels aufgeführt und empfohlen sind, welche im nämlichen Blatte Annoncen haben, wenigstens noch eine Gefälligkeit seitens der Redaktion zu erblicken wäre. Ob's wohl bei der Karte verbleibt?

Central-Stellenvermittlungs-Bureau des Schweizer Hotelier-Vereins.

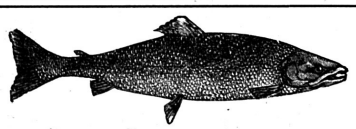
Offene Stellen:

No.	Gesucht werden	Alter	Sprachen d.	frz.	engl	ital.	Hotel-Rang	Ort	Eintritt
Div. No.	3 Saalkellner		"	"	—	—	II	Schweiz	Saison
Div. No.	3 Zimmermädchen		"	"	—	—	I & II	Schweiz	Saison
Div. No.	3 Café-Köchinnen		"	"	—	—	I & II	Schweiz	Saison
	3 Köchinnen, neb. Chef		"	"	—	—	I & II	dtsch. Schweiz	Saison
Div. No.	3 Chef-Köchinnen		"	"	—	—	II	Schweiz	sofort
538	2 Zimmermädchen		"	"	—	—	I	Westschweiz	Saison
540	1 Saalkellner-Volontair		"	"	—	—	II	franz. Schweiz	sofort
542	1 Saalkellner-Volontair		"	"	—	—	II	Centralschweiz	15. Juni
548	1 Saaltochter		"	"	—	—	II	Engadin	sofort
549	1 Portier f. kleines Haus		"	"	—	—		Engadin	"
550	1 tüchtiger Masseur		"	"	—	—	I	Ostschweiz	"

Eingeschriebenes Personal:

No.	Personal	Alter	Sprachen d.	frz.	engl	ital.	Eintritt	Bemerkungen
Div.-No.	3 Direkt., Chefs d. Récept.	28—39	"	"	"	"	sofort	
"	4 Chefs de Cuis.	24—47	"	"	—	—	"	
Div.-No.	3 Sekretäre	26—39	"	"		"	sofort	
"	4 Oberkellner	26—45	"	"	"	"	sofort	
"	6 Conc.-Conduct.	22—40	"	"	"	"	"	
"	3 Zim.- & Rest.-Kellner	18—29	"	"	"	—	"	
"	3 Etage-Portiers	23—32	"	"	"	—	"	
"	4 Zimmermädchen	20—42	"	"	"	—	sofort	
611 "670	2 Lingères	24, 27	"	"	—	—	sofort	
Div.-No.	3 I. Aides de Cuisine	21—25	"	"	—	—	sofort	
"	4 II. » » »	18—23	"	"	—	—	"	
"	5 Pâtiss. Entremet.	19—37	"	"	—	—	"	
"	3 Kochlehrlinge	17—21	"	"	—	—	"	
"	3 Haushält.	25—40	"	"	—	—	"	
491	1 Liftier	19	"	"	—	—	sofort	

Expédition grösste Auszeichnung



Versandt 2 Diplome I. Classe

an der ersten

Schweizerischen Fischereiausstellung Basel 1891.

Reelle Bedienung.

Ia.	Dindonneaux	5.—6.—
"	Bresse-Capaunen	per Kilo 3.60—4.—
"	Bresse-Poulardens	
"	Bresse-Poulets	
"	Bresse-Tauben	1.25—1.50
"	Enten	3.50—4.—
"	Rehschlegel	12.50—15.—
"	Rehziemer	14—16.—
Ganze	Reh	per Pfd. 1.40
Ia.	Rebhühner	2.40
"	Birkhahnen	3.25
"	Fasanen	5.—
"	Wachteln	1.20
Frische	Choux-fleurs	p. Dtz. 12.—
»	Spargeln	» Bd. —.40
»	Carotten	» Dtz. 2.50
»	Kopfsalat	» » 1.80

Prompter Versandt nach Auswärts.

Aechten	Rheinsalm	p. Pfd. 1.80
"	Nord-Salm	1.40
Ia.	Rhein-Hechte	" 1.—
"	Soles	" 1.90
"	Turbots	" 1.20
"	**Zander**	" **1.10**
"	Schollen	" 0.60
"	Rothzungen	" 0.70
"	Raie de Paris	" 1.—
"	Merlans	" 0.70
"	Schellfische	" 0.50
"	Cabliau	" 0.50
"	Langoustes	" 4—12
Lebende	Krebsen	0.15—0.25
"	Forellen	pr. Pfd. 3.75
"	Karpfen	" 1.20
"	Schleien	" 1.80
"	Aale	2.—

Ia.	Yorker Schinken, 12—14P.schwer	" 1.—
"	Frankf. Schinken	" 1.75
"	Westfäl. Schinken	" 1.50
"	Gothaer Wurst	" 2.80
"	Salami	" 2.—
"	Gänseleberterinnen	von Artzner 2.25—25

Champagner Weine
alle möglichen Marken v. 3.— an
Rheinweine in grösster Auswahl

Burgunder	**Bordeaux**
Veltliner	**Madeira**
Malaga	**Oporto**

Liqueure von den allerf. Marken

Petits-Pois, Früchten-Compotes, Champignons, Saucen-Beilagen, Olivenöl, Tafelessig und alle möglichen feinen Esswaaren.

Russischen Caviar in ¼, ½ und 1/1 Pfd. Büchsen zu Fr. 1.50, 2.80 und 5.50
empfiehlt bestens **E. Christen, Comestibles, Basel.**

Saxer & Rohr
Lenzburg
Wurst- & Fleischwaaren-Fabrik
mit Dampfbetrieb.
Spezialität in (34)
Wurstwaaren nach norddeutscher Manier.
Schinken
zum Rohessen und zum Kochen.
Geräucherte Fleischwaaren,
Reines Flammenschmalz.

Gesottene *garantirt reine* **Butter**
hochfein in Geruch u. Geschmack
aus Schweizer-Sennereien
liefert
Heinrich Flad, Zürich.
(78) (H2646J)

Industrie vaudoise
Albumine Café
dit Café populaire économique, prêt à infuser.
Economie de temps, de combustible et meilleur marché que le café ordinaire. Seul produit analysé.
En vente partout. Sur demande, envoi d'échantillons gratuits. S'adresser à la maison (82)
L. Beausire, à Bex (Vaud).

Occasion!
Zu verkaufen
1 schönes, leichtes **2-plätziges Coupé** und 1 leichter **6-plätziger Omnibus**, neu. Näheres durch die Expedition dieses Blattes. (88)

Hotelmaschinen
jeder Art und zu allen Zwecken liefert in **bester** Ausführung
Th. Sauter, Mech. Ermatingen, Schw.
Reparaturwerkstätte. (54)
Man verlange illustrirte Kataloge.

Genève — Hôtel Richemond — Genf
Bedeutend vergrössert, nebst Villa Beau-Regard, 70 Zimmer, alle mit Aussicht auf See und Mont-Blanc. — Aufzug.
A. R. Armleder, Propr.

Alter, feiner, fetter
Unterwaldner-Reib-Käse
Garantirt absolut reiner
Natur-Bienen-Honig
liefert als Spezialitäten billigst
Otto Amstad, Beckenried,
(64) Unterwalden.

Foulard-Seide

— bedruckte — Fr. 1.50 Cts. p. Met.

(17)

bis **Fr. 6.55** (ca. 450 verschied. Dessins und Farben), sowie **schwarze, weisse u. farbige** Seidenstoffe v. **85 Cts.** bis **Fr. 22.80** p. M. — glatt, gestreift. karrirt, gemust. etc. (ca. 240 versch. Qual. u. 2000 versch. Farben, Dessins etc.

Seiden-Damaste	. . .	von	**Frcs. 2.10—20.50**
Seiden-Grenadines	. .	„	**„ 1.50—14.85**
Seiden-Bengalines	. .	„	**„ 2.20—11.60**
Seiden-Ballstoffe	. .	„	**„ —.85—20.50**
Seiden-Bastkleider	. .	„	**„ 16.65—77.50**
Seiden-Plüsche	. .	„	**„ 1.90—23.65**
Seiden-Masken-Atlasse	. .	„	**„ —.85— 4.85**
Seiden-Spitzenstoffe	. .	„	**„ 3.15 - 67.50**

etc. — Muster umgehend.

Seiden - Fabrik G. Henneberg, Zürich.

Basel

Hotel Krafft am Rhein

Schönste Lage

Nahe dem badischen Bahnhof

Neu und aufs Comfortabelste eingerichtet.

Bestens empfiehlt sich (40)

W. Lutz.

Höchstgelegenes

Hotel

mit Blick auf

Rom

und die (50)

Campagna

Nistelweck & Hassler, Propriétaires.

Hotel-Verkauf.

Auf 1. Oktober 1892 ist ein an einem der besten Plätze des

Vierwaldstättersee's

gelegenes Hotel von ca. 50 Betten zu verkaufen. Anzahlung 30—40,000 Fr.

Nähere Auskunft ertheilt die Expedition dieses Blattes. (80)

Fisch-, Wildpret- und Geflügelhandlung

von

FRIED. GLASER SOHN

BASEL (19)

Hoflieferant Seiner Majestät des Königs von Rumänien. Zwei Diplome an der schweizer. Landesausstellung Zürich

Höchste Auszeichnung a. d. Kochkunstausstellung in Zürich Diplom I. Klasse an der schweizer. Fischereiausstellung Basel

Besitzer der vorzüglichsten Rheinsalm-Fischereien.

Spezialität: **RHEIN-SALM.**

Spezialität in Ventilations-Anlagen

für Hotels, Restaurationen, Küchen, Keller, Schlafzimmer Aborte etc., erstellt unter Garantie (37)

J. P. BRUNNER, Heizung & Ventilation **Oberuzwyl** (St. Gallen).

Preisgekrönte Capweine

von **E. PLAUT, Capstadt.**

18 goldene und silberne Medaillen.

Ueber 800 Verkaufsstellen.

Garantirt reine Naturweine.

Hochfeine Frühstücks- und Dessert-Weine.

Medicinal-Weine ersten Ranges.

General-Dépôt für die Schweiz:

Carl Pfaltz, Basel, Import feiner Südweine.

Den Tit. Hôtels werden besondere Vortheile gewährt. (2)

Alfred Zweifel

MALAGA (Telephon) **LENZBURG**

(Spanien) (Schweiz)

Specialitäten:

Malaga rothgolden

(Marke Alfred Zweifel)

Preisgekrönt an der hygienischen Ausstellung in Stuttgart 1890

Aechte Insel Madeira, Sherry, Oporto, Ebro-Medoc, Cognac etc.

Directer Import. Persönliche Einkaufsreisen.

Obige Weine werden von den meisten grossen schweizerischen Hotel's gehalten. Versandt nach dem Ausland ab meinem **Privat-Zoll-Lager Lenzburg.**

Deutsch verzolltes Flaschenlager in **Freiburg i. B.,** von wo **Kistenversandt** nach allen **Theilen Deutschlands.** (76)

Max Oettinger
St. Ludwig i. E.

(1)

Orelli François

Locarno (Tessin)

Verkauf von Salami

und

Salametti

erster Qualität, à **Fr. 2. 80** pr. Kilo, freo. durch die ganze Schweiz. [87

Prima ganz fette

Ursener-Käse

4 bis 10 Kilo schwer zu Fr. 1.80 per Kilo versenden gegen Postnachnahme

Alois Müller Söhne

Hospenthal (Uri)

Einzige prämirte Firma (Preis und Diplom) für Ursener-Käse an der Schweizer. Landw. Ausstellung in Neuenburg 1887 und Weltausstellung (Medaille und Diplom) in Paris 1889. (89)

Bons-Bücher,

(1680 Bons) Fr. 2. 25 und 2. 50 per Stück. (83)

Closet-Papier

in perfor. Rollen u. in Paqueten.

Papeterie Jacobsohn, Basel.

J. BLATTNER Sohn Fischhandlung ERMATINGEN. BODENSEE

Versandt frischer Fische jeder Art u. beliebigem Quantum. Eisnackung. billigste. Tagespreise.

Lachener Präserven

vorzüglichste, gesunde, bequeme und sparsame Küche, nach hygienischen Grundsätzen aus den besten Produkten hergestellte **Suppeneinlagen, Dörrgemüse,** den frischen gleich, feinste **gekochte** und **andere Mehle** und **Griese, Tapioca, Sago** und **Panirmehle, fertige Suppen** in □, **Erbswurst, Nährsuppen,** womit für 15 Cts. 4 Portionen schmakhafte und nahrhafte Suppe in wenigen Minuten zu bereiten sind. (62)

Garantiren Prima Qualität und Reinheit.

Cornaz frères & Cie.

LAUSANNE

— maison fondée en 1770 —

VINS DU PAYS ET ÉTRANGERS

Specialité de

vins fins vaudois

Seuls concessionaires du vin d'Yvorne **„Clos du rocher"**

Médaille d'or à Paris 1889. (38)

Insel-Brauerei Lindau

(Bayern)

liefert ihr Bayerisches EXPORT-BIER nach allen Ländern. Stoff von anerkannt vorzüglicher Qualität, ist allgemein beliebt und ist besonders als Flaschenbier von hervorragender Güte. Je nach Grösse der Sendungen beträgt

die Fracht nach der Schweiz ab Lindau

4 bis 6 Cts. pro Liter weniger

als ab München.

Preisberechnung billigst; auf Wunsch frei ab Lindau oder franko verzollt Bestimmungsort.

Gebinde in beliebiger Grösse. Probefässer jederzeit zur Verfügung. Bedienung prompt, reell und coulant. (59)

Weinflaschen aller Art, Bierflaschen,

mit und ohne Patentverschluss, von $^3/_{10}$ bis 1 Liter. **Bordeaux-Flaschen** in der richtigen Form. Kleine **Henkel-Flaschen,** in Weidengeflecht, von 1 Liter an, für Touristen. **Trinkgläser, Fussgläser** aller Grössen, **geeichte Wirthschaftsflaschen.** Korbflaschen-Fabrik. Billige Preise bei prompter Bedienung. (32)

Friedrich Beff in Aarburg.

Hôtel-Verkauf.

Wegen Unglücksfall ist ein frequentirtes Fremden-Hôtel mit 70 Betten billig zu verkaufen. Sehr schön und an einer Bahnstation gelegen; das ganze Jahr offen.

Offerten unter Nr. 10 an die Expedition der « Hôtel-Revue ». (84)

Herausgegeben vom Offiziellen Centralbureau des Schweizer Hotelier-Vereins. Verantwortliche Redaction: Otto Amsler in Basel. Druck von K. J. Wyss, Basel.