

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 4 (1895)
Heft: 13

Artikel: Publicité-réclame
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-521870>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 21.02.2026

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

Basel, den 30. März 1895.

Bâle, le 30 Mars 1895.

Erscheint Samstags.

N° 13.

Paraissant le Samedi.

Abonnement:
Schweiz:
Fr. 5.— jährlich.
Fr. 3.— halbjährlich.
Ausland:
Unter Kreuzband
Fr. 7.50 (6 Mark) jährlich.
Deutschland,
Österreich und Italien:
Bei der Post abnommt:
Fr. 5.— (Mk. 4.—) jährlich.
Verlagsmitglieder
erhalten das Blatt gratis

Abonnements:
Pour la Suisse:
Fr. 5.— par an.
Fr. 3.— pour 6 mois.
Pour l'Étranger:
Envoi sous bande:
Fr. 7.50 par an.
Pour l'Allemagne,
l'Autriche et l'Italie.
Abonnement postal:
Fr. 5.— par an.
Les sociétaires reçoivent
l'organe gratuitement.

Inserate:
20 Cts per 1spaltige Petit-
zeile oder deren Raum
Bei Wiederholungen
entsprechenden Rabatt
Verlagsmitglieder
bezahlen die Hälfte.

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

Hôtel-Revue

4. Jahrgang 4^{me} ANNÉE

Organ und Eigentum
des

Organe et Propriété
de la

Schweizer Hotelier-Vereins.

Société Suisse des Hoteliers.

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

TÉLÉPHONE No. 1578.

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

Offizielle
Nachrichten.

Nouvelles
officielles.

Mitteilungen aus den Verhandlungen des Vorstandes vom 3. Februar 1895.

Den Austritt aus dem Verein haben erklärt:

1. Wittve Denoth vom Hotel Post in Martinsbruck wegen Tod ihres Mannes.
2. Herr Merian vom Hotel Schweizerhof in Basel ohne Angabe eines Grundes.

Aenderungen zeigten an:

1. Herr Lützelshwab, Direktor vom Hotel Steinbock in Chur, wird vom 1. Mai ab seiner Gesundheit wegen von seiner Stelle zurücktreten und bleibt Mitglied ohne Hotel.
2. Herr O. Duvoisin, früher ohne Hotel in Vevey hat Hotel und Pension Richelieu in Territet (ehemalige Pension Boand) übernommen.

In den Verein wurden aufgenommen:

1. Herr Adolf Haubensack vom Hotel Hirschen in Zug mit 38 Fremdenbetten.
2. Herr Fr. Dolder, Direktor vom Schimbergbad mit 100 Fremdenbetten.

Die Herren Carl und Theodor Hauser in Bern und Giessbach verdanken die Kondolenzbezeugung des Vereins anlässlich des Hinschiedes ihres Vaters des Herrn Carl Hauser vom Hotel Giessbach.

Auf eine Einladung des Vorortes des Schweiz. Handels- und Industrie-Vereins an seine Vereinsorgane zur Aeusserung: 1. über ein Postulat der gesetzgebenden Räte an den Bundesrat bezüglich öffentlichen Arbeitsnachweis und Schutz gegen die Folgen unverschuldeter Arbeitslosigkeit; 2. über eine Eingabe der Union Helvetia bezüglich Erlass einer Verordnung über staatliche Beaufsichtigung und Regulierung der Placierungsbüreaux wurde beschlossen zu erwiedern, das man glaube sich über die Frage des Schutzes gegen die Folgen der Arbeitslosigkeit diesseits nicht aussprechen zu sollen, da diese die Hotellerie weniger als andere Industrien berühre; dagegen halte man die Begehren der Union Helvetia für gerechtfertigt und unterstütze dieselben aufs beste.

Es wird Kenntnis genommen von einem Berichte des Präsidenten der Aufsichtskommission der Fachschule (Herrn Tschumi) über die sehr günstigen Resultate des im April zu Ende gehenden zweiten Schuljahres. Ein ausführlicher Bericht hierüber wird den Mitgliedern s. Z. zugestellt werden. — Dieses 2. Schuljahr wird mit einer kleinen Schulfest seinen Abschluss finden; auf Abhaltung einer öffentlichen Prüfung wurde verzichtet.

Herr Professor Maillard in Lausanne verdankt die Sympathie, welche dem Projekte seiner Kochschule bezeugt worden sind.

Extrait des délibérations du Comité.

(Séance du 23 Mars 1895.)

Démissions:

1. Mad. Veuve Denoth, Hôtel de la Poste, à Martinsbruck, par suite du décès de son mari.
2. M. Merian, Hôtel Schweizerhof à Bâle (n'a pas indiqué ses motifs).

Mutations:

1. M. Lützelshwab, Directeur de l'Hôtel Steinbock à Coire résignera ses fonctions le 1^{er} mai pour raison de santé, et reste sociétaire sans hôtel.
2. M. O. Duvoisin, jusqu'ici sans hôtel, à Vevey, a repris l'Hôtel-Pension Richelieu à Territet (ancienne Pension Boand).

Admissions:

1. M. Adolph Haubensack, Hôtel du Cerf, à Zoug, 38 lits de maîtres.
2. M. Fr. Dolder, Directeur des Bains de Schimberg, 100 lits de maîtres.

MM. Charles et Théodore Hauser (à Berne et au Giessbach) remercient la Société de ses marques de sympathie à l'occasion du décès de leur père, M. Charles Hauser, Hôtel du Giessbach.

Le „Vorort“ de l'Union suisse du commerce et de l'industrie a invité les sections à se prononcer 1^o sur le postulat des Corps législatifs au Conseil fédéral relatif au travail (bureaux publics de placement) ainsi qu'à la protection des ouvriers contre les conséquences du chômage involontaire; 2^o sur une pétition de l'Union Helvetia tendant à la promulgation d'une ordonnance concernant la surveillance et la régularisation par l'Etat des bureaux de placement. Le Comité décide qu'il n'y a pas lieu pour la Société de se prononcer sur la question de la protection des ouvriers contre les conséquences du chômage involontaire, attendu que cette question regarde moins l'industrie hôtelière que les autres; il estime par contre que la pétition de l'Union Helvetia est justifiée et mérite à tous égards d'être chaudement appuyée.

Il est pris connaissance d'un rapport du Président du Conseil de surveillance de l'Ecole professionnelle (M. Tschumi) constatant les résultats très favorables de la deuxième année scolaire qui se terminera en avril prochain. Un compte-rendu détaillé sera envoyé ultérieurement à tous les sociétaires. Cette deuxième année scolaire sera clôturée par une petite solennité; il a été décidé qu'il n'y aurait pas d'examens publics.

M. le Professeur Maillard à Lausanne remercie de l'accueil sympathique qu'a reçu son projet d'Ecole de cuisiniers.

Publicité-réclame.

Voici tantôt trois ans que nous avons mis notre plume au service de la croisade organisée contre la réclame de mauvais aloi et il devait fatalement arriver que parmi ceux qui s'intéressent à notre campagne, il s'en trouverait quelques-uns pour poser cette question: Si les agences de publicité louches et véreuses se comptent par centaines, comme c'est en réalité le cas et puisque l'organe social nous a régulièrement indiqué d'une manière non équivoque les entreprises dont nous devons ignorer l'existence si nous voulons éviter tout dommage, *quelles sont d'autre part les agences ou entreprises auxquelles il est possible de se fier sans réserve et dont on peut attendre directement ou indirectement le respectif du sacrifice pécuniaire qu'on s'est imposé?*

Jusqu'à ce jour, nous avons prudemment éludé ces questions, tout au moins n'y avons-nous répondu que par lettres privées adressées aux sociétaires; par principe toutefois, nous ne nous sommes jamais prononcé publiquement. De récentes sollicitations nous engagent cependant à déroger exceptionnellement à ce principe et à fournir quelques indices sur certaines entreprises de publicité qui, entre toutes celles existantes, offrent sans contredit le plus de garantie en fait de loyauté et de moralité et qui ne visent pas uniquement à s'enrichir aux dépens des personnes qui annoncent.

Nous nous bornerons ici à signaler deux catégories bien distinctes de moyens de publicité: en premier lieu la réclame organisée *administrativement* par les grandes compagnies de chemins de fer sur le réseau desquelles s'écoule le grand courant des voyageurs en provenance et à destination de l'Etranger; en seconde ligne celle qui résulte de la vivace activité des différents bureaux officiels d'étrangers, de renseignements, etc.

La Compagnie du Gothard tout comme celle du Jura-Simplon accomplissent en matière de publicité rationnelle, de vrais tours de force et depuis la création à Londres d'un bureau de renseignements destiné à favoriser spécialement les intérêts de son réseau, la seconde fait dans ce but des efforts gigantesques. Dans son numéro du 1^{er} novembre 1894, un journal londonien, le „Financial Times“, consacre à ce bureau et à son activité un long article qui dit entre autres:

„La lecture des prospectus, tarifs, etc. répandus par la Compagnie du Jura-Simplon est de nature à modifier qu'on tout l'idée qu'on était jusqu'alors quasi forcé de se faire du coût des voyages en Suisse; ces frais sont bien loin d'atteindre le taux qu'indique de temps à autre certaine presse, au contraire les prix en Suisse sont tels que chacun peut aisément y voyager sans dépasser les moyens dont il dispose et ce pays est si beau qu'il vaut vraiment la peine d'échanger une fois *Margate* contre Saint-Maurice ou *Brighton* contre l'Oberland bernois.“

En ce qui concerne la réclame du chemin Saint-Gothard, nous allons reproduire ce que dit le commissaire spécial suisse à l'Exposition universelle de Chicago dans son rapport officiel au Département des affaires étrangères, au sujet de la participation de la dite Compagnie à cette Exposition:

„La Compagnie du Saint-Gothard a exposé les plans et aquarelles de sa ligne dans l'édifice des moyens de transport, où elle disposait de toute la paroi est du bâtiment principal. Cette exhibition, parfaitement installée et très admirée des visiteurs, a eu plein succès; elle constituait une réclame bien entendue et tout à fait réussie tant pour le mouvement des étrangers que pour l'industrie des hôtels; elle mérite d'être citée comme une entreprise ayant un cachet d'utilité publique et comme une réclame générale pour notre pays, ce d'autant que la Compagnie du Saint-Gothard a supporté seule tous les frais de son exposition.“

Plus les deux Administrations du Jura-Simplon et du Gothard seront secondées par les cercles indirectement intéressés, plus elles pourront étendre et étendront leur propagande; ce que nous venons de dire vaut aussi pour les bureaux de renseignements. Bien que les Compagnies aient tout d'abord en vue leurs propres intérêts et que chacune vise à attirer en Suisse sur ses lignes la plus grande partie de la circulation des étrangers, c'est précisément cette lutte entre les deux réseaux principaux qui influe avantageusement sur le développement de cette circulation et il nous semble que les milieux les plus intéressés, les hôteliers de certains centres et de certaines contrées, ne devraient pas assister indifférents à cette lutte. Le courant des étrangers une fois arrivé, c'est alors aux intéressés collatéraux, dont les Compagnies ne se préoccupent et n'ont pas à se préoccuper, à guider les voyageurs et le meilleur moyen pour cela, ce sera de biffer du budget de la publicité les entreprises de l'efficacité desquelles on doute et d'augmenter ce budget dans le sens indiqué, ce qui se fera d'autant plus facilement que certains cercles d'hôteliers appliqueront davantage le système de la réclame collective.

Si la propagande des Compagnies de chemins de fer peut être qualifiée de réclame générale, nationale, pourrions-nous dire, qui embrasse des intérêts plus étendus que ceux des contrées et hôtels situés juste sur le parcours respectif, la propagande des bureaux de renseignements est plutôt locale, limitée à une seule ville ou à un certain rayon et les intérêts qu'elle doit favoriser sont presque exclusivement ceux des habitants de cette ville ou de ce rayon; il s'ensuit que ces bureaux cherchent rarement leurs ressources financières en dehors de leur sphère d'activité.

Afin de prévenir toute conclusion erronée, disons expressément que nous ne plaçons pas dans la ca-

tégorie des „moyens de réclame administrative et officielle“ les entreprises qui, bien que se présentant sous le pavillon de grandes compagnies de chemins de fer ou de navigation, sont en fait des entreprises privées, parce que ces administrations les ont affermées à des particuliers. A titre d'exemple nous citerons le „Manuel-Souvenir“ qui va paraître prochainement sous les auspices du „Lloyd nord-allemand“, mais est en réalité la propriété des éditeurs C. Reichmann et Cantor à Berlin. Naturellement cette maison doit chercher avant tout à rentrer dans le prix du fermage qui probablement n'est pas modique, en seconde ligne elle s'efforcera de tirer le plus d'argent possible du volume. Le fait que le „Lloyd“ n'est pas lui-même éditeur, permet de supposer qu'il ne veut pas s'occuper autrement de l'affaire; il suit de là que l'entreprise est dépourvue de caractère officiel, ce qui lui enlève la garantie morale vis-à-vis des fournisseurs d'annonces au „Souvenir“ ainsi que la sûreté du contrôle.

Sans vouloir examiner plus en détail cette publication, nous désirons cependant citer quelques passages de l'article paru à ce sujet dans un des derniers numéros de la „Wochenschrift“:

„Encore qu'il ne manque pas en Europe de bons guides de voyages et que cette littérature spéciale y abonde même, personne ne s'aviserait de blâmer le „Lloyd“ d'offrir un „Souvenir“ à ses passagers un guide de son ordi. Seulement il ne devrait pas, en grand seigneur qu'il est, chercher à se couvrir de ses frais par des annonces qui constituent pour le destinataire du cadeau un ballast de papier inutile.“

La réclame est chère dans ce guide (une page entière in-8° 400 mk., demi-page 225, 1/2 de page 125, 1/4 de page 75),** mais elle ne servira pas à grand-chose, car les voyageurs n'auront rien de plus pressé que d'arracher et de jeter au vent l'appendice-annonces du livre.

Le bulletin de commande renferme une chausse-trappe assez fréquente et sur laquelle nous voulons attirer l'attention. Il y est dit sans aucun signe insolite que l'intéressé donne l'ordre ferme et irrévocable d'insérer dans le dit guide pour le terme de deux ans une annonce au prix annuel de . . . mk.; mais plus bas se trouve placée tout innocemment cette clause: „Dans le cas où l'ordre ci-dessus ne serait pas résilié par écrit jusqu'à la date du 15 juillet 1898, il conservera ses effets pour la 3^e année également et bénéficiera alors d'un rabais de 10%“.

Ce fait nous engage à réitérer le conseil souvent donné, mais non superflu, de toujours examiner avec le plus grand soin tout ce qui doit être signé. Dans le tourbillon des affaires ou bien par légèreté innée pour les „petites“ choses, plus d'un pourrait s'imaginer avoir fait, en remplissant et signant le bulletin, un essai de 400 mk., alors que plus tard il découvrirait à sa profonde stupefaction qu'il a contracté l'engagement de payer 1200 mk.*

Si un certain projet, auquel on travaille depuis quelque temps, était assez avancé pour qu'on pût en annoncer déjà la réalisation certaine, tandis qu'on sait uniquement jusqu'ici qu'il doit venir tôt ou tard, nous nous serions abstenus de rompre une lance en faveur de la „réclame administrative et officielle“: en effet l'exécution de ce projet permettrait à chaque hôtelier de rogner son budget pour réclame dans ce sens également et d'affecter à quelque chose d'autre“ des sommes relativement minimes dont il trouvera un double et triple équivalent.

*) Note de la Rédaction. Le „Lloyd“ n'est pas intéressé au „Souvenir“, sauf qu'il donne son nom contre une grosse indemnité qui, à ce qu'on nous assure, est versée à la caisse de secours des employés de la Compagnie.

**) Ces chiffres nous font l'effet d'être destinés à jeter de la poudre aux yeux.

Rundschau.

Hotel-Aktiengesellschaften. Während in der Schweiz die Übernahme von Hotels durch Aktiengesellschaften seit einigen Jahren „Mode“ geworden ist, fängt man in Deutschland an, den umgekehrten Weg einzuschlagen und Aktiengesellschaften wieder an Einzelpersonen abzutreten. Die Frankfurter Hotel-Akt.-Ges. (Frankfurter Hof) hat den Vertrag wegen Verpachtung des Hotels mit Einräumung eines Kaufrechtes an die Pächter angenommen. Aus den Bedingungen dieses Vertrages sei erwähnt, dass die Pächter sich verpflichten, im ersten Jahr Mk. 60,000, im zweiten Mk. 70,000, im dritten und vierten je Mk. 80,000, im fünften und sechsten je Mk. 90,000, im siebenten bis zehnten je Mk. 100,000, im Fall der Verlängerung des Vertrags je Mk. 110,000, vom 1. März 1895 an, in vierteljährlichen Raten post-nuperando zu zahlen. Ferner übernehmen die Pächter die Hypotheken in Höhe von Mk. 1,400,000, verwenden jährlich je Mk. 40,000 und Mk. 50,000 für Meliorationen und übernehmen die Weinverträge zu den Buchpreisen. Bis zum 31. Dezember 1898 steht es den Pächtern frei, das gesamte Unternehmen für Mk. 3,600,000 anzukaufen.

Aus der Debatte der Aktionärsversammlung haben wir folgende bezeichnende Stelle hervor: „In Folge der Verpachtung, die wir aus reiflicher Überlegung vorgenommen haben, könnte sich bei dem Einen oder Anderen die Ansicht verbreiten, dass wir mit den Direktoren unzufrieden gewesen. Das ist in keiner Weise der Fall. Wir haben das Hotel verpachtet, weil wir nach einer Reihe von Jahren wahrgenommen haben, dass die Thätigkeit eines solchen Betriebs sich aus einer Summe solcher kleinen Einzelthätigkeiten zusammensetzt, dass es besser ist, ihm Leuten zu überlassen, welche an jeder solchen Einzelthätigkeit ein eigenes Interesse haben.“

Kleine Chronik.

Hotel Schloss Hertenstein am Vierwaldstättersee öffnet seine Thore am 1. April.

Vitznau. Hotel du Parc (früher Pension Pflyffer) Besitzer Herr A. Bon, ist eröffnet.

Freiburg. Das Hotel zum „Falken“ in der Rue de Lausanne ist um 255,000 Fr. an Herrn Weber in Bulle übergegangen.

Montreux. Der Betrieb des Hotel des Bains ist seit Anfangs März in die Hände des Herrn C. Weber übergegangen.

Rheinfelden. Die Eröffnung des Hotel Dietschy am Rhein findet Anfangs April und diejenige des Grand Hotel des Salines Ende April statt.

Uetlibergbahn. Der Verwaltungsrat der Uetlibergbahn beantragt pro 1894 Ausschüttung einer Dividende von 1 1/2 Prozent, wie im Vorjahre.

Zürich. In den Gasthöfen der Stadt Zürich stiegen im Monat Januar 13,025, im Monat Februar 12,861 Fremde ab, gegenüber 12,121 resp. 12,018 in den gleichen Monaten des Vorjahres.

Aus Lugano wird den „Basler Nachrichten“ berichtet: „Der Frühling hat nun endgültig seinen Einzug gehalten. Das herrliche Wetter hat viele Fremde herbeigeloct. Alle Hotels und Pensionen sind gut besetzt.“

Luzern. Um die Ausführung des Projektes zu ermöglichen, legt das Initiativ-Komitee für die Sonnenbergbahn die noch verbleibenden 250 Stück Aktien dieser Unternehmung neuerdings zur Zeichnung auf.

Alpenchronik. Die Bergbesteigungen haben für dieses Jahr wieder begonnen. Zwei Alpenklubisten bestiegen letzten Sonntag mit einem Führer die Dent de Morcles von Fully aus. Sie brauchten neun Stunden für den Aufstieg, die Schneeverhältnisse waren sehr schlecht.

Interlaken. Die Aktiengesellschaft Hotel Viktoria in Interlaken hat sich am 25. ds. konstituiert. Das Aktienkapital beträgt 1,500,000 Fr. Dasselbe ist eingeteilt in 3000 Aktien à 500 Fr., auf den Inhaber lautend. In die Direktion wurden gewählt die HH. Ed. Ruchti, Hans Hofstetter und Fritz Jäggi.

Horisau. Der Gasthof zum „Löwen“ ist von der Familie Müller-Lombardi der bisherigen Inhaberinnen und Leiterin des Geschäftes, um die Summe von 175,000 Fr. (Inventar unbegriffen) an Herrn August Egli, Kantinier, verkauft worden und wird von demselben mit dem 15. Mai nächsthin übernommen.

Glarus. Eine Eingabe der Sektion Winterthur des S. A. C. um Erstellung eines Weges vor dem sog. Gletscherkopf am Kistenpass wurde vom Glarner Regierungsrat ablehnend beschieden; dagegen hat der Rat der Baudirektion für Markierungen und Wegverbesserungen am Kisten einen kleinen Kredit eingeräumt.

Die Vitznau Rigibahn hat sich für den Betrieb bis nach Kaltbad eingerichtet. Von Dienstag den 26. März an fahren, wenn die Witterung es erlaubt und zur Hin- und Rückfahrt sich mindestens fünf Personen einfinden, täglich drei Züge, die Vitznau 7 Uhr 6 Minuten, 11 Uhr 43 Minuten und 3 Uhr 10 Minuten verlassen.

Bern. Die Bundesstadt wird, wie dem „Gastwirth“ geschrieben wird, einen neuen Gasthof erhalten, dem bereits an der Neugasse-Ryffliggässchen ein Eckhaus zum Opfer gefallen ist. Der „Gasthof zum Schwert“, wie er getauft werden soll, wird den modernen Anforderungen entsprechen und eine Zierde der Stadt werden.

Davos. Amtliche Fremdenstatistik. In Davos anwesende Kurgäste vom 9. bis 15. März: Deutsche 660, Engländer 479, Schweizer 229, Holländer 122, Franzosen 83, Belgier 111, Oesterreicher 35, Amerikaner 21, Portugiesen, Spanier, Italiener 39, Russen 63, Dänen, Schweden, Norweger 24, Angehörige anderer Nationalitäten 5. Summa 16656. Davon waren Passanten 50.

Barmen. Am 12. ds. Monats war bei Herrn Louis Vogeler sen., Hotel Vogeler in Barmen, die Hochzeit von dessen Tochter Marie mit Herrn Otto Bieringer, Sohn des Herrn L. Bieringer, Besitzer des Schwarzwalder-Hotels in Triberg. Herr Otto Bieringer wird am 1. Mai die Leitung des Hotels Royal in Bonn übernehmen und Herr Louis Vogeler sen. sein altbekanntes Hotel seinem Sohne Louis Vogeler jun., bisher Leiter des Hotel Royal in Bonn, übergeben.

Aus London schreibt man: Die Austern haben sich die Gunst des Publikums noch nicht zurückeroberet, die sie als wahrseheinliche Typhusträger und -Erzeuger dank ärztlicher Denunziation vor einiger Zeit verloren. Jedermann, der sieht, wie die hiesigen „Oyster bars“ verlassen sind, wird gerne glauben, dass im letzten Monat April an der englischen und walisischen Küste anderthalb Millionen Austern weniger gelandet wurden, als im Februar 1894, Januar und Februar zusammen rund 2,800,000 weniger als in den entsprechenden zwei Monaten des Vorjahres. In Geld ausgedrückt repräsentiert dieses Minus die ansehnliche Summe von über 250,000 Fr.

Es lebe das Standesbewusstsein! Einen höchst zeitgemässen und dringenden Antrag stellte der Vorsitzende des Direktoriums des Genfervereins an letzter Sitzung, nämlich: „An die Prinzipalvereine ist ein dringendes Gesuch zu richten, die unzeitgemässen, bis jetzt in vielen Hotels noch üblichen Benennungen der Gehilfen mit den Vornamen wegzulassen und sie künftig mit dem richtigen Familiennamen anzudeuten, wie in andern uns gleichstehenden, z. B. kaufmännischen Geschäftszweigen, statt nur mit dem Vornamen („Jean“, „Franz“ etc.). Diese letztere bis jetzt übliche Bezeichnung und Andeutung spricht nicht mehr der jetzigen Stellung und dem Bildungsgrad der Kellner und bedient sich des Standes Ansehens nach. Also statt der bisherigen, familiär klingenden Benennung, den Anruf beim Familiennamen, dem aber durch Sprachgewohnheit das Wörtchen „Herr“ voranzugehen hat. Damit wäre dann wieder ein Stück der sozialen Frage gelöst. Red.“

Gurnigelbad. Die Aktiengesellschaft des Hotels Gurnigel erzielte, wie wir dem soeben erschienenen Geschäftsbericht entnehmen, im Jahre 1894 einen Reingewinn von Fr. 72,577. 80. Gemäss Vorschlag des Verwaltungsrates soll derselbe verwendet werden wie folgt: 5 Prozent dem ordentlichen Reservefonds, Fr. 3628. 90, Dividende von 4 Prozent an die Aktionäre Fr. 44,000. Mit Hinzurechnung des letztjährigen Saldo verbleiben noch Fr. 25,994. 95 zur Verfügung der Generalversammlung. Derselbe wird vom Verwaltungsrat ferner vorgeschlagen, von obigem Saldo Franken 22,000 dem Spezialreservefonds zuzuweisen und Fr. 3994. 95 auf neue Rechnung vorzutragen. Im Berichtsjahre hat die Generalversammlung der Aktionäre den mit Jahre der Firma Hauser und Aberger am 3. Jahre, vom 1. Januar 1894 bis 31. Dezember 1897 zum jährlichen Zinse von 140,000 Fr. abgeschlossenen neuen Pachtvertrag ratifiziert.

Durch denselben werden die Einnahmen der Gesellschaft vom laufenden Jahre an um Fr. 30,000 reduziert (bisheriger Pachtzins Fr. 170,000).

Die Frequenz des Etablissements in der letzten Saison muss als eine schlechte bezeichnet werden, indem der Besuch in den letzten 10 Jahren noch nie so tief gewesen ist. Wie alle höher gelegenen Kurorte, hat auch das Gurnigelbad unter dem schlechten Wetter, das im Juni und Juli vorherrschend war, gelitten. Anfangs bis Mitte August ist das Etablissement übervoll gewesen und man hoffte, dass dieser Monat und der September den Ausfall in den vorhergehenden Monaten decken würden. Diese Hoffnung ist jedoch infolge Wiedereintritt von regnerischer und kalter Witterung nicht in Erfüllung gegangen.

Die elektrische Beleuchtung ist dadurch ergänzt worden, dass die Pächter auf ihre eigenen Kosten eine neue Beleuchtungsanlage herstellen liessen mit einer 30 Pferdekraft haltenden Dampf- und Dynamomaschine, welche durch 80 Glühlampen die ganze Wandelbahn, die beiden Bureaux, Café, Billards-, Konversations- und Musik-Salon beleuchtet.

Infolge der im Laufe des verflossenen Jahres vorgenommenen Revision der Grundsteuerschätzungen im Kanton Bern sind die Liegenschaften des Gurnigelbades in der Gemeinde Rütli um Fr. 126,000 höher taxiert worden. Ein gegen diese Erhöhung gerichteter Rekurs wurde von der kompetenten Behörde abgewiesen.

Ein Prachtmensch. Erster Restaurateur: „Wie sind Sie mit Ihrem neuen „Chef“ zufrieden?“ Zweiter Restaurateur: „n grossartiger Kerl! Stellen Sie sich vor, der Prachtmensch versteht Haschke unter siebzehn verschiedenen Namen auf die Speisekarte zu bringen!“

Szene in einem Hotel. Ein Reisender begibt sich zu Bett, nachdem er dem Hausknecht aufgetragen, ihn rechtzeitig für den Zug zu wecken. Ein lautes Klopfen weckt ihn am nächsten Morgen. „Wer da?“ „Sind Sie der Herr, der mit dem Expresszug 5 Uhr 20 Min. abreisen wollte?“ „Ja.“ — „Gut! Sie können ruhig weiter schlafen, der Zug ist schon fort.“

Schweizer Handels- und Industrieverein.

Union Suisse du Commerce et de l'Industrie.

Vom Schweizer Handels- und Industrie-Verein sind folgende Druckschriften eingegangen und können von den Mitgliedern beim Vorstände, oder beim Offiziellen Centralbureau od. beim Präsidenten des Aufsichtsrates für die Fachschule, Herrn Tschumi in Ouchy, sowie auch bei Hrn. F. Wegenstein, Hotel Schweizerhof, Neuhausen, eingesehen resp. Einsichtnahme bezogen werden und zwar:

L'Union suisse du commerce et de l'industrie a transmis les imprimés ci-après énumérés, que nos sociétaires peuvent consulter ou emprunter chez le Président du Comité, au Bureau central officiel ou chez M. Tschumi à Ouchy, Président du Conseil de surveillance de l'Ecole professionnelle ainsi que chez M. F. Wegenstein, Hotel Suisse, Neuhausen:

1. Zirkular betr. Arbeitsnachweis und Schutz gegen die Folgen der Arbeitslosigkeit.
2. Circularé concernant: Bureaux publics de placement, protection contre les conséquences du chômage involontaire.
3. Regulation über den Verordnungsverkehr.
4. Bericht des schweizerischen Delegierten an der Weltausstellung in Chicago über die Landwirtschaft der Vereinigten Staaten von Amerika.
5. L'industrie électrique à l'exposition de Chicago et aux Etats-Unis.

Briefkasten.

An den Einsender. Aus den uns zugesandten Briefen können wir nur ersehen, dass der Londoner Vertreter einer neuen Champagnerfirma in Reims-Bouzy beim Champagner trinkenden Publikum Reklame macht zu Gunsten der diese Marke führenden Hotels, indem er an eine Anzahl auf Reisen befindlicher Personen aus der Klasse der obern Zehntausend einladet, bei Begehr nach Champagner in den aufgeführten Hotels die betreffende Marke zu verlangen. Etwas schwindelhaftes können wir hierin nicht erblicken, es sei denn, dass der betreffende Vertreter um seinen Champagner bei den Hoteliers an den Mann zu bringen, sich unzuläuterer Mittel bedient oder Versprechungen macht die er nicht hält etc. Er führt da eine Menge der bessern und besten Hotels in Italien und an der Riviera als Abnehmer seiner Marke an und haben wir vorderhand noch keinen Grund anzunehmen, diese Hotelnamen seien usurpiert. Allerdings klingt es wenig vertrauensweckend, wenn der Vertreter in seinem Schreiben an die Esq's, East's und Lord's sich der phrasenhaften Erklärung bedient, infolge oft eingelaufener Klagen seitens von Engländern und Amerikanern, dass es schwer halte auf der Reise einen guten Champagner zu bekommen, sei er auf den Gedanken gekommen, die betr. Marke einzuführen.

G. Th. Wir verdanken Ihnen die Zusendung des Zirkulars des Verlegers von „The Italian Lakes and Swiss Gazette“ in Como, doch wollen wir hoffen, dass unsere Leser bis zur Stunde zum Mindesten so weit zur Einsicht gelangt sind, dass sie auf eine solche plump angelegte Prellerei, wie sie beim Lesen des ersten Satzes des Zirkulars, wo von dem pyramidalen, ungläublichen Erfolg des betreffenden Blattes die Rede ist, Jedem in die Augen springen muss, nicht hereinfallen. Wenn dies aber doch passiert, der soll durch Schaden klug werden, denn der Verleger ist dem überhaupt nicht zu helfen. Wenn der Verleger seine Italian Lakes and Swiss Gazette an all den Orten aufliegen will, die er im Prospekt angibt, dann genügt eine Auflage von 500,000 Exemplaren noch lange nicht; die wirkliche Auflage aber wird sich um die drei ersten Ziffern vorbenannter Zahl drehen.

Was Ihre Bemerkung über ein früher besprochenes Buch betrifft, so haben wir keine Veranlassung, demselben nach erwählter Richtung hin unsere spezielle Aufmerksamkeit zu widmen, den erstens liegt uns ein Schreiben von der betreffenden Gesellschaft vor, aus dessen Inhalt ein früherer Erscheinungstermin sichtbar ist, zweitens sind nicht periodisch, d. h. nicht jede Saison oder jedes Jahr regelmässig erscheinende Reklambücher weniger an einen bestimmten Erscheinungstermin gebunden, so dass sich also der Verleger an seinen Inserenten noch nicht vergrägen hat, wenn zufällig das betreffende Buch nicht vor der diesjährigen Saison erscheint. Die Dauer der Annoncen in demselben ist eine unbegrenzte, nicht an eine Saison oder ein Jahr gebundene, sondern eine durch die Notwendigkeit einer weitem Auflage bedingte.