

**Zeitschrift:** Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels  
**Herausgeber:** Schweizer Hotelier-Verein  
**Band:** 7 (1898)  
**Heft:** 3

**Artikel:** Zweirad und Gasthaus  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-521706>

#### 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:** 20.02.2026

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

Basel, den 22. Januar 1898.

Bâle, le 22 Janvier 1898.

Erscheint \*\*  
• • Samstag

## Abonnement:

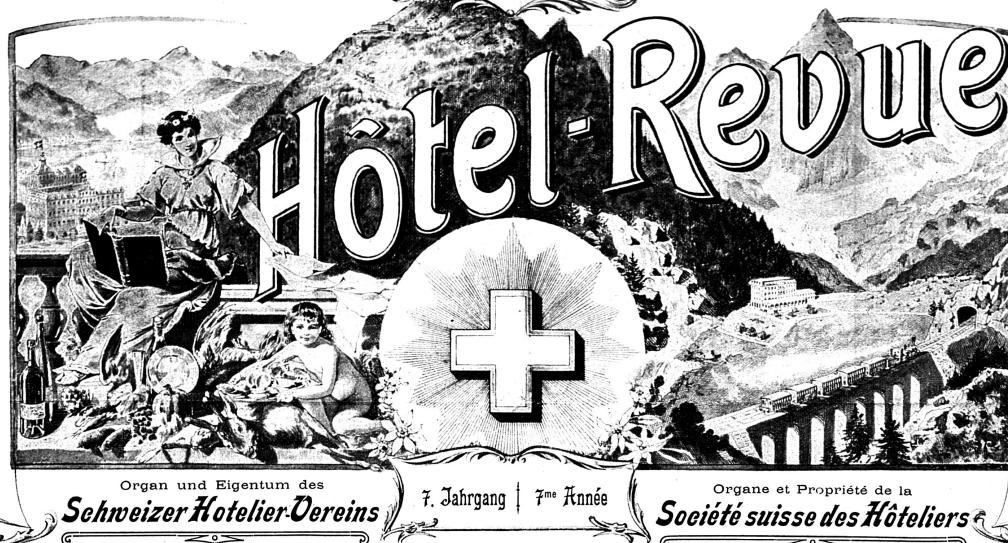
Für die Schweiz:  
12 Monate Fr. 5.—  
6 Monate " 3.—  
3 Monate " 2.—

Für das Ausland:  
12 Monate Fr. 7.50  
6 Monate " 4.50  
3 Monate " 3.—

Vereins-Mitglieder erhalten das Blatt gratis.

## Inserate:

20 Cts. per 1 spaltige Petitzeile oder deren Raum. — Bei Wiederholungen entspricht Rabatt. Vereins-Mitglieder bezahlen 10 Cts. netto per Petitzeile oder deren Raum.



Organ und Eigentum des  
*Schweizer Hôtelier-Vereins*

7. Jahrgang | 7<sup>e</sup> Année

Organe et Propriété de la  
*Société suisse des Hôteliers*

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

## Quittance.

J'ai l'honneur de vous accuser réception de la somme de fr. 1892.50\*, résultat des exonérations de souhaits de nouvelle-année. Veuillez recevoir ainsi que les honorés membres de notre Société les meilleures remerciements de l'important appui financier donné à notre Ecole professionnelle.

Lausanne, le 20 Janvier 1898.

A. Rauch, caissier.

\* Nous avons à rectifier une erreur de 5 fr. Monsieur F. Kottmann à Rheinfelden avait versé la somme de 15 fr. et non de 10 fr., comme nous avions annoncé, ce qui élève la somme totale à 1897 fr. 50.

La rédaction.

## La Réclame au service de l'Hôtellerie.

## Conférence

faire à

Bâle, Baden, Zurich, Lucerne, Genève, Lausanne, Vevey, Montreux, St-Luc, Interlaken, Berne, Ragaz, St-Moritz, Pontresina, Arosa et Davos

par

O. Amstler-Aubert  
secrétaire de la Société suisse des Hôteliers.

I.

On a exprimé le désir, dans les milieux où cette conférence a été faite et dans ceux où elle n'a pu avoir lieu, faute de temps, qu'elle devrait être publiée, à l'occasion, par l'organe de la société. Nous défrisons bien volontiers à ce désir, dans la mesure, cependant, où il s'accorde avec les exigences de la publicité. En effet, certaines limites peuvent être aisément franchies dans un discours, mais non par la plume.

## La Réclame au service de l'Hôtellerie.

Depuis quelques années la Société suisse des Hôteliers s'est imposée comme une obligation essentielle la tâche de ramener à des conditions plus normales le système de la réclame actuelle avec ses inconvénients et ses abus, et ses efforts ont pris une intensité croissante dès 1892, soit à partir du moment où elle a disposé de l'organe fondé par ses soins, l'*Hôtel-Revue*.

Assurément, chacun de mes auditeurs est convaincu par son expérience personnelle de la nécessité de déclarer la guerre à l'armée des courriers d'annonces, car il n'y a pas un petit hôtel, sans une petite pension qui soit à l'abri de leurs entreprises.

Il faut de la réclame, mais comment, où et quand doit-on la faire? C'est une question sur laquelle beaucoup de gens ne sont pas au clair.

Passe encore si les chevaliers de la réclame se contentent de leur jetter flots sous la forme de circulaires et de prospectus; chacun alors est au moins libre de les lire ou de les mettre au panier.

Mais malheur à celui qui subit le boniment d'un de ces chasseurs d'annonces; s'il le laisse ouvrir la bouche et déballer ses papiers, il est déjà à moitié perdu. Il finit par souscrire pour un an, afin de se débarrasser de l'importunité. Puis, lorsqu'il croit avoir satisfait à l'engagement contracté, lorsqu'il regarde le traité comme échu, il éprouve une agréable surprise à recevoir l'aviso qu'il a signé non pas seulement pour une année, mais pour trois et même pour cinq ans. Il ne lui reste qu'à payer, car, s'il s'y refuse, il est l'objet d'une action judiciaire et, en règle générale, il finit par s'exécuter.

On bien le contrat d'insertion renferme quelque part la mention suivante en caractères imperceptibles: "S'il n'y pas eu dénonciation, le contrat demeure en vigueur pour une nouvelle année." C'est là une espèce de rente viagère pour l'éditeur; en effet, quel est l'hôtelier qui lit jusqu'au bout le contrat avant de le signer ou qui, après l'avoir lu, se souvient encore de la clause de dénonciation? Le cas, s'il arrive, est bien rare.

Il va de soi que chacun de ces courtiers ne représente que la meilleure des publications. Si c'est un guide, ses premiers mots sont pour dire que les annonces des journaux ne valent rien, si c'est un journal ou une revue, les annonces dans les guides sont le premier test dont le voyageur se défait et qu'il jette par-dessus bord.

"Nous n'insérons dans notre guide que des hôtels, absolument recommandables", telle est la phrase stéréotypée inscrite dans la plupart des réclames et des prospectus. Et que faut-il pour appartenir aux "maisons recommandables"? Payer, tout simplement.

D'autres allèchent leurs clients en promettant à chaque que son hôtel sera le seul de la localité. Il se sent flatté de la préférence, il signe et, quand paraît le guide, le voisin de gauche et le voisin de droite figurent à côté de lui.

Il est assez fréquent que deux maîtres d'hôtels paient des prix différents pour des annonces de même grandeur dans le même journal ou dans le même guide. L'un, qui a été refait sans difficulté, acquitte le prix ordinaire; l'autre, sur lequel les artifices de langage ont peu de prise, se laisse attendrir par un rabais; tout deux ont donc dans le piège.

En général le courtier a soin de recueillir d'abord l'adhésion des grands hôtels, pour servir d'appât; s'ils refusent de mordre à l'hameçon, on les insère gratis; l'important est d'avoir leur signature; alors on peut dire: "Voyez l'hôtel X est aussi là, il ne jette pas non plus son argent par la fenêtre!" C'est vrai, pense un autre, si celui-ci a souscrit, je puis bien en faire autant et — le tour est joué.

Certains éditeurs reproduisent dans leur prospectus un extrait choisi dans les annonces du "Bradshaw", "Hendschell", etc., et cherchent à faire croire qu'ils comptent tous ces hôtels parmi leurs clients; si sur 20 hôteliers un seul se laisse gagner, l'éditeur est largement rémunéré de sa peine.

Il y a aussi des éditeurs de livres ou de journaux qui, sans aucun ordre, reproduisent tout simplement d'un autre ouvrage l'annonce d'un hôtel, puis écrivent au propriétaire, en lui envoyant la facture, qu'ils se sont permis de recommander son établissement. Pour le cas où il ne désirerait pas continuer l'annonce, il voudra faire savoir; on espère toutefois qu'il réglera ce petit compte.

Ce procédé peu digne est analogue à celui dont usent certains journaux, auxquels on a remis depuis fort longtemps un ordre depuis longtemps expiré, et qui vous adressent chaque année une facture ou une traite; ils spéculent sur la faiblesse ou sur l'absence éventuelle de l'hôtelier. C'est le cas, en particulier, de "The American Register", comme nous en avons avons des preuves multiples.

Dans cette catégorie rentre également la chasse aux abonnements de certaines feuilles politiques qui enlèvent des abonnements par la promesse d'inscrire gratuitement certaines maisons dans la "Liste des hôtels recommandés". C'est là aussi une façon d'agir indigne d'une feuille qui se respecte. Un journal de Munich bien sûr a inauguré ce mode de faire et des douzaines d'autres l'ont suivi.

Dans l'indication relative au tirage d'un guide un zéro de plus ou de moins ne compte pas; les prospectus portent 5000 ou 10,000 exemplaires, l'éditeur fait imprimer tout juste le nombre dont il a besoin pour fournir à chacun de ses clients la justification de son annonce. Il produit ainsi la preuve de l'insertion souscrite et le reste — est accessoire.

Le chiffre de l'édition est-il exact, le bouquin se vend 2 fr., 2 marcs, 2 shillings ou un florin, et les piles reposent dans les librairies sur les rayons les plus élevés jusqu'au moment où les vers commencent leur œuvre de destruction. Or, comme il serait dommage de perdre un si

beau papier, des éditeurs malins ont eu l'ingénierie idée de démonter les volumes, de remplacer les insertions formant annexe par une collection d'annonces nouvelles, et d'utiliser ainsi le texte et le papier de l'ancien guide. Il suffit d'une couverture neuve, car l'ancienne est légèrement détériorée, pour achievez ainsi la nouvelle édition, et soi-disant considérablement augmentée. Ce n'est pas du miracle, c'est de la dextérité. L'éditeur ne dépense à peu près rien, mais les clients ont versé une fois de plus le prix des insertions, et c'est là l'important.

L'éditeur de "l'Hôtel-Album des cinq parties du monde", à Londres, a trouvé un moyen plus simple et plus commode. Il se borne à changer la feuille du titre des exemplaires qui lui restent des années écoulées, la remplace par une autre portant un nouveau millésime, et l'édition est ainsi achevée pour l'an qui court. Nous en avons la preuve.

Un autre cas typique est le suivant. Un éditeur livre aux types des cartes pour menus comprenant 20 annonces imprimées, avec la promesse qu'ils seront employés dans 20 hôtels, mais s'il faut, par exemple, faire paraître l'annonce de l'hôtel X sur les menus utilisés seulement dans l'hôtel X, elle ne paraîtra sur ceux des 19 autres hôtels. Au lieu de 20 annonces, il est possible d'en recueillir ainsi le double.

C'est ainsi, Messieurs, que se fonde la prospérité d'une affaire de réclame; c'est ainsi qu'elle se procure une existence agréable à d'autrui, d'autrui, à vos dépens, Messieurs.

Certes, je ne voudrais pas dire que toutes les entreprises de réclame doivent être placées sur le même niveau, il y en a de bonnes et quelques-unes de très bonnes, mais on peut les compter sur les doigts. (Fin au prochain numéro.)

wieder, jene Franzosen des alten Frankreich, welche augenblicklich die Freuden des Heims missen mussten, weil ihr Geschäft es so wollte oder ihre Vermögensverwaltung oder der langsame Fortgang eines Prozesses, und welche nichts so bewegte als die Freude, unter den Quartieren des Zufalls eine Stätte der Ruhe, einen sparsamen und freundlichen Haushalt und gute Küche wiederzufinden.

Dieses alte Gasthaus gehört der Geschichte an. Die Eisenbahnen haben sie getötet. Mit jeder neuen Eisenbahnlinie ging eine Reihe dieser alten Wirtschaften zu Grunde. Aus dem guten alten Gasthaus wurde häufig ein elendes Café und die anderen gingen nach langem Warten zu Grunde. Eines schönen Tages wurden sie geschlossen und die Fenster mit Brettern verriegelt. Eine ganze Bevölkerung thichtiger Leute hat sich auf diese Weise zerstreut und man weiss nicht, wo sie hingekommen sind, und die Strassen selbst wurden düster und melancholisch, weil ihre Existenzberechtigung aufgehört hatte. Die Wegweiser, welche die alte märchenhafte Inschrift trugen: Strasse von Paris nach Bayonne, Strasse von Paris nach Genf, Strasse von Paris nach Straßburg, machen die Epigonen lächeln. Wer steht wohl noch heute auf jenen Strassen nach Bayonne, nach Genf und nach Straßburg? Höchstens Gemüsehändler, welche zunächst in einem Dorf zogen, um ihre Waren zu verkaufen, oder die traurigen Schindmähen eines Wanderzirkus.

Da erscheint das Zweirad und alles ist verändert. Die Tattersals schließen einer nach dem andern ihre Pforten. Die Nachtrestaurants verlieren einen Teil ihrer Kunden. Die Vororte sehen erstaunt, wie ihre alten Kunden in einer Geschwindigkeit von 20 Kilometer vorüberfliegen und sich nicht mehr erinnern, dass sie sich einst dort wohl fühlten. Die Freude an der Schnelligkeit ist die neueste Leidenschaft geworden, selbst die weniger schnellen Radler frühstückt wenigstens 30 Kilometer ausserhalb der Stadt. Die Besitzer von Automobilen suchen noch weitere Entfernung auf. Dörfer, welche absichts von jeder Eisenbahn liegen und denen nichts anderes übrig blieb, als langsam zu sterben, sind jetzt plötzlich das Reiseziel ganzer Karawanen, welche in dem einsamen Dörfern Silber und Gold zurücklassen. Die Strasse fängt wieder an zu leben. Frankreich steht im Begriff, von den Franzosen entdeckt zu werden, und das alte Gasthaus erlebt wieder zu neuem Glanze und es ersteht in verbesserter Auflage. Vor mir liegen zahlreiche Revuen, deren Veröffentlichungen wir den belgischen, französischen, luxemburgischen, italienischen und schweizerischen Touringclubs verdanken. Die Bücher sind verschieden eingebunden. Frankreich und Luxemburg präsentieren sich in rosa mit Bildern der schönsten Gegenden, welche die Radler durchziehen. Italien ist grau mit Karte "Radfahrwege in Latium". Die Schweiz in gelb mit einem einfachen Wappen, welches zusammen gesetzt ist aus einem Rade des Zweirades, geschmückt mit dem Genfer Kreuz und Edelweiss. Der Inhalt ist fast überall der gleiche. Die kolossale Mitgliederliste, welche den riesenhafsen Erfolg dieser Vereinigung in jedem Lande attestiert, praktische Winke über die Wegezahl, Hygiene und einen Paragraphen, welcher in all diesen Büchern gleich ist und welcher uns beweist, dass die Touringclubs jener fünf Länder auf das Engste befreundet sind. Ja, wir haben in Europa neben dem Zweirad und dem Dreirad einen Fünfbund, eine fünffache Allianz, welche noch friedlichere Ziele verfolgt als die beiden anderen. Und es will viel sagen, dieser Fünfbund ist wieder ein wichtiger Faktor für die internationale Verbündete. Der Paragraph, auf den wir Bezug genommen haben, heisst, dass infolge Uebereinkommens der Touringclubs von Frankreich, Belgien, Italien, der Schweiz und Luxemburg die Mitglieder der letzten vier Vereinigungen auf Reisen in Frank-

Paralissant \*\*  
• • le Samedi

## Abonnements:

Pour la Suisse:  
12 mois Fr. 5.—  
6 mois " 3.—  
3 mois " 2.—

Pour l'Etranger:  
12 mois Fr. 7.50  
6 mois " 4.50  
3 mois " 3.—

Les Sociétaires reçoivent l'organe gratuitement.

## Annonces:

20 Cts. pour la petite ligne ou son espace. — Rabais en cas de répétition de la même annonce.

Les Sociétaires payent 10 Cts. net par petite-ligne ou son espace.

reich von französischen Delegierten unterstützt werden müssen, dass sie ferne Ermässigungen in den Wirtshäusern, in den Fahrradwerkstätten geniessen und dass umgekehrt die Franzosen auf ihren Reisen in Belgien, Italien, der Schweiz und Luxemburg diesen Vorteil ihrerseit geniessen werden. Beide Ideen sind vorzüglich, besonders aber ist zu betonen, dass durch diesen Bund eine Verbesserung der Wirtshäuser und Hotels herbeigeführt werden wird. Daher sind an diesem Uebereinkommen nicht nur die Mitglieder der Touringclubs, sondern das ganze Publikum beteiligt. Die sehr hervorragenden Leute, welche an der Spitze des Touringclubs in Frankreich stehen, sind von dem Gedanken ausgegangen, dass sie in erster Linie die Berechtigung hätten, eine Enquête über die Hotels zu veranstalten und sie haben sich dieser Mühe unterzogen. Sie sind zu dem Resultat gekommen, dass der Unstand, dass sie event. einem einzigen Hotelbesitzer 60,000, bis 100,000 (?) Gäste zuführen, ihnen die Berechtigung giebt, Neuerungen hygienische Massregeln und besondere Entgelte kommen seitens der Hotelbesitzer zu verlangen. Ihre Delegierten sind über ganz Frankreich verbreitet und lassen dem Vorstande nach einem bestimmten Schema vertrauliche Mitteilungen zukommen. 1. Aussehen des Gasthauses, 2. Zufahrt, 3. hygienische Verhältnisse, 4. Bäder, 5. Aufbewahrungsort für Räder, 6. Lage der Zimmer, 7. Essen und Trinken, 8. Bedienung, 9. allgemeiner Standort des Hauses, 10. Liebenswürdigkeit des Wirtes und seines Personals, 11. Bericht über die dort verkehrende Gesellschaft. Die Berichte werden dann kontrolliert und haben eine Korrespondenz zwischen den Direktoren der Touringclubs und den Wirtshausbesitzern zur Folge, um durch gutes Zureden die nötigen Reformen zu erzielen.

Diese Initiative ist außerordentlich verständig. Wenn dieser Feldzug klug und umsichtig geführt wird, so werden in zehn Jahren die französischen Hotels zum Wohle aller sich ungemein verbessert haben.

Die Engländer haben es verstanden, in beiden Welten und auch in Frankreich, grosse Hotels ins Leben zu rufen, welche nach englischem Geschmack eingerichtet sind und den englischen Gewohnheiten Rechnung tragen. Ist das nicht mehr als billig, dass auch wir einen Einfluss auf die Umgestaltung unserer reformbedürftigen Wirtshäuser bekommen.“

**Anmerkung.** Und wenn dann alle Hotels nach Wunsch der „Radler“ eingerichtet und dafür hübsche Summen von den Hoteliers ausgegeben werden sind, dann wird man finden, dass die Zeit herangerückt sei, wo man „mit Recht“ von den Gastwirten einen noch höheren Rabatt auf Zimmer, Speise und Trank verlangen dürfte.



## Ein neuer Kniff.

Die Verlagsgesellschaft des „Echo“ in Berlin versendet Schreibbriefe folgenden Inhalts an unsere Hoteliers:

„Sehon der vorjährige Abschluss liess uns die Wahrnehmung machen, dass wir an den Anzeigen im „Echo“ nicht nur nichts verdienen, sondern direkt Geld zusetzen. (hml.)“

Die stetige Zunahme der direkten Kreuzbandsendungen nach dem überseeischen Auslande, überhaupt fortwährend wachsende Abonnentenzahl innerhalb und ausserhalb Deutschlands hat unsere Portaagebar die darüber gesteigert, dass wir häufiger wöchentlich mehrere tausend Mark für Porto auszugeben haben. (Wer lacht da? Red.)

Kein zweites Blatt des Kontinents hat diese Portaagebar (selv glaubwürdig! Red.) und diese sind es, welche uns zwingen, den bisherigen billigen Anzeigenpreis von 75 Mark für ein 5 Zeilen grosses Kästchen in dem Personal-Anzeiger des Echo auf 125 Mark zu erhöhen. (Immer noch sehr billig für ein 1 cm hohes Inserat. Red.)

Trotz der angeführten Gründe erklären wir uns bereit, den verehrten Insrenten gegenüber den Preis von 75 Mark für alle laufenden, sowie noch bis zum 1. Februar uns bestellten Anzeigen weiter aufrecht zu erhalten. (Sehr nobel. Red.)

Nach diesem Termin einlaufende Anzeigen-Aufträge sind wir gezwungen, nach dem neuen Preis von 125 Mark zu berechnen. (Es presiert also. Red.)

Wir dürfen wohl mit Bestimmtheit hoffen, dass Sie unserer Zeitschrift nach wie vor Ihr gesch. Wohlwollen bewahren und dasselbe durch häufige Einsendung von Anzeigen bethalten. (Gewiss, denn es würde wohl ein Jeder sich ein Geissen daraus machen, wenn das „Echo“ auch fernerhin Geld zusetzen müsste. Red.)

**Foulard-Seide** Fr. 1.20  
bis 6.55 per Meter  
in den neuesten Dessins und Farben



sowie schwarze, weisse und farbige Henneberg-Seide von 85 Cts. bis Fr. 28.50 per Meter — glatt, gräflich, karav., gemustert, Damaste etc. (ca. 240 verschiedene Qual. und 2000 verschiedene Farben, Dessins etc.)

Seiden-Damaste v. Fr. 1.40 — 22.50 Ball-Seide v. 85 Cts. — 22.50

Seiden-Bastklaider p. Robe „ 10.80 — 77.50 Seiden-Grenadien „ Fr. 1.35 — 14.85

Seiden-Foulards bedruckt „ 1.20 — 6.55 Seiden-Bengalines „ 2.15 — 11.60

per Meter. Seiden-Armures, Monopols, Cristalliques, Moire antique, Duchesse, Princesse, Moscovite, Marcellines, seideine Steppdecken und Fahnentoffe etc. etc. franko ins Haus. — Muster und Katalog umgehend.

G. Henneberg's Seiden-Fabriken, Zürich.

## Hotel zu pachten od. kaufengesucht.

Tüchtige Fachleute, langjähriger Pächter eines Kurortes, suchen

## ein rentables Hotel

zu übernehmen. Jahresgeschäft bevorzugt. Offerten befördert die Expedition dieses Blattes unter Chiffre H 1713 R.

Verantwortliche Redaktion: Otto Amsler-Aubert.

Weltausstellung zu Paris 1900. Im „Schweiz-Handelsaltsblatt“ wird bekannt gemacht, dass die Bureaux des schweizerischen Generalkommissärs in Genf, Rue de Hollandse 12, (Sprechstunden von 9 Uhr vormittags bis mittag), und jenes des Generalkonsuls in Zürich, Börsengebäude (1. Stock), öffnet sind. Die Behandlung der organisatorischen Fragen und Angelegenheiten ist dem Generalsekretär in Zürich übertragen.

**Beatenberg.** Dr. Albert Müller, Besitzer des Kurhauses St. Beatenberg, ist am Donnerstag um 2 Uhr morgens, nach kurzen Leidern plötzlich gestorben. Er erreichte ein Alter von 59 Jahren. Dr. Müller war ein unermüdlicher Werkämpfer des Fremdenverkehrs des Beatenbergs; er hatte die hohen Vorzüge des Klimas an jener schönen sonnigen Halde erkannnt und dafür rege Propaganda gefördert. Während vieler Jahre war er der effigie Förderer aller Interessen und wohltätigen Einrichtungen des Kurorts.

**Baden.** (Einges.) Die Casino-Gesellschaft Baden erleidet einen schweren Verlust durch den aus beiderlei Gesundheitsrücksichten erfolgenden Rücktritt ihres Präsidenten Herrn Richard Diebold zum „Ochsen“ dahier. Es ist in diesem Falle mit einer konventionelle Redensart, wenn gesagt wird, dercheidende Präsident sei die Säule der Vereinigung der biesigen Hoteliers und des Geschäftsbetriebes des Casino-Gesellschaft gewesen. Was Herr Diebold seit dem Übergang des Kurhausbetriebes an die letztere im öffentlichen Dienste des Kurortes geleistet hat, das stellt ihn an die Spitze derjenigen Männer, denen der Kurort Baden für alle Zeiten Dank schuldig ist.



## Todes-Anzeige.

Mit tiefem Bedauern erhalten wir die Nachricht, dass unser Mitglied

**Herr Dr. med. Albert Müller**  
Besitzer des Kurhauses Beatenberg

am 20. Januar im Alter von 59 Jahren nach kurzem Leid gestorben ist.

Indem wir Ihnen hievon Kenntnis geben, bitten wir, dem Heimgegangenen ein liebvolles Andenken zu bewahren.

*Namens des Vorstandes:  
Der Präsident:  
J. Tschumi.*

Von dem Ableben des Herrn Dr. Müller erhielten wir zu spät Kenntnis, als dass die Todesanzeige, wie üblich, an der Spitze des Blattes hätte gebracht werden können. Wir hoffen gerne, es werde dem Verstorbenen ein warmer Nachruf aus Freundekreise in unserem Blatte gewidmet.

## Theater.

Repertoire vom 23. bis 30. Januar 1898.

**Stadttheater Basel.** Sonntag 3 Uhr: *Dornröschen, Zauber-Märchen*. Sonntag 7½ Uhr: *Philippine Welser*, Schauspiel. Montag 7½ Uhr: \**Carmen*, Oper. Mittwoch 7½ Uhr: \**Margarita (Faust)*, Oper. Donnerstag 7½ Uhr: *Die lustigen Weiber von Windsor*, Oper. Freitag 7½ Uhr: *Mirandolina (Locandiera)*, Lustspiel. Hierauf: *Der Diener zweier Herren*, Possenspiel. Sonntag 3 Uhr: *Die Jungfrau von Orleans*, Tragödie. Sonntag 7½ Uhr: *Zar und Zimmermann*, Oper.

\* Gastspiel der Signora Prevosti.

**Stadttheater Bern.** Sonntag 3 Uhr: *Sudermann-Cyclus, II. Teil: Sodoms Ende*, Sonntag 8 Uhr: *Don Cesar*. Montag 8 Uhr: *Robert und Bertram*. Mittwoch 8 Uhr: *Rigoletto*. Donnerstag 8 Uhr: *Sudermann-Cyclus, III. Teil: Herma*. Freitag 8 Uhr: *Die Walküre*. Samstag 8 Uhr: *Minna von Barnhelm*.

**Stadttheater Luzern.** Repert. ausgeblichen.

**Stadttheater St. Gallen.** Sonntag 8 Uhr: *Martha*. Montag 8 Uhr: *Wildschütz*. Mittwoch 8 Uhr: *Lohengrin*. Freitag 8 Uhr: *Lucia von Lammermoor*.

\* Gastspiel der Signora Prevosti.

**Stadttheater Zürich.** Sonntag 3 Uhr: *Sneewittchen, Weihnachts-Komödie*. Sonntag 7½ Uhr: *Mignon*, Oper. Montag 7½ Uhr: *Charley's Tante*, Schauspiel. Mittwoch 7½ Uhr: *Jugendfreunde*, Lustspiel. Donnerstag 7½ Uhr: *Der Bettelstudent*, Operette. Freitag 7½ Uhr: *Die Walküre*, Oper. Samstag 7½ Uhr: *Maria Magdalena*, Schauspiel. Sonntag 2½ Uhr: *Wilhelm Tell*, Schauspiel. Sonntag 7½ Uhr: *Charley's Tante*, Schauspiel.

\* Gastspiel der Signora Prevosti.

**Briefpapier Postkarten, Converts mit Firma-Druck und mit Ansichten von Hotels etc. sehr billig**



## Zu pachten gesucht

für nächsten Sommer ein

**Hotel-Pension**

von tüchtigen Fachleuten (Besitzer eines Wintergeschäfts in Italien). Diskretion zugewischt. Offerten unter H 1704 R an die Expedition dieses Blattes.