Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels

Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein

Band: 15 (1906)

Heft: 44

Heft

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: 11.08.2025

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

BASEL, den 3. November 1906. BALE, le 3 Novembre 1906.

No 44.

Abonnement

Für die Schweiz:
1 Monat Fr. 1.25
3 Monate „ 3.—
6 Monate „ 5.—
12 Monate „ 8.—

Für das Ausland: (inkl. Portozuschlag)
1 Monat Fr. 1.50
3 Monate „ 4.—
6 Monate „ 7.—
12 Monate „ 12.—

Vereins-Mitglieder erhalten das Blatt gratis.

Inserate:
7 Cts. per 1 spaltige Millimeterzeile oder deren Raum. — Bei Wiederholungen entsprechend Rabatt.
Vereins-Mitglieder bezahlen 3½ Cts. netto per Millimeterzeile oder deren Raum.

No 44.

Abonnements

Pour la Suisse:
1 mois . Fr. 1.25
3 mois . „ 3.—
6 mois . „ 5.—
12 mois . „ 8.—

Pour l'Etranger: (inclus frais de port)
1 mois . Fr. 1.50
3 mois . „ 4.—
6 mois . „ 7.—
12 mois . „ 12.—

Les Sociétaires reçoivent l'organe gratuitement.

Annonces:
7 Cts. par millimètre-ligne ou son espace. Rabais en cas de répétition de la même annonce.
Les Sociétaires payent 3½ Cts. net p. millimètre-ligne ou son espace.

Organ und Eigentum des Schweizer Hotelier-Vereins.

15. Jahrgang | 15me Année

Erscheint Samstags. Paraît le Samedi.

Organe et Propriété de la Société Suisse des Hoteliers.

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

Inseraten-Annahme nur durch die Expedition dieses Blattes und die „Union-Reklame" in Luzern — Les annonces ne sont acceptées que par l'admin. de ce journal et l'„Union-Réclame" à Lucerne

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

Aufnahms-Gesuche. Demandes d'Admission.

Fremdenbetten
Lits de maîtres

Herrn Franz X. Zölch, Besitzer des Hotel Kurhaus und Pension Blümlisalp in Spiez 74
Paten: HH. Gebr. Hagen, Hotel de l'Europe, Luzern und H. Beutelspacher, Hotel Simplon, Zürich.

Herrn Ch. Binggeli, Direktor des Hotel Waldhaus, Vulpera, als persönliches Mitglied.
Paten: HH. M. Kessler, Direktor des Hotel Schweizerhof, Vulpera und Ritter, Direktor des Kurhaus Tarasp.

In Sachen der Union Franco-Suisse

sind uns eine Anzahl Schreiben zugegangen, aus deren Inhalt ausnahmslos hervorgeht, dass sich die betreffenden Hoteliers von der *Union* düpiert fühlen, weil ihnen seit Abschluss des Vertrages (1904) auch nicht ein einziges Mitglied der Union resp. der *Coopération française des officiers des armées de terre et de mer* zu Gesicht gekommen ist, trotz der eingeräumten Preisermässigung. Um die Interessen unserer an dem Unternehmen beteiligten Mitglieder in richtiger Weise wahren zu können, möchten wir wünschen, dass uns noch mehr Aeusserungen in dieser Angelegenheit zugehen, namentlich auch von solchen Mitgliedern, die allenfalls in der Lage sind, etwelchen Erfolg durch die Verbindung mit der Union aufzuweisen.

Die Redaktion.

L'Union Franco-Suisse.

Nous avons reçu au sujet de cette Union un certain nombre de lettres dont le contenu prouve que ces hôteliers se sentent tous dupés de l'*Union Franco-Suisse*, car aucun d'eux n'a vu, depuis 1904 (date du contrat) un membre de cette Union, c'est-à-dire de la „Coopération française des officiers des armées de terre et de mer", malgré le rabais accordé.

Pour pouvoir sauvegarder au mieux les intérêts de ceux de nos sociétaires qui se sont liés avec cette Union, nous attendons encore d'autres déclarations du même genre, s'il y a lieu. Par contre nous trouvons nécessaire de savoir si quelques hôteliers ont pu constater un succès dans leur rapport avec l'Union.

La Rédaction.

Die Reklame der Hotels.

Von
H. Behrmann.
(Schluss.)

(Nachdruck verboten.)

VII. Allgemeines.

Alles, was vorgängig über einzelne Gebiete der Reklame gesagt worden ist, genügt noch nicht zu einem vollen Erfolge, sondern muss erst zusammengehalten und auf eine feste Grundlage gestellt werden. Diese Grundlage bildet hier, wie anderswo auch eine sorgfältig geführte Statistik, die ebensowohl in grossen wie in kleinen Betrieben die darauf verwendete Mühe in reichem Masse lohnt, indem sie mit Sicherheit die Wege zeigt, die man zu verfolgen oder die man als nicht aussichtsreich aufzugeben hat, um unnütze Ausgaben zu vermeiden.

Hierbei ist speziell an eine Statistik der Gäste gedacht, die ausser dem Namen und der Herkunft sich auch auf Beruf, Stand, Dauer des Aufenthaltes und Höhe der Rechnung, Ansprüche und Eigenheiten, persönliche Verhältnisse u. a. m. erstreckt. Es wird sich zeigen, dass selbst weitgehende, überflüssig erscheinende Angaben von grossem Nutzen sein können.

Die Verwertung der Statistik wird ausserordentlich erleichtert, wenn man sich des bekannten Kartensystems bedient, dessen Gedanke nicht weniger einfach ist, wie dessen Anwendung. Für jeden Gast wird eine Karte angelegt, die einen geeigneten Vordruck trägt; diese Karten, die sich jeder um ein Billiges drucken lassen kann, werden, nach dem Alphabet oder nacch Städtenamen geordnet, in einem Kasten aufbewahrt und nach Belieben ergänzt und erneuert. Ein Schema für den Vordruck, das nach örtlichen Erfordernissen beliebig variiert werden kann, mag hier folgen:

Wohnort: *München* Adresse: *Sendlingerstr. 73*

Name: *Franz Xaver Huber*

Begl.: *ohne* Beruf: *Kaufmann*

Passant Stand: *ledig?*

Bem.: *Speist mittags ausserhalb. Hinterzimmer (23). Morgens nur Thee mit Zwieback.*

Aufenthalt:			Betrag:		Bemerkung über Reklamen:	
1906	Aug. 13.	Aug. 17.	38	20	19./12. 06	Neujahrskarte ges.

Zunächst hat solche Karte den Vorzug, dass bei einem wiederholten Besuche der Hotelier sofort über die Wünsche und Ansprüche seines Gastes unterrichtet ist.

Das gesammelte Adressenmaterial tritt nun in Tätigkeit, sobald zur Versendung von Prospekten oder anderen Reklamen geschritten wird. Es gestattet eine bequeme Sichtung, wenn man nur einen bestimmten Teil der Kundschaft bearbeiten will, etwa nur die auf längere Zeit in Pension beherbergten Gäste, oder nur Geschäftsreisende, oder bestimmte Sprachbezirke. Es gewährt einen Ueberblick über den Anteil, den die verschiedenen Gesellschaftsklassen und Berufe (Adelige, Lehrer, Kaufleute), den Städte und Länder an der Besucherzahl eines Hotels haben, was eine wichtige Unterlage für die Verteilung der Inserate und die Wahl der geeigneten Blätter abgibt.

Es war eben schon von der Versendung von Reklamen die Rede. Zu solchen sind die Glückwunschkarten zu Weihnachten oder zum Neuen Jahre zu rechnen. Da aber die einzelne Karte unter der Fülle der Sendungen am Jahreswechsel nur zu leicht verschwindet, so mag an ihrer Stelle zu anderer Zeit den Gästen eine hübsche Empfehlung in Karten- oder Briefform geschickt werden, zu geeigneter Zeit selbstverständlich: Sommergästen vor Beginn der Saison, Lehrern und Familienvätern mit schulpflichtigen Kindern vor Beginn der grossen Ferien, Kaufleuten kurz vor dem Zeitpunkt ihres letzten Besuches, mit Rücksicht auf eine voraussichtliche Wiederholung ihrer jährlichen Reisetour.

Die Einwendung, dass manche Sommerfrischler in jedem Jahr einen andern Fleck Erde aufsuchen, kann nicht als stichhaltig gelten, denn die ihnen übersandte Erinnerungskarte gibt vielleicht Anlass, einem Freunde das Haus zu empfehlen, in dem der Empfänger sich im Jahre vorher wohl gefühlt hat.

Die Erinnerung darf aber auch andere Formen annehmen, um recht eindringlich zu wirken. Eine hübsche Ansicht des Hotels, eine Landschaftsaufnahme aus seiner Umgebung, in geschmackvoller Aufmachung, ist sicher geeignet, dem Empfänger Freude zu machen. Von hier zum Verschicken kleiner Geschenke ist nur ein Schritt; die Reklame wird dann zwar kostspieliger, aber umso wertvollere Dienste leistet das Adressenmaterial, um die zu bedenkenden Personen auszusuchen.

Die Versendung von Erinnerungsgegenständen ist durchaus nicht so unangebracht, als es scheinen könnte, wenn man bedenkt, dass das Verschenken solcher bereits gang und gäbe ist: Pläne, Kursbuchumschläge u. a. m. liegen zur freien Verfügung der Gäste, mit dem Hotelnamen versehen, auf. Indessen herrscht in der Auswahl von Reklameandenken wenig Originalität; Umschläge von zweifelhafter Solidität, Cigarren-Etuis, Taschenbleistifte mit unfeinem Reklameaufdruck bilden die Regel. Wer auf Besseres ausgeht, wird sich nicht an die Angebote der Fabrikanten solcher Artikel halten dürfen, sonden seine eigenen Wege gehen müssen. Er wird etwa ein hübsches Trinkglas für Reise und Ausflüge stiften, ein Spiel Karten mit Aufdruck seines Namens, ein Fläschchen Cognac. Damen werden für ein Salmiakriechfläschchen oder etwas Eau de Cologne dankbar sein.

Hiermit wird zugleich ein Weg gewiesen, der geeignet ist, die Reklame durch Geschenke für den Hotelier zu verbilligen, nämlich die Vereinigung mit dem betreffenden Fabrikanten, dem recht sehr daran gelegen sein muss, wenn sein Cognac oder sein Eau de Cologne überreicht wird. Es sei aber ausdrücklich betont, dass damit beileibe nicht der schon genügend verbreiteten Reklameseuche das Wort geredet oder der Hotelier gar in ihren Dienst gestellt werden soll. Vielmehr sei auf das eindringlichste empfohlen, in diesen Dingen die grösste Vorsicht walten zu lassen und alles auszuschliessen, was nicht ansprechend und gediegen, wenn auch einfach ist, alles was nach „billig, und schlecht" aussieht und die Reklame frech herauskehrt. Es gehört für den Hotelier sehr viel Takt zu der Anwendung der Geschenkreklame, damit sie nicht als aufdringlich empfunden wird. Als Beispiel einer vornehmen Reklame dieser Art kann das bekannte Waschtischglas für Odol gelten; es wird sogar verkauft und ist doch Reklame.

Im übrigen ist aber der Weg der Geschenkreklame in Gemeinschaft mit Industrie-Firmen bereits beschritten worden, nämlich mit den Chocoladetäfelchen, die mit dem Namen des Fabrikanten und des Hotels versehen in vielen Speisesälen zum Dessert gereicht werden. Die Reklame wirkt hier nicht unfein, weil sie in der regulären Verpackung enthalten ist, was auch auf Musterflaschen von Cognac oder Eau de Cologne zutrifft. Geht man auf diesem Wege noch etwas weiter, so gelangt man zu der Versendung solcher Dinge, die oben bereits angeregt wurde. Die Adressenstatistik gibt z. B. Aufschluss darüber, in welchen Häusern Kinder sind, denen ein Schächtelchen mit Croquettes zu Neujahr Freude machen würde; bei anderen Personen leistet ein Stück feine Seife die gleichen Dienste. Die Sendung kommt vom Hotel mit einigen verbindlichen Worten, die Verpackung zeigt *eo ipso* die Marke des Fabrikanten, und beide Teile tragen die Kosten gemeinsam.

Wer Reklame grossen Styls machen will, dem stehen allerdings noch ganz andere Wege offen, als die eben gezeigten, um seinen Namen der Welt einzuprägen. Er wird Zeitfragen, die das Hotelwesen berühren, geschickt für seine Zwecke ausnützen. Es ist z. B. noch nicht lange her, da wurde in den Spalten dieses Blattes die Reform der Hotelküche behandelt, die auch die Tageszeitungen in ausgiebigem Masse beschäftigt hatte. Derjenige Hotelier, der zuerst eine als gut erkannte Neuerung auf diesem Gebiete zur Einführung bringt und diese Tatsache bekannt macht, erlangt dadurch unzweifelhaft einen grossen Vorsprung. Er veröffentlicht einige vom üblichen Schema abweichende Menus und wird darauf rechnen können, dass eine geschickt abgefasste Notiz sogar in dem redaktionellen Teil der Zeitungen Aufnahme findet, der sonst der Reklame verschlossen ist.

Vor kurzem machte eine Notiz über das allgemeine Fehlen der Zimmernummer 13 die Runde durch die Blätter. Hat jemand den Mut, ein Gastzimmer No. 13 zu eröffnen? Die aussergewöhnliche Tatsache, als Berichtigung den Zeitungen mitgeteilt, würde vielfach veröffentlicht worden sein. Und — den allgemeinen Aberglauben in allen Ehren — würde nicht mancher Gast rein Ulkes halber in der ominösen No. 13 Wohnung nehmen und sich dann dieses Vorkommnisses gern und oft rühmen? Der Hotelname muss ja dabei erwähnt werden.

Auch technische Neuerungen besonderer Natur können Anlass zu einer wirksamen Reklame bilden, etwa wie die bewundernswerte Felsenweg- und Liftanlage auf der Hammetschwand, deren Beschreibung alle angesehenen Blätter, voran die illustrierten Zeitschriften, gebracht haben, eine nicht zu verachtende Reklame für unsern kürzlich dahingeschiedenen Herrn Bucher-Durrer.

Man stosse sich nicht daran, dass dies eine Reklame genannt wird. Reklame wird zwar, und nicht mit Unrecht, als Eigenlob angesehen, und Eigenlob stinkt. Aber schon zu Eingang

dieser Artikelreihe ist darauf hingewiesen worden, dass der Hotelreklame ein viel weniger aufdringlicher Charakter zu eigen ist, als der Industrie-Reklame, und so darf zum Schluss die Erwartung ausgesprochen werden, dass speziell in unsern schweizerischen Verhältnissen auch die Handhabung der Reklame den Geist gewissenhaften und eifrigen Strebens wiederspiegeln und den Ruf festigen möge, dessen sich unser Hotelwesen in der ganzen Welt erfreut.

Heimatschutz.

Der Kampf gegen das Reklame-Unwesen, den sich die schweizerische Vereinigung für Heimatschutz in erster Linie zur Aufgabe gemacht hat, steht im Begriffe, auf die richtige, zur Erreichung von praktischen Resultaten geeignete Bahn geleitet zu werden. Darüber belehrt uns ein in der Zeitschrift „Heimatschutz" enthaltener Aufsatz von Hrn. Ernst Lang, dem Obmann der von der Liga eingesetzten Kommission gegen das Reklame-Unwesen. Um unsere Leser über den Gang der Bewegung, der wir bisher unsere Aufmerksamkeit nicht versagt haben, weiter zu unterrichten, geben wir einiges aus der zitierten offiziellen Quelle wieder.

Das übertriebene Reklamewesen mancher unserer jüngern und neuern Industrien wird als deren Kinderkrankheit bezeichnet, als ein Unfug, der an seiner eigenen Uebertreibung zu Grunde gehen werde. Diese Zeit wird kommen, aber der heutige Zustand treibt dazu, durch Eingreifen in die wilde Reklamesucht den Heiligungsprozess abzukürzen.

Die Schweizerische Vereinigung für Heimatschutz hat bekanntlich zu diesem Behuf eine Kommission ernannt, die ihre Arbeit bereits in Angriff genommen hat. Ihre leitenden Gesichtspunkte sind auch schon festgestellt. Sie ist allgemein der Ansicht, dass nur eine gesetzliche Regelung der ganzen Frage zum Ziele führen wird. Man braucht kein Freund der staatlichen Reglementiererei und Bevormundung zu sein und doch muss man in diesem schwierigen Punkte dazu kommen, die Hülfe des Staates anzurufen. Denn wenn es auch heute für einen Augenblick vielleicht gelingen würde, auf gütlichem Wege alle Plakate zu beseitigen, so kann morgen ein neues Unternehmen das Spiel von neuem beginnen. Eigentum und persönliche Freiheit müssen sich zugunsten der Allgemeinheit gewisse Einschränkungen gefallen lassen. Das Recht des Staates, hier einzuschreiten, kann nicht bestritten werden. „Neu ist nur, dass es notwendig wird, gegen die Ausbeutung unserer der ganzen Menschheit gehörenden Naturschönheiten durch geldgierige, skrupellose Leute vorzugehen, neu, dass sich der Einzelne Rechte anmasst, die er nie erworben hat und tatsächlich gar nicht besitzt. Denn wenn es etwas gibt, das mit dem Eigentum nichts zu tun hat und nie zu tun hatte, so ist es die Forderung, Grund und Boden zu andern als den natürlichen Zwecken, d. h. zum Bewirtschaften und zum Bewohnen benützen zu wollen." Aus praktischen Gründen aber lassen sich bei uns gesetzliche Vorschriften mit gänzlichem Verbot der Plakate nicht empfehlen. Man wird diesen auf andere Weise beikommen müssen.

In ähnlicher Weise, wie es im Kanton Waadt bereits geschehen ist, wird es sich darum handeln müssen, die Besteuerung der Plakate und deren gänzliches Verbot für gewisse Stellen zu kombinieren. (Bekanntlich hat inzwischen auch der Landrat von Uri eine Motion Zahn auf Besteuerung der Plakate an der Gotthardbahn und einigen wichtigen Strassen erheblich erklärt. Red.) Dass man dabei, gestützt auf die Erfahrungen mit dem Waadtländer Gesetz, gewisse Mängel zu umgehen haben wird, ist selbstverständlich. Nicht nur den Regierungen, sondern auch den einzelnen Gemeinden soll das Recht eingeräumt werden, Plakatverbote zu erlassen resp. auf ihrem Gebiete selbst Ordnung zu halten. Am finanziellen Ertrag der Steuern sollen die Gemeinden keinen Anteil haben. Zu prüfen wäre auch das Plakat-Monopol des Staates, das vielleicht Aussicht hätte, vom Volke bewilligt zu werden.

Gegen temporäre Reklame durch künstlerisch ausgestattete Plakate von Bahnen, Hotels, Festen, Ausstellungen etc. kann nichts eingewendet werden. Dafür wird sich eine passende gesetzliche Regelung schon finden. Mit aller Kraft aber wird die Heimatschutzliga kämpfen gegen die Verunstaltung der Landschaft und der Städte durch die bleibenden, in primitivster und unkünstlerischster Art ausgeführten Plakate gewisser Industrien, die ihre Reklame ganz gut in anderer Weise, z. B. durch die Presse besorgen können. „Dabei möchten wir uns hier auch gegen die so oft gehörte Behauptung wenden, dass man die Plakate nur auf dem Lande und keineswegs auch in den Städten bekämpfen solle. Dass es heute leider auch in unsern Schweizerstädten viele neue Quartiere gibt, die selbst durch die scheusslichste Reklame nichts mehr verlieren können, möchten wir nicht bestreiten. Da die Landbevölkerung leider nur zu geneigt ist, den Städtern alles nachzumachen, so mögen und sollen in dieser Frage die Städte mit dem guten Beispiel vorangehen.

In der Kommission gegen das Reklame-Unwesen ist man darüber einig, dass es vorläufig besser ist, Gesetze auf bloss kantonalem Boden anzustreben. Es kostet das ja allerdings mehr Arbeit, der Weg ist dafür aber zweifellos sicherer. Eine verfehlte eidgenössische Initiative würde unsere Bestrebungen auf Jahre hinaus lähmen, wogegen günstige Erfahrungen und Erfolge in den einzelnen Kantonen der Sache sehr nützen dürften."

Gleichzeitig mit diesen Vorbereitungen zu Petitionen für den Erlass passender Gesetze sollen nun immerhin auch Versuche gemacht werden, diejenigen Firmen, welche sich der Plakate bedienen, zu veranlassen, auf eine solche Form der Reklame zu verzichten. Man muss sich denn doch schliesslich auch in diesen Kreisen sagen, dass die Plakate heute ihre Wirkung meistens verfehlen. Als die Sache neu war, als es sich im Anfange so um eine Art Reklame-Coup handelte, und namentlich zu einer Zeit, wo nur wenige daran Anstoss nahmen, mochte man von dieser Reklame einen gewissen Nutzen gehabt haben. Heute, wo zehn oder zwanzig Konkurrenten die gleiche langweilige Geschichte wiederholen, ist aus dem frühern Schlager eine dumme Farce geworden.

Viele Firmen nehmen Zuflucht zum Reklameschwindel, weil sie befürchten, ohne diese Reklame vom Konkurrenten überflügelt zu werden. Die Reaktion gegen dieses unnatürliche Treiben muss demnach schliesslich vom Käufer und Konsumenten ausgehen, indem sie die reklamesüchtigen Firmen meiden. Wenn sich Käufer und Konsument zur bestimmten Pflicht machen, nur „reklamefreie Ware" zu kaufen, so liesse sich ein gewisser Boykott durchführen. In den Massen des Volkes muss die Ueberzeugung verbreitet werden, dass jede übertriebene Reklame im Grunde genommen nichts anderes ist als eine Spekulation auf die Dummheit.

Bis jetzt sind wir in der Wiedergabe der Ausführungen des Hrn. Lang auszugsweise verfahren; den letzten Teil lassen wir als sehr wirkungsvollen noch wörtlich folgen. Herr Lang schreibt:

„Jedenfalls, und das muss einmal mit aller Entschiedenheit und zwar von einem Angehörigen der Industrie betont werden (der Verfasser des Aufsatzes, Herr Lang, ist selbst Fabrikant. — Red.), um eine Schädigung unserer schweizerischen Arbeit kann es sich bei diesem Kampfe gegen die Reklame nicht handeln. Unsere Industrie verdankt ihren guten Ruf und ihre Erfolge auf allen Gebieten allein der guten und sorgfältigen Arbeit, der Einfachheit, Gediegenheit und Zuverlässigkeit der schweizerischen Fabrikanten. Mit marktschreierischer Reklame hat diese Arbeit nichts zu tun, im Gegenteil, sie hat von ihr manches zu fürchten. Denn wenn sich im Ausland die Idee festsetzen sollte, dass wir darauf übergehen, das Geschäft statt mit guter Ware mit billiger Reklame zu machen, wenn man die Fehler Einzelner und die Missstimmung gegen die Ausbeutung und Verunstaltung unserer Naturschönheiten, die sich bereits in weiten Kreisen und gerade bei unsern besten Abnehmern und Freunden, den Engländern bemerkbar macht, gegen unsere gesamte Industrie und zwar nicht nur gegen die zuerst gefährdete Hotelindustrie ausbeuten würde, dann wahrlich könnte es sich bald zeigen, dass diese ganze Frage auch ihre sehr ernsten materiellen Seiten hat. Gerade von der Schokoladen-Industrie kann übrigens ebenfalls gesagt werden, dass sie ihre grossen Erfolge und ihre rasche Entwicklung einzig der hervorragenden Güte der Produkte verdankt. Wegen Reklame und Plakaten allein essen wenig Leute Schokolade. Auch der so oft gehörten Phrase, dass der immer heftiger werdende Konkurrenzkampf die Industriellen zur Anwendung einer weitgehenden Reklame nötige, müssen wir mit aller Entschiedenheit entgegentreten. Richtig ist ja allerdings, dass ein Einzelner, der sich hervordrängt und stark Reklame treibt, die übrigen Konkurrenten der gleichen Branche oft nötigt, das Nämliche zu tun. Damit ist aber noch lange nicht bewiesen, dass die fragliche Industrie als Gesamtheit der starken Reklame zu ihrer Entwicklung bedürfe. Lasse man sich das doch nicht ohne weiteres weis machen! Das rücksichtslose und brutale Vorgehen eines Einzelnen kann sogar einen ganzen Industriezweig schwer schädigen, weil es zu grossen, unnützen Kosten Veranlassung gibt, die besser zu andern Zwecken, in erster Linie zu einer Verbilligung der Waren verwendet werden könnten. Man beklagt sich vielfach über die Verteuerung, welche die Waren durch den Zwischenhandel, der doch unnötig ist, erleiden. Mit wie viel besserem Recht könnte man aus diesem Grunde die Reklame bekämpfen; ist es doch für niemand ein Geheimnis, dass diejenigen Waren, für die zu viel Reklame gemacht wird, verhältnismässig am teuersten sind. Die Allgemeinheit hat aus der Reklame also durchaus keinen Nutzen. Volkswirtschaftlich ist ein derartiges System geradezu verkehrt, und der Staat, welcher die allgemeinen Interessen zu hüten hat, sollte schon aus diesem Grunde einschreiten und sich davon nicht durch ganz unrichtige und unhaltbare Behauptungen einzelner Interessenten abhalten lassen, die in ihrer Sucht, alle Geschäfte an sich zu reissen, keine Rücksicht kennen. Gewiss, der Konkurrenzkampf ist heute schwierig geworden. Durch einen verkehrten Schutz der Auswüchse erleichtert man ihn aber für niemand; das ist gerade so, als wenn man in einer aufgeregten Menschenmenge durch besondere Begünstigung der schlimmsten Elemente eine Beruhigung herbeiführen wollte.

Wenn sich alle Angehörigen unserer verschiedenen Industrien und des Handels übrigens den gleichen Reklame-Spektakel erlauben wollten, wie unsere Schokoladefabrikanten — und warum hätten sie nicht auch das Recht dazu — wohin würde uns das führen! In unserem papierenen Zeitalter fehlt es niemand an Gelegenheit, seine Produkte genügend bekannt zu machen, die aufdringliche, verletzende Plakat-Reklame ist dazu nicht nötig.

Ist man sich aller dieser Dinge in weiteren Kreisen einmal bewusst geworden, so sollte es nicht mehr sehr schwierig sein, unsere Behörden, ja unser ganzes Volk zu einem energischen Auskehren zu veranlassen. Der einfache, schlichte, jedem Schwindel abholde Sinn unserer Bevölkerung empfindet das sich breit machen und hervortreten Einzelner als etwas Fremdes, Unschweizerisches, man könnte fast sagen als etwas Undemokratisches. Für sehr viele hat es auch etwas Beschämendes, zu sehen, wie einzelne Haus- und Landeigentümer wegen kleinen Entschädigungen, die zudem meistens noch in ganz überflüssigen Waren (Schokolade, Uhren usw.) bestehen, Haus und Hof verschandeln, ihrem Heim den Stempel ordinärer Habsucht aufdrücken und sich selbst als geldgierigen Menschen hinstellen können. Der Liebe zur Heimat leistet all das jedenfalls keinen Vorschub, aber es verletzt den Stolz jedes rechtdenkenden Schweizers.

Vor Jahren, zu Beginn des Fremdenverkehrs, als arme Gebirgsbewohner die Fremden anbettelten, hat man das in unserm ganzen Lande als eine Schmach und Schande empfunden, und man hat von den Behörden der betreffenden Gegenden Abhilfe verlangt und durchgesetzt. Heute, wo es sich nicht um arme Kinder, um kranke Leute handelt; heute, wo grosse Industrien ohne Rücksicht auf unser Ansehen und unsern Ruf mit ihrer zudringlichen Reklame die ganze Welt belästigen, jetzt mehr als je ist es an der Zeit, mit kräftiger Hand solchen, eines freien und schönen Landes unwürdigen Zuständen ein Ende zu machen. Unser Volk wird hoffentlich bald und bevor es zu spät ist, auch diese Feinde und diese Sorte Fremdherrschaft zum Lande hinaus treiben."

* * *

Diese Worte, die Begeisterung für eine gute Sache dem Verfasser in die Feder diktiert hat, verdienen, in weitern Kreisen als nur von den Lesern der Zeitschrift „Heimatschutz" gewürdigt zu werden und wir hoffen, auch die Leser der „Hotel-Revue" werden an ihnen Gefallen finden. Wirksam unterstützt wird in gleicher Nummer der Zeitschrift die von ihr verfochtene Sache durch Illustrationen, die abschreckende Beispiele von übertriebener Plakatreklame darstellen. Da finden wir das Bild der Stadtmauer am Schwabentor in Schaffhausen, beschmiert mit einem Riesenplakat, das auf grellblauem Grund eine dunkelrote Erdbeere zeigt; ferner ein Stadtbild aus Zürich, mit einer in den gräulichsten Farben bemalten Giebelwand, ein Stadtbild aus Bern, verunstaltet durch aufdringliche Reklame-Schmiereien; weiter Hütten bei Zermatt, verunstaltet durch Plakate, im Hintergrund die Mischabelhörner; ein Bild der Aussicht auf dem Wege nach der Gornerklamm, welches das Matterhorn zeigt, umrahmt von den Stangen einer Reklametafel; weiterhin ein Bild vom Rupperswiler Wald im Aargau, als Beispiel sinnloser Widerholung des gleichen Plakates in der Landschaft; ferner Plakatwände gegenüber dem Bahnhof von Weesen, die in unangenehmer Aufdringlichkeit die reizvolle Landschaft verdecken. Diese und andere Beispiele, wobei die grellen, das Auge verletzenden Farbenzusammenstellungen natürlich nicht wiedergegeben werden konnten, reden gleichwohl eine deutliche Sprache gegen die rohe Aufdringlichkeit, wodurch die Harmonie der Landschafts- und Städtebilder zerstört wird.

In der gleichen Nummer des „Heimatschutz" wird auch der Plakatverunstaltung der vorher so idyllischen Landschaft Kehrsiten am Bürgenstock erwähnt. Zum Schluss führen wir auch dieses noch an: „Dicht neben der Kapelle ist am Ufer eine lange Bretterwand errichtet und mit den Plakaten der „Lucerna" überkleistert worden. Die Lokalpresse hielt sich mit Recht über diese Verunstaltung der schönen Gottesnatur auf, und als Antwort erfolgte die Aufstellung einer zweiten Bretterwand, mit Plakaten der Schokolade Klaus überklebt. Es ist allerhöchste Zeil, dass Mittel gegen diese moderne Plage gefunden werden."

Schutz der Hotelfirma in Deutschland.

Der Aufsichtsrat des Internationalen Hoteliervereins richtet an den deutschen Reichskanzler ein Gesuch um Abänderung bezw. Erweiterung der Bestimmungen des Handelsgesetzbuches über das Firmenrecht. Wir entnehmen dieser Eingabe folgendes:

„Nachdem das Handelsgesetzbuch in seiner Fassung vom 10. Mai 1897 die Hotelbesitzer zu Kaufleuten kraft ihres Gewerbes gemacht hat, haben die Hotelbesitzer genau dieselbe Stellung erlangt, wie die übrigen Kaufleute des H. G. B. Bei der Aufnahme einer Klasse von Gewerbetreibenden in einen grösseren bereits bestehenden Verband stellt sich aber leicht die Gefahr ein, dass die gesetzlichen Bestimmungen für den Gesamtverband in einzelnen Punkten auf die neuaufgenommene Klasse nicht so passen, wie es wünschenswert ist.

Dies gilt für die Hotelbesitzer hinsichtlich ihrer Firmenrechte und besonders hinsichtlich des Firmenschutzes."

Das Gesuch führt aus, dass sich die Firmenbezeichnung beim Hotel ganz anders entwickelt hat als bei andern kaufmännischen Geschäften. Von Anbeginn des Hotelwesens wurden dessen Geschäfte unter dem Namen der Häuser betrieben (zum Storchen, zur Glocke etc.), was sich bis jetzt erhalten hat. Der Name des Inhabers wird erst in zweiter Linie beachtet. Die Internationalität des Hotelwesens hat es zudem noch mit sich gebracht, dass für alle Nationen und Sprachen leicht dem Gedächtnis sich einprägende Firmenbezeichnungen gewählt wurden. So ist es denn gekommen, dass das Publikum beispielsweise den „Kaiserhof", das „Savoyhotel" oder den „Europäischen Hof" besucht, ohne auch nur zu wissen und Wert darauf zu legen, wer der Besitzer des Hotels ist, wenn die Geschäfte nur hinsichtlich ihrer Einrichtungen und Darbietungen gefallen. Und so ist für den Hotelbesitzer der zu seinem Familiennamen hinzugesetzte Hotelname wirtschaftlich der Hauptbestandteil seiner Firma geworden.

Der Schutz, den die jetzige Gesetzgebung aber diesem Zusatze zu dem Familiennamen des Kaufmannes gewährt, ist ganz und gar darauf zugeschnitten, dass der Zusatz als solcher nur von nebensächlicher Bedeutung sei. So wird ihm ein selbständiger Schutz überhaupt nicht gewährt und er wird nur geschützt zusammen mit dem Hauptbestandteil, dem Familien- und Vornamen, als ein zusammenhängendes Ganze. Es resultiert also für den Hotelbesitzer und Restaurateur bei dem jetzigen Stande der Gesetzgebung das betrübende Ergebnis, dass der wirtschaftliche Hauptbestandteil seiner Firma, für dessen Ruf er Arbeit, Zeit und Geld aufwendet und den er täglich und stündlich durch geschickte Reklame dem Publikum zu empfehlen sucht, nicht so für ihn geschützt ist, dass ihm auch der Genuss der Früchte dieser Arbeit sicher ist."

Daher das Gesuch an den Reichskanzler, zu veranlassen, dass durch eine Aenderung der gesetzlichen Bestimmungen für diese von den Hotelbesitzern und Restaurateuren tief empfundenen Uebelstände Abhülfe geschaffen wird.

Verkehrswesen.

Zum Greinadurchstich. Der „Dovere" schreibt: „Wir erfahren von Bern, dass die Herren Dufour von Rheineck, Manella von Ilanz und Cesare Bolla von Olivone im Namen und Auftrag des interkantonalen Komites für die Durchbohrung des Greina, dem Bundesrat das Konzessionsbegehren für eine Normalbahn Chur-Biasca eingereicht haben. Dieses Begehren wird dem Gutachten der interessierten kantonalen Regierungen unterstellt, und da es vierzig Tage vor der Eröffnung der ordentlichen Wintersession der eidgenössischen Räte (5. Dezember) eingereicht wurde, wird es zweifellos unter den Traktanden dieser Session figurieren. Für den Splügen ist bis heute, soweit uns bekannt, noch kein Begehren eingereicht oder angekündigt worden."

Der Aegypter-Express, ein neuer erstklassiger Luxuszug, wird zum ersten Male am 5. Januar 1907 verkehren. Er geht einmal in der Woche und zwar Montags von Berlin, Anh. Bhf. ab 8 Uhr 28 Min. abends und trifft in Neapel am Mittwoch 11 Uhr 40 Min. vormittags ein; dort schliesst sich um 2 Uhr nachmittags die Abfahrt der „Ocean" der Hamburg-Amerika Linie nach Alexandrien an, mit Eintreffen in Alexandrien am Samstag 6 Uhr abends. Die Gesamtfahrzeit Berlin-Alexandrien beträgt danach 4 Tage 21½ Stunden. Der Zug und der anschliessende Dampfer sollen bis Mitte April verkehren. Die jetzt bestehende wöchentliche einmalige Bahn- und Dampferverbindung Berlin-Neapel-Alexandrien ist ab Berlin Montag 3 Uhr 20 Min. nachm. über Frankfurt, Basel, Mailand und Rom nach Neapel.

Der Tunnel unter dem Aermelkanal dürfte nunmehr im Hinblick auf den Besuch des internationalen Handelsverbandes der Londoner City bei dem französischen Komite für Handel, Industrie und Landwirtschaft, der zum Zwecke der Durchführung dieses längst gehegten Planes und natürlich auch zur neuen Bekundung der *entente cordiale* stattfindet, aus dem Stadium der reinen Phantasie in das der Möglichkeiten, wenn auch vorläufig noch nicht der absoluten Wahrscheinlichkeit treten. Zur Prüfung gelangt der von dem Chefingenieur der französischen Nordbahngesellschaft, Albert Sartiaux, entworfene und von der französischen Studiengesellschaft ausgearbeitete Entwurf. Der Tunnel soll sich diesem zufolge in der genau bekannten undurchdringlichen Thonschicht, die von den HH. Potier und Lapparent im Aermelmeere festgestellt worden ist, hinziehen. Diese 60 m dicke Schicht reicht für einen Tunnel von 5 bis 6 m Durchmesser und zum Widerstande gegen den obern Wasserdruck aus. Der Tunnel muss den Hebungen und Senkungen der Schicht folgen, aber mit dem elektrischen Betriebe bietet das für die Durchfahrt keine grossen Schwierigkeiten. Eine besondere kleine Galerie wird für den Abfluss der Infiltrierungswasser gegraben. Wie beim Simplon wird man zwei Galerien, eine für jede Richtung, 15 m von einander entfernt, bauen, die durch Seitengänge verbunden werden. Mit der Galerie für die Infiltrierungswasser sollen die Arbeiten begonnen werden, bei denen genau wie bei der Bohrung eines Bergwerks vorgegangen werden wird. Auf beiden Seiten des Kanals wird man zuerst zwei grosse Schächte ausgraben, von denen aus die Bohrung der Galerie durchgeführt werden wird. Von dieser Galerie aus, die unter den eigentlichen Tunnel zu liegen kommt, wird man zahlreiche Seitenschächte erschliessen, die dann sofort zu Angriffswerkstätten für den eigentlichen Tunnel benutzt werden können, so dass er auf diese Weise nicht nur von jedem Ende, sondern auch von der Mitte aus schnell gefördert werden würde. Mit diesem Vorgehen glaubt man das Riesenwerk in sieben Jahren fertig stellen zu können. Der Tunnel wird von Calais bis Vissant oberirdisch, dann unterirdisch an der Küste entlang bis Sengatte gehen, dann tritt er unter das Meer, um zwischen Dover und Folkestone zu landen. Gesamtlänge 56 km, davon 37 unter Wasser. Die Leitung der Gesellschaft hat beschlossen, sofort die Pläne und Sektionsentwürfe für den Tunnelbau den betreffenden Gemeindebureaux einzureichen und alle Massnahmen zu treffen, um die erforderliche Gesetzesvorlage in der nächsten Session des Parlamentes behandeln zu lassen.

Vertragsbruch. — Rupture de contrat.

Simon Janjöri, Portier, aus Patzen-Schams.
P. Pester, Direkt. d. Hotel Steffani, St. Moritz-Dorf.

Auskunft über
Karl Brakelmann, Chef de cuisine erteilt:
M. Brunner, Pension Kreuz, Wengen.

Hiezu eine Beilage.

Zur gefl. Beachtung.

Bevor Sie ein Hotel, Pension oder Kuretablissement kaufen oder mieten, verfehlen Sie nicht, vorher vom Hotels-Office in Genf Auskunft und Schätzung über das Ihnen proponierte Geschäft zu verlangen. Das Hotels-Office in Genf ist von einer Gruppe bestbekannter Hoteliers geleitet und bezweckt, Käufer durch erfahrenen, uninteressierten Rat zu unterstützen.

Der beste, billige, höchst schnelle und bequeme Reise-Weg

NACH LONDON

geht über **Strassburg-Brüssel-**

Ostende-Dover

Post-Route unter belgischer Staatsverwaltung

mit drei Schnelldiensten täglich. Durchgehende Wagen auch III. Kl. Ganz moderne Dampfer in prachtvoller Ausstattung. — Einer dieser Dampfer ist die berühmte „Prinzessin Elisabeth", das erste Turbinen-Paketboot, das auf dem europäischen Kontinent gebaut wurde. Dieser Dampfer hat den Weltrekord der Paketboote mit 24 Knoten (bei 45 km in der Stunde) geschlagen und macht die

Seefahrt in nur 2 Stunden 40 Min.

TELEGRAPHIE MARCONI UND POSTDIENST AUF JEDEM DAMPFER.

NACH **LONDON** von **STRASSBURG** in 15 Stunden; von **BASEL** in 17 Stunden.

DURCHGEHENDE WAGEN: **OSTENDE—BASEL** u. **OSTENDE—SALZBURG** üb. Strassburg, Stuttgart. **OSTENDE—SALZBURG** u. **TENDE—WIEN** üb. Basel, Zürich, Arlberg.

Fahrplanbücher sowie Auskünfte über alle den Personen- und Güterverkehr von, nach und über Belgien betreffende Angelegenheiten werden von der **Vertretung der Belgischen Staatsbahnen, St. Albangraben 1,** unentgeltlich erteilt.

HOTELIER

Besitzer eines grossen Sommer-Hotels wünscht an einem **besuchten Winter-Kurort oder Winter-Sportplatz** ein komfortabel eingerichtetes

Hotel per sofort zu mieten.

Genaue Offerten unter Chiffre **H 422 R** an die Exp. d. Bl.

MONTREUX

Hotel Eden.

In allerbester ruhigster Lage am See neben dem Kursaal. 305

Modernster Komfort. Garten.

Fallegger-Wyrsch, Bes.

A VENDRE

dans une des stations les plus fréquentées de la Riviera Ponente belle propriété, contenant deux maisons avec environ 46 pièces et grand jardin. Se prêterait aussi pour l'installation d'un hôtel-pension, sanatorium ou clinique. Conditions avantageuses.

Pour tous renseignements s'adresser à Mrs **M. & G. Gerster,** notaires, à **Berne.** (H. O. 3636) 1598

Eine junge Tochter aus guter Familie, deutsch und französisch sprechend, geschickt und energisch, sucht sich für kommenden Winter zu plazieren, sei es als

Stütze, Aide-Gouvernante

oder auch als **Volontärin** neben eine gute Köchin.

Gefl. Offerten unter Chiffre **H 421 R** an die Exp. ds. Bl.

Günstige Gelegenheit.

4 Stück Automobil-Omnibus, 16-plätzig, 20—22 pferd. Motor, **4 Stück Lastwagen,** 20—22 pferd. Motor, wie neu unter vorteilhaften Bedingungen bedeutend unter Ankaufspreis **zu verkaufen.** (MO3672) 1607

Offerten unter Chiffre **Z. O. 10639** an die Annoncen-Expedition von **Rudolf Mosse, Zürich.**

A louer ou à acheter

Hôtel ou Pension de saison,

bien achalandé, contenant de 80 à 100 lits et ayant apport assuré; de préférence dans le canton de Vaud ou Valais.

Adresser les offres sous chiffre **H 425 R** à l'administration du journal.

COMESTIBLES.

E. CHRISTEN, BALE.

Konkursrechtliche Liegenschaftsversteigerung.

(Zweite Gant.)

Samstag, den 24. November 1906, nachmittags 2 Uhr im **Hotel Lattmann in Ragaz.**

Gemeinschuldner: **Witwe Jda Scholl** und **Scholl, Sohn, Ragaz.**

Objekt: 1. Das Hotel zum Bayrischen Hof in Ragaz mit Hofstatt und Hofraum 340 m². 429

2. Pavillon an der Tamina und Eiskeller samt Wagenremise mit Hofstatt und Hofraum 266 m².

Die Gebäulichkeiten sind für 97,500 Fr. brandversichert.

Schatzungssumme 90,000 Fr., Angebot an erster Gant 81,000 Fr.

Die Steigerungsbedingungen liegen zur Einsicht auf.

Im Uebrigen wird auf Art. 257—259 B. G. Sch. und C. verwiesen.

Wangs, den 1. November 1906.

Konkursamt Sargans.

A LOUER

à **Annecy** (Haute-Savoie, France) l'ancien **Hôtel de l'Aigle, restauré,** dans la rue centrale, près le lac. Etablissement de IIe ordre; 30 chambres; salle de 100 couverts, pouvant s'exploiter aussi comme hôtel meublé, hôtel-pension. Conditions accommodantes.

S'adresser sur lieu, à **Mme E. Bovier,** propriétaire, ou à **M. Chenu,** notaire, à **Annecy.** (O 3840) 1599

Cafés torréfiés

aux prix les plus avantageux.

A. Stamm-Maurer

BERNE. 330

Echantillons et offres spéciales à disposition.

Cafés verts.

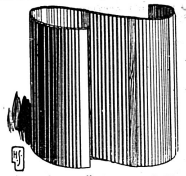
HOTEL.

A vendre dans localité prospère, station d'étrangers des bords du Léman, hôtel de plus de 100 lits. Confort moderne. Revenu assuré à preneur actif. Conditions de paiement faciles. S'adresser sous **E. S. 417** à **l'Union Réclame, Lausanne.** (RLx1273) 1616

Wilh. Baumann

Rolladenfabrik

HORGEN (Schweiz).



(J 9148) 3836

Rollschutzwände versch. Moelle **Rolljalousien,** automatisch **Holzrolladen** aller Systeme.

Verlangen Sie Prospekte.

Verlangen Sie gratis den neuen Katalog ca. 1000 photogr. Abbildungen über

garantierte

Uhren, Gold- & Silber-Waren

E. Leicht-Mayer & Cie.

LUZERN 23 bei der Hofkirche 41

2919. (H 1507 G)

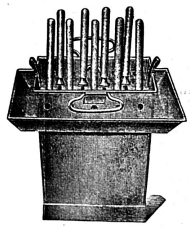
Für Hoteliers.

Gesucht für ein erstklassiges, vorzügliches Saisonhotel eine erste, **kapitalkräftige Kraft** zur selbstständigen Leitung. Prima Referenzen werden gegeben und verlangt. (MO3647) 1602

Ausführliche Offerten von ernstl. Fachleuten erbeten sub Chiffre **Z. T. 10569** an die Annoncenexpedition von **Rudolf Mosse, Zürich.**

Nouvel appareil (déposé)

à laver les couteaux de table



(K 3249) 2945

permettant de laver les couteaux à l'eau bouillante en protégeant complètement le manche.

Faute de dépôt dans la localité s'adresser directement au seul fabricant

F. Füreder, Leysin.

Prospectus gratis et franco.

Billig zu verkaufen

ein so gut wie neuer

Hotelherd und ein Restaurationsherd

sowie **verschiedene neue Herde** mit und ohne Warmwassereinrichtung neuester Konstruktion. 287

Basler Kochherdfabrik

E. Zeiger, Basel.

Mech. Leinenweberei Worb (vorm. Röthlisberger & Cie.)

in WORB bei BERN

gegründet im Jahre 1785

empfiehlt sich für die Lieferung von

erstklassiger Hotelwäsche

mit oder ohne eingewobenen Namen.

Musterkollektionen stehen gerne zur Verfügung.

Devise und Arrangements bei Neueinrichtungen.

Eigene Naturbleiche. Konfektionsatelier. 337

2992

Berndorfer Metallwaren-Fabrik

ARTHUR KRUPP

BERNDORF, Nieder-Oesterreich.

Schwerversilberte Bestecke u. Tafelgeräte für Hotel- u. Privatgebrauch

Rein-Nickel-Kochgeschirre. — Kunstbronzen

Niederlage und Vertretung für die Schweiz bei:

Jost Wirz, Luzern

Pilatushof, gegenüber Hotel Viktoria

Preis-Courants gratis und franko.

GRAND PRIX PARIS 1900 □ HORS CONCOURS ST. LOUIS 1904

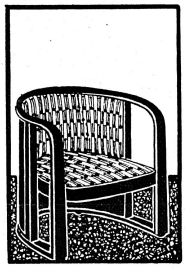
□ □ □

ERSTE OESTERREICHISCHE AKTIEN-GESELLSCHAFT ZUR ERZEUGUNG VON MOEBELN □ □ □ AUS GEBOGENEM HOLZE □ □ □ □

JACOB & JOSEF KOHN • WIEN

NIEDERLAGE **BASEL** ST. LEONHARDSTR. 9

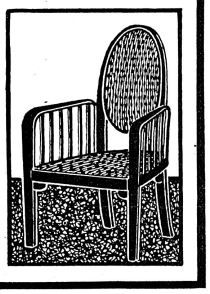
(339)



CAFÉ-, RESTAURANT- & HOTEL-□ □ □ EINRICHTUNGEN □ □ □ SCHLAFZIMMER-, SPEISEZIMMER-, SALON- UND FANTASIE-MÖBEL IN GRÖSSTER AUSWAHL UND □ □ IN ALLEN PREISLAGEN □ □

□ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □

ZU BEZIEHEN DURCH DIE BEDEUTENDSTEN MÖBELMAGAZINE DER SCHWEIZ SOWIE DURCH □ ALLE FIRMEN DER HOTEL- □ □ BEDARFSARTIKEL-BRANCHE □



NIZZA HOTEL DE BERNE

beim Bahnhof.

100 Betten.

Einziges nach Schweizer Art geführtes Hotel beim Bahnhof.

Feine Küche. Zimmer von Fr. 2. 50 an. Gepäcktransport frei.

Deutsch sprechender Portier am Bahnhof.

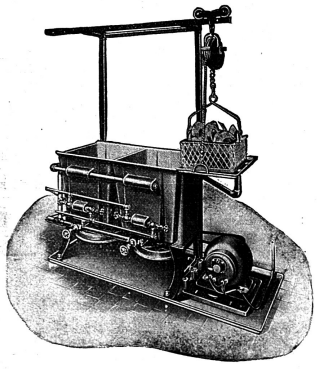
268 **H. Morlock,** Besitzer

auch Besitzer vom Hôtel de Suède (früher Roubion) und vom Terminus-Hotel.

MACHINE AMÉRICAINE A LAVER LA VAISSELLE

Geschirrspülmaschine

„VORTEX"



nouveau modèle à bassins et paniers carrés de **The Hamilton Low Co., New-York.**

Cette machine répond aux exigences modernes de propreté et d'hygiène publiques; elle constitue une grande amélioration du système des anciennes plonges.

Son utilité n'est d'ailleurs plus contestée.

Force motrice nécessaire:

Machine à 2 bassins 1 cheval, à 3 bassins $1^1/_2$ cheval.

Les principaux avantages de la Vortex sont les suivants:

1° Perfection du lavage. 2° Réduction du personnel.
3° Suppression de la casse et de l'ébréchage.
4° Economie de temps et de linge. 336

Représentants pour la Suisse:

ODIER & CIE., GENEVE

QUAI DE L'ISLE 13.

Etablissements faisant usage de la Vortex: Hôtel Beau-Rivage, à Genève. Hôtel du Touring-Club et de la Balance, à Genève. Hôtel Les Chamois, Leysin. Hôtel Eden, Montreux. Volksküche, Munich. Lungenheilstätten, Grabowsee (Mark). Restaurant Casanova, Milan. Restaurant Kempinski et Co., Berlin. Restaurant de l'Exposition, (Jubiläums Landesausstellung) Nürnberg. Königliches Forsthaus, Panisborn bei Berlin. Neue Photographische Ges., Steglitz b. Berlin, etc.

Sur demande, devis d'installation.

Hotel-Verkauf.

San Remo.

Vorzügliches Familien-Hotel in prachtvoller Lage mit Aussicht aufs Meer und Gebirge, schattiger Garten, gute Südzimmer, elektr. Licht, Zentralheizung, Bäder, ist unter günstigen Bedingungen zu verkaufen. Kann im Betrieb besichtigt werden. (HM3720) 1614

Offerten sub Chiffre **Z F 10831** an die Annoncen-Exped. **Rudolf Mosse, Zürich.**

Zu verpachten.

Hotel II. Ranges

mit besserer Bürgerkundschaft, an bester Lage Basels, flott renoviert, ca. 70 Betten, mit gutgehendem Restaurant, ist an solvable, tüchtige Wirtsleute **zu verpachten.**

Offerten sub **E6446Q** befördern **Haasenstein & Vogler, Basel.** (HO3664) 1604

Die wirkungsvollste und haltbarste

Isolierung der Kühlräume

Gefrierräume und Eiskeller 335

in

Metzgereien, Schlachthäusern
Comestibles-Geschäften
Hotels

etc.

erstellen wir aus den

imprägnierten

Korksteinplatten:

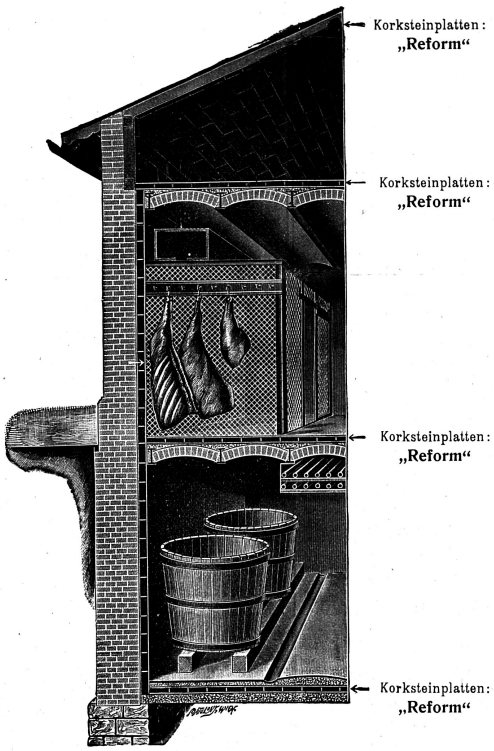
„Reform“

Vorzüge:

1. Absolut geruchlos.
2. Wasser- u. Feuchtigkeitsbeständig.
3. Dauernd höchste Isolierwirkung.
4. Geringe Raumbeanspruchung.
5. Ueberall verwendbar.

Ausführung durch eigene gut bewanderte Fach-Arbeiter.

Vorzügliche Referenzen und Zeugnisse.



WANNER & Co.
RORGEN

Generalvertreter der Korksteinfabrik Grünzweig & Hartmann, G. m. b. H. in Ludwigshafen am Rhein.

Erste und grösste Korksteinfabrik des Kontinents.

Zu kaufen gesucht

von kapitalkräftigem Hotelier ein nachweisbar rentables **HOTEL** I. oder prima II. Ranges, mit 70—100 Betten, den modernen Ansprüchen entsprechend. Ausland nicht ausgeschlossen. Strengste Diskretion. **Agenten verbeten.** Offerten unter Chiffre **H 419 R** an die Expedition ds. Blattes.

Concierge,

Schweizer, 29 Jahre alt, der 4 Hauptsprachen in Wort und Schrift mächtig, sucht Saison- oder Jahresstelle. Erstklassige Zeugnisse und Referenzen. Eintritt nach Belieben.
Offerten unter Chiffre **H 401 R** an die Exped. ds. Bl.

Hotel-Neubauten und -Umbauten

projektiert und übernimmt das

Architektur- und Baugeschäft

LA ROCHE, STÆHELIN & Co

(Ersteller des **Grand Hôtel de l'Univers in Basel**) 331

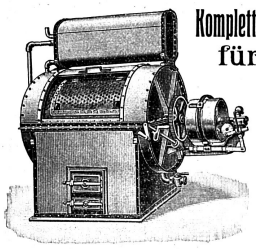
16 Malzgasse - BASEL - Malzgasse 16

Hotel-Direktor.

Erfahrener, strebsamer Hotelfachmann, verheiratet mit fachkundiger Frau, Mitte der 30er, repräsentabel, 3 Hauptsprachen, z. Zt. Direktor eines Sommerhotels, sucht anderweitiges Engagement (auch nach der Riviera).
Offerten unter Chiffre **H 403 R** an die Exped. ds. Bl.

Ed. Horst

BERLIN N. O. 18
Höchstestrasse 4



Komplette Dampfwäscherei-Anlagen für Hotels etc.

Wasch-Maschinen, Plätt-Maschinen etc.

von praktischer, solider Konstruktion. Projekte und Kataloge gratis. Offerten und Auskünfte durch (HW3068) 2965

Generalvertreter für die Schweiz

Alb. Liebmann, Zürich I

Bahnhofstrasse 56.

Hôtelier, Suisse, 35 ans, (marié avec femme du métier, parlant les 3 langues), dirigeant actuellement un hôtel de 60 lits à la montagne, cherche pour l'hiver prochain en Suisse ou dans le midi un **hôtel à louer** ou une place de directeur, même dans une affaire où il pourrait occuper le poste de chef de cuisine en même temps. Prétentions modérées, entier dévouement assuré et bonnes références à disposition. Adresser les offres sous chiffre **H 279 R** à l'administration du journal.

Zu Verkaufen ev. zu Verpachten

am **Ausgangspunkt der Lötschbergbahn** im Frutigtal ein

gut eingeführtes Reisendenhotel.

Nur seriöse Käufer- event. Pachtliebhaber-Angebote mit nachweisbarer Garantie werden beantwortet.
Offerten unter Chiffre **H 424 R** an die Exped. ds. Bl.

Käse en gros

Export - Fabrikation - Import

C. Hürlimann & Söhne

Luzern — Mailand

315

Vorteilhafte Bezugsquelle für

Emmenthaler-, Shrinz- und Parmesankäse

Schutzmarke.

Projekte, Baupläne und Bauleitung für

Hotel-Neubauten und -Umbauten

liefert prompt und übernimmt zu coulantesten Bedingungen das

Architektur- und Baubureau

Paul Huldi, Architekt, Interlaken.

Reichste Erfahrungen im Hotelbau.

Erbauer diverser hervorragender Hotels.

Pro 1906 vollendete erstklassige Hotels:

Savoy-Hotel Interlaken, Engadinerhof St. Moritz-Bad, Central-Hotel Kandersteg. (O3536)2968

Eigenes Patent ✚ No. 34088 für Doppeltüren-Verschluss.

Pacht-Ausschreibung.

Die vom Verwaltungsrat der **Blausee A.-G.** in Bern zu besetzende Stelle eines

Pächters der Blausee-Besitzung

in Kandergrund bei Frutigen wird hiermit zur freien Bewerbung ausgeschrieben.

Auskunft über die Bedingungen erteilt der Delegierte des Verwaltungsrates, Herr A. Jeanloz, Kaufmann, Waisenhausplatz in Bern, wo sich allfällige Bewerber bis zum 31. Oktober 1906 schriftlich unter Beilage von Zeugnissen anzumelden belieben.

Der Antritt erfolgt auf Frühjahr 1907. (HO3641) 1601

Bern, den 15. Oktober 1906.

Blausee A.-G. vormals A. Jeanloz.

Das Neueste in

Servietten

Leinen- und Fantasiedessins. Billige Preise. Musterkollektion zu Diensten

Für Bahnhofbuffets
feines, durchsichtiges
Einwickelpapier
mit Aufdruck
Sandwiches
etc.

Schweiz. Verlagsdruckerei G. Böhm, Basel

Höhere Fachschule

2959 für (H6.9069)

Hotelangestellte.

Prosp. v. F. de Lacroix, Frankfurtmain.

Hotel- & Restaurant-Buchführung
Amerikan. System Frisch.

Lehre amerikanische Buchführung nach meinem bewährten System durch Unterrichtsbriefe. Hunderte von Anerkennungsschreiben. Garantiere für den Erfolg. Verlangen Sie Gratisprospekt. Prima Referenzen. Richte auch selbst in Hotels und Restaurants Buchführung ein. Ordne vernachlässigte Bücher. Gehe nach auswärts. 302

H. Frisch, Bücherexperte, **Zürich I.**

Die

Champagner-Kellerei

2917 A.-G. (G 1531)

Biel (Schweiz)

empfiehlt

ihre anerkannt vorzüglichen und preiswürdigen Marken

Champagne Etoile

und

Champagne Etoile Extra Cuvée.

Zürcher & Zollikofer

St-GALL

Tulle Toile

Rideaux

Guipure Etamine

EN TOUS GENRES.

Echantillons sur demande.

franco de port. 338

TÜRZUSCHLAGEN

(O3677)2971

(schlimmste Störung der Nachtruhe) **unmöglich** durch meine

Können von Jedermann befestigt werden. **Schlagdämpfer.** In hunderten Hotels im Gebrauch.

Paar bronziert Fr. 3.75, vernickelt Fr. 4.40 ab **Freiburg, Nachn.** Bei grösseren Bezügen Rabatt. **C. Hülsmann, Freiburg i. B. No. 24.**

A vendre ou à louer à Sierre (Valais)

un petit Hôtel-Pension ou Restaurant avec grande terrasse nouvellement construit dans une position magnifique en plein midi, à 5 minutes de la gare. Comfort moderne, chambre de bain, lumière électrique, eau de source.
S'adresser à Mr. **Clivaz, architecte, Sierre.** 415

FINHAUT (Valais) altitude 1250 m.

HOTEL-PENSION meublé, à vendre ou à louer.

Adresser les offres sous chiffres **E. V. 420 à l'Union-Réclame, Lausanne.** (R Lx 1216) 1595

Knaben-Institut. Handelsschule.

Clos-Rousseau, Cressier b. Neuenburg.

Pensionspreis 1200 Fr. jährlich. (324) **Gegründet 1859.**

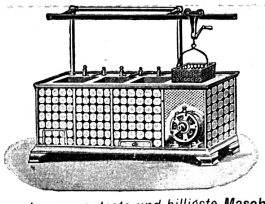
Die Essgeschirrspülmaschinen und Apparate „SIMPLON“

von der

Maschinenfabrik H. KUMMLER & Co., Aarau

sind in allen Staaten patentamtlich geschützt.

Apparate von Fr. 437.- an.



waschen, trocknen und polieren bis 7000 Essgeschirre per Stunde.

Die vollkommenste, erpropteste und billigste Maschine von allen Systemen, wird 10 Tage zur Probe aufgestellt. 2953

K2572

Prospekte und Kostenvoranschläge gratis. Ia. Referenzen.

Zu mieten gesucht

event. zu **kaufen gesucht** von kapitalkräftigem Hotelier auf kommenden Herbst oder Frühling: 2949

nachweisbar rentables Hotel I. oder ganz prima II. Ranges, mit 70 à 100 Betten, allen modernen Ansprüchen genügend. Gefl. Offerten mit Detailangaben, unter J 3560 Lz an Haasenstein & Vogler, Luzern. HK2428

Beilage zu No. 44 der Schweizer Hotel-Revue. — 3 November 1906. Novembre — Supplément au No. 44 de la Revue Suisse des Hôtels.

La réclame des hôtels.

Par

H. Behrmann.

(Suite).

(Reproduction interdite.)

VI. Prospectus.

Nous ferons rentrer sous le nom collectif un peu élastique de „prospectus“ tous les imprimés de réclame qui ne s'adressent pas à tout hasard au grand public, mais qui sont destinés à une *personne spéciale* dont on désire la clientèle. Ces prospectus peuvent être bien différents de genre et de grandeur; tandis qu'un hôtelier atteindra son but en faisant imprimer quelques mots de recommandation sur ses cartes d'adresse, un autre publiera une brochure artistique de plusieurs pages, mais ils poursuivent tous deux le même but, c'est-à-dire ils veulent tous deux se faire une clientèle.

Mais trop souvent ce but n'est pas atteint. A peine la poste a-t-elle remis au destinataire un prospectus, que ce dernier est mis au panier avec beaucoup d'autres, et pourtant ils représentent tous ensemble une somme assez ronde. D'autres fois, le destinataire laissera sur sa table à écrire, ou serrera dans son portefeuille un prospectus de peu d'apparence qui tôt ou tard remplira son but. Pourquoi cela? Parce que dans la rédaction du texte ou dans le choix des illustrations, il y avait quelque chose *de convaincant, d'attirant, de personnel* qui avait plu au lecteur et l'avait engagé à garder justement ce prospectus-là. Peut-être une introduction habile l'avait engagé à lire le tout, le texte bien rédigé avait captivé son attention et éveillé en lui le désir de voir la localité ou la maison recommandée. Ce désir éveillé chez un assez grand nombre de personnes est déjà suffisant, car l'on peut admettre que ce désir se changera chez beaucoup en un projet arrêté et de là à l'exécution, il n'y a plus qu'un pas.

La *rédaction du texte* est en effet encore plus importante et demande encore plus de soin, quand il s'agit de prospectus, que pour l'annonce. S'il donne l'illusion au lecteur qu'il a été écrit pour lui, qu'il s'adresse spécialement à lui, l'on peut être sûr qu'il produira l'effet voulu. C'est la même qualité qui distingue les gens du grand monde. Dans une grande réception, chaque invité a l'impression d'avoir fait un plaisir tout à fait spécial aux maîtres de la maison en venant les voir, et cependant ces derniers adresseront les mêmes phrases à chaque nouveau venu. Bien que l'amphitryon n'ait pu parler à chaque invité que peut-être deux fois durant toute la soirée, et cela chaque fois seulement quelques minutes, l'invité a l'impression que son hôte ne l'a abandonné que pour quelques instants. Ce sont là les miracles de l'amabilité et du tact!

Comme le buffet forme un cadre solide à l'amabilité des hôtes, il faut que le prospectus contienne non seulement des paroles cordiales, mais aussi des *faits*. On indique en général les prix de pension et de chambres, les plans des différents étages, les artères qui conduisent à l'hôtel, les tarifs pour les voitures et les guides, quand il s'agit d'hôtels de montagne. Mais ne serait-il pas bon de donner quelques renseignements sur la longueur et les fatigues qu'imposent les différentes *excursions* que l'on peut faire à pied, sur le genre de chemins, sur le caractère de la montagne, etc., renseignements précieux pour le touriste habitant la plaine? Dans d'autres cas, quelques indications sur les *produits naturels* de la contrée seront à leur place, puisque ces produits feront partie de la nourriture et pourront être de première qualité, comme le lait, le fromage, le miel, le raisin et d'autres. Il ne suffira cependant pas de les énumérer, si l'on ne fait pas ressortir les qualités spéciales de chaque produit. Personne n'ajoutera une grande importance au fait qu'avec un café complet on sert du miel, mais bien à la mention que, grâce à la flore de la localité, ce miel a un arôme tout à fait particulier.

Un hôtel situé dans une grande ville vante sa bonne cuisine. Au lieu de cette affirmation qu'on est obligé d'accepter telle qu'elle, il ferait mieux d'imprimer deux menus qui donneraient au lecteur une idée de toutes les bonnes choses qu'il pourrait avoir dans cette maison. Les routes de voyage sont souvent indiquées, mais cela ne ferait-il pas plaisir à celui qui reçoit le prospectus de trouver sur une page spéciale les *meilleurs trains* partant de l'endroit qu'il habite à destination de l'hôtel recommandé ou vice versa. Ce ne sera pas bien difficile pour l'hôtelier de trouver ces renseignements dans l'indicateur officiel et le temps qu'il y consacrera sera bien payé par la réussite de la réclame. Si le lecteur a la curiosité d'examiner si les indications sont exactes ou s'il ne serait pas possible de trouver encore une meilleure communication, la réclame commence déjà à avoir du succès. Enfin pour l'étranger qui vient en Suisse, des renseignements sur les postes, les taxes postales, les monnaies, etc., ont de la valeur. En réfléchissant, l'on trouvera encore bien des informations à donner à sa clientèle, et plus elle se recrute dans des milieux différents, plus le prospectus pourra être volumineux. Il pourra même devenir un vrai guide ayant de la valeur pour son propriétaire outre son but de réclame.

Quand on agrandit le prospectus, l'illustration gagne aussi de l'importance à côté du texte. Dans de petites réclames, l'illustration se borne à la vue de l'hôtel, tandis que dans les plus grandes on peut faire une plus grande part à l'illustration aux dépens du texte et obtenir ainsi l'effet voulu. Ceci sera à sa place pour les hôtels situés dans les centres du tourisme, dans les grandes villes ou dans les stations d'étrangers fréquentées par un public international, parce que l'on peut admettre que la situation de ces endroits et leur genre sont suffisamment connus. Mais en général, il vaudra mieux sacrifier un peu l'illustration au texte. On recourra de préférence à la photographie pour les illustrations, car elle est absolument exacte, tout en permettant des effets artistiques.

Nous touchons ici à la *décoration extérieure* du prospectus. Elle aussi est un moyen, aussi bien que le texte et l'illustration, pour captiver l'attention du destinataire et il faut se garder d'y apporter moins de soins. Les instituts d'arts graphiques offrent souvent des couvertures pleines de goût et d'une bonne exécution, mais en général ils ne s'écartent pas des chemins battus. C'est très instructif de comparer les imprimés des hôtels de l'étranger, et surtout de l'Amérique, avec les nôtres. On rencontre là des travaux de grande valeur, soit au point de vue technique, soit au point de vue artistique, qui dénotent un goût parfait et où l'on peut puiser bien des idées. Ainsi que nous l'avons recommandé et motivé dans nos articles précédents, il vaut mieux ne pas s'en remettre aux propositions de la maison d'arts graphiques, mais s'orienter soi-même sur le genre de réclame que l'on veut faire et ne commencer les transactions commerciales que quand on est absolument au clair sur ce que l'on veut.

Pour donner un air de distinction à la brochure, il est avantageux de choisir un papier mat un peu tinté. Le blanc éblouissant du papier porcelaine qu'on prend si souvent à cause des clichés à demi-tons, fait mal aux yeux à la longue. Si l'on est obligé de l'employer à cause du genre d'illustration, l'on peut, du moins quand il s'agit de brochures d'une certaine longueur, faire imprimer le texte à part et les illustrations à part et ne les faire brocher qu'après coup. Avec cette manière de faire, le texte a en outre l'avantage de ne pas être interrompu par l'illustration, ce qui est plus agréable pour le lecteur, tandis que les gravures font plus d'effet quand elles occupent seules la page.

Ces brochures où le texte et les illustrations sont imprimés à part et brochés après coup, sont en général de format oblong, probablement à cause du format assez large des photographies. Le format haut, par contre, a l'avantage incontestable d'avoir le même format que les autres livres, ce qui lui prend un peu le caractère de la réclame. Les lignes sont ici moins longues, ce qui est plus agréable à l'œil, le format haut est donc dans beaucoup de cas préférable.

Pour les réclames imprimées en langue allemande, nous recommanderons les caractères allemands. Il est vrai que dans les réclames les caractères romains règnent en souverains, souveraineté qui leur est peu disputée par les caractères de types modernes. Mais il est prouvé depuis longtemps que pour le lecteur allemand les caractères allemands sont préférables, étant plus lisibles. Le genre plus varié des lettres fait que l'image du mot se photographie plus vite dans l'œil et le fatigue moins. Enfin le lecteur allemand appréciera les caractères allemands parce que c'est l'écriture allemande et la réclame ne doit pas laisser échapper cette occasion d'être agréable à ceux dont elle espère faire ses clients.

Nous voudrions encore recommander aux hôteliers d'apporter un soin particulier à leur texte au point de vue de la langue, quoique cela ne touche pas la réclame proprement dite. Les textes français et anglais sont en général rédigés en bon français et en bon anglais, mais il n'en est pas de même pour les textes allemands. Ensuite de causes historiques et ensuite de la diversité de nos langues nationales, nous adoptons souvent des expressions et des tournures de phrases étrangères qui choquent le voyageur instruit des pays limitrophes de langue allemande, tandis que l'hôtelier, obligé de parler à tout moment plusieurs langues différentes, ne le remarque plus. Ce mélange de langues ne favorisera certainement pas l'effet de la réclame des imprimés en Allemagne, et comme les Allemands forment un grand contingent de notre tourisme, ils exigent avec raison quelques égards. Sans vouloir exagérer le purisme de la langue, l'on peut exiger qu'on évite de défigurer un texte allemand par une „soignierte Küche“ ou le „service auf dem appartement“.

(La fin au prochain numéro.)

Le billet de chemin de fer suisse est-il une pièce officielle?

En complément de la courte notice que nous avons insérée dans la petite chronique de notre dernier numéro, nous reproduisons ci-dessous une correspondance de Zurich adressée aux „Basler Nachrichten“:

La question de savoir si un billet falsifié des chemins de fer fédéraux doit être considéré comme la falsification d'un document de la Confédération, a préoccupé également le tribunal de Zurich, lequel a répondu par la négative. Il ressort du jugement qu'il s'agit d'une affaire de droit privé entre les chemins de fer et le voyageur. Il n'y aurait eu faux que s'il s'était agi d'un document officiel ou d'une pièce créée par la Confédération en vertu de sa compétence officielle. Ainsi, par exemple, le timbre-poste est un document officiel, créé en vertu du monopole de la Confédération. En outre le timbre-poste représente une valeur vis-à-vis de chacun, tandis que le billet de chemin de fer n'est que l'attestation d'une affaire traitée entre le transporteur, dans le cas particulier les chemins de fer fédéraux et celui qui a été transporté. Le défendeur a fait ressortir les conséquences contradictoires auxquelles conduirait la qualification de faux appliquée à un billet de chemin de fer falsifié. Qu'on réfléchisse qu'un voyageur falsifiant un billet de la ligne du Gothard ne peut pas être poursuivi juridiquement pour falsification d'un document officiel, tandis que celui qui prend un billet sur le parcours des chemins de fer fédéraux et le falsifie, peut être poursuivi. Le cas serait encore plus compliqué pour quelqu'un qui prendrait sur le réseau étendu du Gothard un billet valable sur les chemins de fer suisses. Supposez quelqu'un prenant à Chiasso un billet pour Zurich: le billet deviendrait-il immédiatement un document officiel à l'arrivée du voyageur à Zug?

Il faut considérer aussi qu'un billet n'est pas valable pour quelqu'un d'autre, ainsi que cela est toujours indiqué sur le billet lui-même, tandis que les timbres-poste ont une valeur marchande. Il n'y a pas de doute qu'un marché conclu entre les chemins de fer fédéraux et un particulier, doit être considéré comme un acte privé.

Par contre le tribunal n'a pas admis les autres considérants du défenseur, lequel estimait qu'il n'y avait pas tentative de fraude du fait qu'un voyageur présentait un billet détérioré ou devenu illisible, car dans ce cas il était simplement présenté au contrôleur, ou au conducteur, un billet non valable. Le voyageur qui est trouvé sans billet n'est pas non plus puni pour fraude lorsqu'on ne peut pas lui imputer une intention frauduleuse, mais on lui réclame seulement le montant du billet plus la surtaxe habituelle de 50 cent. Une condamnation pour un cas semblable serait une punition trop forte, comparée à l'amende de 2 francs qui est appliquée, pour la première fois, dans le cas de l'emploi d'un timbre-poste oblitéré.

Le procès concerne un négociant qui a rendu illisible et modifié la date d'un billet de retour périmé Olten-Wyl (St. Gall). Au moyen de ce billet il fit plusieurs fois le trajet Winterthur-Alstätten et ensuite le trajet Dietikon-Aarau. C'est sur ce dernier parcours que la tromperie fut découverte et signalée par le conducteur chargé du contrôle. Le négociant en question prétendait ignorer comment il était possesseur du billet falsifié. Le tribunal du district le condamna pour fraude qualifiée de fr. 1.70 et pour essai de fraude de fr. 2.40 à quatre jours de prison et fr. 30.-- d'amende.

Le cas ayant une grande importance de principe, et la question étant différemment interprétée, une décision des instances supérieures serait d'un grand intérêt.

Au sujet de la qualification de faux appliquée aux billets de chemins de fer fédéraux, on écrit encore ce qui suit à la *Nouvelle Gazette de Zurich*:

Depuis la nationalisation des chemins de fer, dans bien des cas la question s'est posée de savoir si les billets et abonnements généraux délivrés par les chemins de fer fédéraux se trouvaient être de soi-disants documents officiels dans le sens de l'article 61 du Code pénal fédéral de l'année 1853. Le Conseil fédéral a répondu affirmativement, partant du point de vue que ces pièces étaient créées par des employés de la Confédération. Il se basait pour cela sur l'opinion de la Direction générale des Chemins de fer fédéraux et de l'Administration fédérale, et renvoyait aux autorités cantonales pour infraction à la loi fédérale les personnes qui avaient falsifié des billets par changement de date ou autrement.

Dans différents cantons, cette qualification a été reconnue par les tribunaux, et à St. Gall en deuxième instance après qu'un tribunal de district eut répondu que la chose ne tombait pas sous le coup du Code pénal fédéral. Ce n'est que cette année que les tribunaux de première et deuxième instance du canton de Bâle-ville ont prononcé l'acquittement dans le cas Lindner souvent cité, ce qui engagea le Conseil fédéral à soumettre la chose à la Cour de cassation du Tribunal fédéral, dans l'intérêt d'une solution conforme. Celui-ci a donné le 17 Juillet 1906 l'avis motivé suivant: On doit attribuer aux billets de chemins de fer délivrés par les Chemins de fer fédéraux, le caractère de documents fédéraux et leur falsification doit être réprimée par le Code pénal fédéral. Il est établi que les billets délivrés par les employés en question proviennent difficilement d'une autre source que de celle de l'Administration, car les chemins de fer font partie intégrante de l'Administration fédérale, et les employés des trains et des gares, de même que ceux qui sont chargés d'établir et de délivrer les billets sont des employés fédéraux et des fonctionnaires fédéraux.

Le jugement réfute une série d'objections qu'il indique comme non-fondées, et qui ont été soulevées par les tribunaux bâlois, au sujet de la qualification de billets de chemins de fer fédéraux, par opposition aux billets de parcours sur des lignes privées; et il conclut par le renvoi au tribunal d'appel du canton de Bâle-ville pour nouvel examen; la décision de la cour de cassation devant, d'après les prescriptions de la loi fédérale sur l'organisation judiciaire, être soumise à ce nouvel examen.

C'est de pratique constante que les fraudes de ce genre relèvent du code pénal fédéral.

Pour les coupables, la discussion sur la peine à appliquer n'a pas beaucoup d'importance, son application est en tout cas du ressort du juge cantonal; la peine prévue dans le code pénal fédéral, pour les délits de peu de gravité, est d'un jour de prison minimum, avec amende, et c'est généralement la peine que prononce également la juridiction cantonale.

Abonnements généraux et carte d'identité.

La presse quotidienne insère le communiqué suivant:

Un journal a posé dernièrement à l'administration postale la question de savoir si les abonnements généraux aux chemins de fer suisses pouvaient désormais servir de pièces d'identité pour la réception de plis recommandés — puisque le Tribunal fédéral avait confirmé qu'un abonnement général suisse était une pièce officielle.

Il y a lieu de remarquer, qu'il s'agit là de deux questions absolument distinctes l'une de l'autre: 1° l'abonnement général est-il une pièce officielle, et 2° possède-t-il la qualité d'une pièce d'identification? Si le Tribunal fédéral a répondu affirmativement à la première question, il faut d'autre part répondre négativement à la seconde. Les abonnements généraux des chemins de fer suisses ne pourront pas servir de pièce d'identité pour retirer des lettres chargées, tant que l'administration, c'est-à-dire les employés aux guichets ne pourront pas, au moment de la prise de l'abonnement, s'assurer d'une façon certaine, que celui qui commande le billet, répond bien au nom qu'il fait inscrire sur ce billet. Tant que les chemins de fer ne pourront pas fixer l'identité du voyageur, et la documenter sur l'abonnement général, comme cela se fait actuellement pour les billets délivrés aux voyageurs de commerce, sur le conseil donné à l'administration des postes par le Département fédéral du commerce — tant que cela n'aura pas été fait, la possibilité subsiste que quelqu'un fasse établir un abonnement sous un faux nom. Et les abonnements généraux étant considérés sans autre, comme preuve d'identité, un voleur qui aurait connaissance d'un envoi de valeur fait à une autre personne pourrait facilement s'approprier cet envoi, et mettre ainsi l'administration postale en perte, en présentant l'abonnement général inscrit au nom de la dite personne.

On ne peut naturellement pas faire de reproches aux chemins de fer de ne pas établir l'identité d'un abonné, ni de la certifier sur la carte d'abonnement. En effet, il importe peu au chemin de fer, de savoir si le voyageur est bien celui qui se donne pour tel; l'important pour la Compagnie est que personne d'autre n'utilise l'abonnement pris; c'est à cette intention que la photographie du voyageur est fixée sur la carte d'abonnement.

A cette occasion, il est rappelé que l'administration des postes délivre des carnets d'identité qui sont très commodes et très pratiques pour établir l'identité des destinataires de plis chargés. Ces carnets qui sont également reconnus comme cartes de légitimation, par les bureaux de poste de la plupart des autres pays, peuvent être demandés à la direction des postes et dans les bureaux de Ire et IIe classe, au prix de 50 centimes pièce.

La vie d'hôtel.

Dans toutes les parties du monde il y a, en cette fin de saison, une catégorie de voyageurs abattus. Ce sont ceux „qui aiment la vie d'hôtel“ et qui pensent avec ennui que l'instant approche où il leur faudra réintégrer le domicile ordinaire, ce domicile qui n'est que légal et n'a point leur cœur. Car ils ne se

sentent jamais vraiment chez eux, ces étonnantes gens, que hors de chez eux.

Ne supposez pas que ce soient de pauvres petits bourgeois privés, dans un modeste intérieur, du confortable qui les charme ou du luxe qui les éblouit dès qu'ils franchissent le seuil du dernier des „Métropoles"? Non, la plupart sont riches et habitent de beaux appartements ornés de glaces, fraichement ou anciennement décorés, quelques-uns même possèdent des hôtels. Mais, si somptueux et si bien aménagé qu'il puisse être, leur hôtel n'est pas „l'hôtel", l'immense et amusant palais enchanté avec le carillon de ses sonneries électriques, le labyrinthe de ses couloirs, ses corridors de deux cents mètres où l'on s'avance le soir entre une double rangée de bottines flasques et béantes, déboutonnées, sans secret.

A ceux qui ont la faiblesse de se plaire dans leurs meubles il faudra toujours un gros effort pour comprendre les délices de la vie d'hôtel, et cependant ces délices ne sont point vaines. Curieux de les connaître, j'ai interrogé une dame de mes amies, une veuve honoraire, très remuante, avec laquelle j'ai mon francparler et qui est une fanatique de logis d'aventure.

* * *

— Les charmes de la vie d'hôtel! s'est-elle écriée, faut-il donc que ce soit moi qui vous les précise et vous les énumère? Ah! quel faux-pas vous faites dans mon estime! J'essaierai de vous en donner un rapide aperçu, mais le pourrai-je? Car, en vérité, ce sont là de ces choses que l'on éprouve et qui s'expliquent mal.

D'abord, c'est une joie sans mélange que de n'avoir à se soucier de rien. Plus de maison à tenir! Plus d'ordres à donner! Seule! Seule avec ma femme de chambre et mes trois grandes malles dévouées, qui me suivent comme des chiens. Mais, procédons par ordre. J'arrive devant le „Colossal" ou le „Splendide". L'omnibus n'est pas encore arrêté que le directeur est là, déférent et courbé à croire qu'il va me présenter les clefs de la ville. Je descends. Des bras s'empressent à me soutenir et, triomphale déjà, je pénètre dans mon nouveau domaine, j'entre „chez moi".

— A l'hôtel?

— A l'hôtel. Moi, l'hôtel, oui. A partir de de cette minute, rien ne m'échappe, tout m'enchante. C'est une série d'impressions aussi agréables que variées. Voici le portier, ce personnage d'opérette, considérable et divertissant, avec sa casquette de cuir galonnée, le velours, à la médecin major de son col, sa redingote brodée habillant un ventre de bourgmestre et cet air de gravité qui n'est qu'à lui, qui participe du chambellan à l'amiral. Sans me connaître, il m'a reconnue. Je suis celle qui aime la vie d'hôtel. A l'avance, il a lu le gros pourboire sur mon visage. Comme je vais être soignée! C'est lui qui me vendra les timbres du pays et les cinquante cartes postales qu'il me faut expédier par jour, qui me dira, en n'importe quelle langue, le tarif des voitures, où sont les antiquaires et le pharmacien, le chemin le plus direct pour aller au musée. Il connaît la ville dans les coins, et l'étranger encore mieux que la ville. Cependant, le directeur s'est avancé, des papiers d'Etat à la main, et me communique le numéro de la chambre qu'il m'a réservée sur ma dépêche de l'avant-veille. Je me hâte vers l'ascenseur.

Ici, je crus devoir interrompre mon aimable emballée:

— A moins, cependant, que votre chambre ne soit au rez-de-chaussée?

— Jamais! fit-elle. Le premier étage ou le cinquième, cela m'est égal, pourvu que je puisse pratiquer l'ascenseur. J'en raffole, et même quand je suis au premier, j'en use à tous les coups, pour le plaisir. J'oublie exprès mon mouchoir, afin d'avoir à aller le chercher. J'adore la montée, excitante et rapide, l'air bête et distingué que l'on prend aussitôt entre voyageurs silencieux dans cet étroit réduit, le brusque arrêt, les salamecs et politesses pour sortir, et pardessus tout la descente qui me coupe les jarrets et me chasse le cœur à droite. Chaque fois, je crois toujours que je vais pour de bon visiter une mine qui s'éboulera.

* * *

— Soit. Vous voilà rendue à votre chambre. Encore faut-il qu'elle vous plaise?

— Elle me plait invariablement.

— Comment cela?

— Parce que c'est la chambre d'hôtel, la chambre banale, ridicule et touchante, faite exprès pour moi. Sur le devant ou sur la cour je m'en accomode. Je n'ai un joli brin de plume aux doigts que sur du papier à en-tête de „Palace" et je me rafraîchis — mieux qu'en ma cuvette d'argent — dans une bonne grosse bête de porcelaine au fond de laquelle est tracé „Bristol". Si attachantes que soient les merveilles de la ville, je rentre cependant à l'hôtel avec belle humeur parce que tout m'y amuse à voir et à étudier. Pas une minute d'ennui. Mes yeux et mes oreilles sont occupés et distraits à chaque seconde. Avec une curieuse et sympathique malice je regarde, sans jamais m'en fatiguer, cette humanité cosmopolite, bizarre et indéchiffrable, dont j'ai l'orgueil de faire partie moi-même. J'imagine, j'invente, je suppose, j'arrange à mon goût l'histoire de la famille et le drame de l'individu; sur l'air et les façons je tâche de supputer la fortune, de deviner la profession. L'eau minérale du voisin m'en dit long sur son caractère. Je me demande de tous ces hommes qui mangent à cette table d'hôte, accourus des trente-six bouts du monde, quel est le meilleur? puis: quel est le plus riche? Et il se trouve qu'à ma chétive idée ce n'est jamais le même. J'observe les visages en défaut où se trahit la notion des cœurs, je note le front moite et pâle du veuf qui abat des pays, droit devant soi, pour oublier; les décolletages palpables de la demoiselle à éclat, en quête de mari, coiffée à la „prenez-moi jeune homme" et flanquée d'une mère de louage; les yeux rouges de la vieille dame seule, qui a sûrement pleuré dans le wagon, et tous les types, tous les échantillons de nationalité diverse et opposée, depuis l'Allemande charpentée, lourde et sentimentale, aux prunelles de turquoise dans la chair à saucisse, jusqu'à l'Anglais frictionné qui ne plaisante pas, la mâchoire en pointe de cuirassé, sans oublier non plus le milliardaire américain aux dents criblées de minerai, qui a toujours l'air quand il rit, d'avoir à l'instant croqué ses lunettes d'or. Je laisse de côté les mille et un manèges de la domesticité, ses politesses et ses égards qui ne sont pas les mêmes selon la fonction, car les humbles petits soins du simple et jeune garçon qui glisse un coussin sous les pieds, ainsi qu'un amoureux de Scribe, n'ont rien de commun avec la condescendance du maître d'hôtel qui daigne lui-même, en observant des précautions de chirurgien, déboucher le clicquot dont il écarte la capsule comme s'il débridait une plaie. Mais je me tais, car j'en aurais pour jusqu'au matin à épuiser la liste des divertissements que me réserve la vie d'hôtel.

— Comment, ce n'est pas fini? m'écriai-je, vous en trouveriez d'autres?

— Des cents! Des mille!

— C'est trop! Donnez-m'en seulement encore une demi-livre.

Elle reprit avec une gaie fureur:

— Moquez-vous de moi! J'aime à la passion, je le répète, cette vie de fauteuil à bascule dans des courants d'air. Moi qui suis malade ici à l'idée de mettre une petite robe de six sous pour aller dîner dans l'intimité de ma mère, je n'éprouve aucune répugnance en voyage à sortir le grand pavois tous les soirs pour des gens que je ne connais pas, qui passent, et que je ne reverrai jamais. A l'hôtel je loge une âme de concierge et de provinciale et je suis très bien femme à patienter cinquante minutes, l'œil à la pendule arrêtée, dans le salon de conversation où personne ne parle, rien que pour avoir le bonheur de voir enfin passer une dame qu'en dit être la tante de Mme Rockfeller ou le petit chien de M. Pierpont Morgan. Oh! le soir, après le dîner, dans le hall, quelle douceur — éreintée de pinacothèques et aplatie de cathédrales — d'écouter d'une oreille vague les violons de la loggia qui peu à peu font rêver de la patrie! Et l'hôtel me rend meilleure, il secoue chez moi une bonté native encline, à Paris, au sommeil. Comme alors je plains sincèrement les femmes de chambre, les „filles de quartier" pour lesquelles une pancarte bienveillante avertit qu'il faut sonner deux fois, pauvres créatures sans âge et souvent sans sexe, espèces de femmes-hommes attendrissantes, taillées sur le même patron et dont seule varie à travers le monde la forme du bonnet, qui savent comment s'appelle un édredon dans plusieurs langues et travaillent comme des esclaves, de la pointe du jour à l'extinction de la dernière lampe électrique! J'ai pour elles autant de pitié que d'admiration; que de lits elles auront faits au bout du compte! que d'eau pas chaude elles apportent et rapportent au galop, ces malingres Danaïdes, éternellement souriantes au difficile étranger!

— Vous avez raison, lui dis-je et avec vous je m'apitoierais volontiers aussi sur le garçon d'hôtel en gilet rayé qui pour dessert s'offre tous les soirs à cirer quatre-vingt-dix-huit paires de bottines pendant que vous dormez la tête pleine de Van Dyck, de Velasquez et de Rubens. Y songez-vous à ce ver de terre qui tient et fait reluire dans ses grosses mains votre soulier de poupée?

— Quelquefois, répondit-elle. Et sérieuse elle ajouta: Un bon point pour les mains du ver de terre. L'image est savoureuse.

— Et le groom de l'ascenseur! m'écriai-je, l'infortuné garçonnet, en veste de hussard, à boutons de métal ronds comme des grelots, qui vit debout, en cage, sans air, dans une montée ou une descente perpétuelles, la paume des mains râpée par la corde, et qui exécute ainsi par jour, deux, trois, cinq cents voyages, en saluant correct et les talons joints, chaque fois qu'on entre dans la cabine et qu'on en sort! Y songez-vous à ce petit enfant de troupe? Et les géants en tabliers de lustrine verte, à moustaches tombantes couleur de bière, qui amènent au bout de cordes et de crochets, comme des cercueils, les gros bagages dans les chambres, débouclent les courroies des malles, posent le sac et s'en vont, hébétés et lents, en laissant après eux une rude odeur de lansquenet? Y songez-vous aussi?

De la tête, gentiment, elle faisait oui. Je concluais:

— Non, voyez-vous? A moi, ne me parlez pas de la vie d'hôtel. Au bout de quarante-huit heures que je réside au 24 ou au 37 de n'importe quel Continental, je deviens la proie du spleen. La vue des malles, de la mienne, me plonge dans des abimes de détresse, car y a-t-il au monde quelque chose de plus triste et de plus désespéré qu'une malle? Je sens bien, à vrai dire, que j'eusse assez volontiers pris mon parti des chères, incommodes, ridicules et exquises auberges d'autrefois. Mais elles n'existent plus. Cet été, j'ai même fait à ce sujet un singulier rêve. J'ai rêvé que je rencontrais dans un bois un cheval blanc, un lion d'or et un grand cerf qui se lamentaient à l'envi, inconsolables de la disparition des hôtelleries qu'ils baptisaient. Et puis ce qui rend par-dessus tout tragique mon dégoût de vivre dans la chambre d'hôtel, c'est la venette que j'ai d'y mourir subitement. Avez-vous bien envisagé cette épouvante?

Ma jolie enragée souriait.

— Bah, fit-elle, là ou ailleurs, c'est toujours le Terminus.

Henri Lavedan
de l'Académie française.

(Feuille d'Avis de Montreux).

Strassenstaubbekämpfung.

In Zürich wurden Proben mit einem neuen Verfahren zur Herstellung von Strassenkies gemacht, deren Resultate zu guten Hoffnungen betr. Staubbekämpfung berechtigen. Der Schalkies wird so hergerichtet, dass die Körner 30 bis 40 Millimeter Stärkedurchmesser erhalten; er wird dann von allen erdigen Bestandteilen befreit. Der trockene Kies wird darauf in einer eigens dazu eingerichteten Maschine präpariert. Der Kies wird vorerst erwärmt, dann durch eine sich drehende Trommel in abwärts gleitender Bewegung dem flüssigen Teer ausgesetzt. Der Teer tropft auf das in steter Mischbewegung sich befindliche Kies derart, dass jeder einzelne Kiesel mit einer Teerschicht umhüllt wird. Der aus der Maschine ausgetretene Teerkies wird an Haufen geschichtet, mit einer Schutzdecke umgeben und so acht bis 10 Wochen liegen gelassen. In dieser Zeit geht ein Gärungsprozess vor sich, der den Teer in die Poren des Kieses eindringen lässt und so zur Verminderung der Staubentwicklung beiträgt. Bei der Auffuhr auf die zur Bekiesung ausersehene Strasse ist peinlichste Reinlichkeit zu beobachten, sowie trockenes Wetter abzuwarten. Es dürfen sich keine fremden Stoffe dem Makadam beimischen. Das Walzen geschieht ohne Wasserbesprengung. Die Kosten der Herstellung sind unerheblich, der Teerverbrauch auf den Kubikmeter Kiesel ist 20 Kilo, bei Kalkstein 25 Kilo. Die Maschine wird von vier Arbeitern bedient, sie liefert im Tag 10—15 Kubikmeter. Das Patent ist in allen Kulturstaaten angemeldet. Vom Ankleben des Teers an den Schuhen ist keine Spur, denn durch die Gärung ist der Teer neutralisiert.

Nach einer Mitteilung der „Umschau" hat man in den Vogesen ein ausgezeichnetes Mittel angewendet, um das Aufwirbeln von Staub durch Automobile auf Chausseen zu verhindern. Man streut auf die Strassen eine Schicht frischer grüner Blätter oder Zweige von Nadelholzbäumen. Beides hat sich sehr gut bewährt, hat jedenfalls den Vorzug sehr geringer Kosten und soll ebenso wirksam bleiben wie eine Teerung der Strassen. — Wer in Münchens Umgebung oder überhaupt im südlichen Bayern in den Tagen nach Fronleichnam zu Fuss oder per Rad Wanderungen unternommen hat, wird bestätigen können, dass auch das Heu oder das Gras, welches die Bauern in den von der Prozession berührten Dorfstrassen streuen, die Staubplage ebenfalls stark mildert.

Kleine Chronik.

St. Moritz-Dorf. Hrn. Kaspar Badrutts Privathotel wird für die Wintersaison am 5. November eröffnet.

Locarno. Im Hotel Beau-Rivage sind nebst verschiedenen andern Renovationen in allen Räumen Zentral-Warmwasserheizung und elektrische Beleuchtung eingerichtet worden.

Verschluckte Goldstücke. In einem Restaurant der Place Blanche in Paris speiste ein Advokat zu Nacht. Als er mit einem Zwanzigfrancsstück bezahlen wollte, sagte eine junge Halbweltdame am Nebentische zu ihm: „Bitte, lassen Sie mich in das Goldstück beissen, das bringt Glück!" Der Advokat hatte nichts dawider. Das junge Mädchen biss in den Louis und rief gleich darauf: „Mein Gott! Ich habe ihn verschluckt!" Aber der Advokat kannte diesen Trick. Er liess die Goldesserin verhaften, und auf der Polizeiwache hatte ein Brechmittel den überraschenden Erfolg, dass sie „drei Napoleons" brach!

Aus Bayern. Der Fremdenverkehrsverein für München und das Bairische Hochland hat an seiner Delegiertenversammlung vom 28. Oktober für 1907 die Herausgabe eines Verkehrsbuches als Beigabe zum Sommerfahrplan beschlossen. Dem Winterfahrplan soll dann ebenfalls für Propagandazwecke eine Schrift „Der Winter in Baiern" beigegeben werden. Eine Anregung wurde gemacht für Herausgabe einer Propagandaschrift für den Segelsport auf den Seen Baierns. Zur Begründung der Anstrengungen für Hebung des Fremdenverkehrs im Winter wurden die einschlägigen Erfolge in der Schweiz vorgebracht. Eine weitere Anregung ging dahin, dass in Garmisch einmal ein Hotel einen Winterbetrieb versuchsweise durchführen solle.

Interlaken. Gegenwärtig vollzieht sich am Hotel National ein interessanter Umbau. Der Dachstuhl des Hotelgebäudes soll gehoben und darunter ein neues Stockwerk eingebaut werden. Zunächst wurde der Dachstock des Mittelbaues in Angriff genommen, der den schwierigsten Teil der Arbeit darstellt. Zurzeit ist die gewaltige Last um beinahe drei Meter gehoben und zwar vermittelst in vier Reihen angebrachten Schrauben und Winden. Sukzessize wird die eine Reihe nach der andern in Auftrieb gesetzt und zwar um je 5 cm. Um jede Gefahr auszuschliessen, ist das Gebälke durch ein kompliziertes Sperrwerk gesichert. Es sind bis in die unteren Etagen eine grosse Zahl von Stützbalken eingelegt.

Die Schweiz und die Einfuhr spanischer Weine. Um einer durch den billigen Zollansatz von 8 Fr. im neuen Handelsvertrag mit Spanien drohende Invasion mit spanischen Weinen in die Schweiz zuvorzukommen, haben sich die Weinbauern der welschen Schweiz zusammengetan und am 28. Okt. beschlossen: „1. Die Deputierten der welschen Schweiz in den eidgenössischen Räten einzuladen, die Ratifikation des Vertrages mit Spanien zu verweigern; 2. den schweizerischen Bauernbund zu ersuchen, dass er seine Vertreter in der Bundesversammlung einladet, ebenfalls diese Ratifikation zu verweigern; 3. für den Fall, dass der obigen Resolution nicht Rechnung getragen wird, sofortige Massnahmen zu ergreifen, um eine Revision der Bundesverfassung zu erlangen, in dem Sinne, dass alle Handelsverträge zur Ratifikation dem Volke unterbreitet werden müssen."

Heimatschutz. Ein Engländer, der ein Freund der Schweiz ist, hat in der „Times" einen Leitartikel über die Verunstaltung der schweizerischen Alpenlandschaft durch Bergbahnen, Plakate etc., veröffentlicht, worin er als abschreckend für das Publikum hinstellt: Zinal-Zermatt durch das untere Gabelhorn, Göschenen-Andermatt durch die Schöllenenschlucht, Engadin-Poschiavo über Bernina, Stalden-Saas-Fee, Aigle-Sépey und Ormont (dessus)-Gstaad, Montheys-Champery-Morgins, Meiringen-Grosse Scheidegg durch Rosenlaui, Grindelwald-Grindelwaldgletscher, Kleine Scheidegg-Lauberhorn und Männlichen, Lauterbrunnen-Mürren (neue Linie mit Lokomotive), Verlängerung von Brunnen-Morschach. Das „Genfer-Journal" bemerkt, es sei erfreut, dass von England aus eine Reaktion gegen das schweizerische Verunstaltungsfieber erfolge, die in den beteiligten Gegenden nicht ohne Eindruck bleiben werde.

Ein wohlverbürgtes Geschichtchen, dessen Schauplatz die Münchener königliche Residenz und dessen Held ein braver tüchtiger Landschaftsmaler ist, für den höfischen Zwang ein Buch mit sieben Siegeln bedeutet, wird aus München berichtet. Der Prinzregent hatte den Künstler zur Tafel geladen, da ihm die Kunstausstellung eine Auszeichnung gebracht hatte. Der biedere Malkünstler war ob dieser Ehre ebenso aufgeregt, wie verlegen. Zunächst galt es, einen Frack zu leihen. Das gelang. Dann aber nahmen ihn gute Freunde bei Seite und erzählten dem Gläubigen, am Schlusse der Hoftafel werde in dunkelblauen Gläsern ein ganz besonders alter Wein gereicht, und Pflicht des zum ersten Male Erschienenen sei es, das Wohl des Regenten auszubringen. Und so kam es, dass der Malersmann tatsächlich am Schlusse des Essens — das Mundspülglas ergriff, es mit der nötigen Begeisterung ernob, den Prinz-Regenten dreimal leben liess und die lauwarme Flüssigkeit in einem Zuge hinabstürzte, zur sprachlosen Verblüffung aller Anwesenden.

Der kranke Kurgast. Eine Dame, die in einer Fremdenpension zu Langenschwalbach Wohnung genommen hatte, erkrankte dort an Typhus und musste, da sie nach ärztlichem Ausspruch nicht transportfähig war, einige Zeit in der Pension verbleiben. Die Pensionsinhaberin forderte nun im Klagewege Ersatz des ihr durch diese Krankheit entstandenen Schadens. Ihre Klage wurde vom Landgericht Wiesbaden mit der Begründung abgewiesen, dass, da die Klägerin gewohnheitsmässig Kurfremde in ihr Haus aufnehme, sie auch die Gefahr, dass ein solcher Kurgast in der Pension erkrankt oder stirbt, selbst tragen müsse. Dass aber die Dame im Bewusstsein, an Typhus krank zu sein, sich in die Fremdenpension habe aufnehmen lassen, was sie eventuell zum Schadenersatz verpflichten könne, sei von der Klägerin nicht einmal behauptet worden. Somit sei ein vertragswidriger Gebrauch der Wohnung nicht bewiesen. Die von der Klägerin eingelegte Berufung wurde vom Oberlandesgericht unter Aufrechterhaltung der obigen Begründung zurückgewiesen.

Fremdenfrequenz.

Baden. Anzahl der Kurgäste bis 28. Okt. 10,725, 94 mehr als die Woche vorher.

Davos. Amtl. Fremdenstatistik. 13. bis 19. Okt. Deutsche 844, Engländer 195, Schweizer 279, Franzosen 127, Holländer 92, Belgier 17, Russen und Polen 295, Oesterreicher und Ungarn 89, Portugiesen, Spanier, Italiener, Griechen 111, Dänen, Schweden, Norweger 28, Amerikaner 29, Angehörige anderer Nationalitäten 38. Total 2144.

Luzern. Verzeichnis der in den Gasthöfen und Pensionen Luzerns abgestiegenen Fremden vom 1. Mai bis 15. Oktober. Deutschland 63,206, Oesterreich-Ungarn 6,190, Grossbritannien 22,880, Vereinigte Staaten (U.S.A.) und Canada 18,346, Frankreich 19,024, Italien 6,276, Belgien und Holland 7,816, Dänemark, Schweden, Norwegen 1,739, Spanien und Portugal 1,395, Russland (mit Ostseeprovinzen) 8,513, Balkanstaaten 958, Schweiz 26,527, Asien (Indien) und Afrika 1,620, Australien 348, Verschiedene Länder 1,389. Total 186,277.

Die Orthographie der Speisekarte. Auf der Speisekarte einer Tegernseer Wirtschaft: Dommatensuppe Bullion — Rindsbraten mit Chapion (Champignon) — Kalbskopf à la da da (?) — Anntiflesalat — Fielebraten und Kartoffelbire!

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

„Henneberg-Seide"

— nur ächt, wenn direkt von mir bezogen — schwarz, weiß u. farbig v. 95 Cts. bis Fr. 25.— p. Met. — glatt, gestreift, karriert, gemustert, Damaste etc.

Seiden-Damaste	v. Fr. 1.30 — Fr. 25.—		Ball-Seide	v. 95 Cts. — Fr. 25.—	
Seiden-Bastkleider p. Robe	„ 16.80 — „ 85.—		Braut-Seide	„ Fr. 1.35 — „ 26.70	
Foulard-Seide bedruckt	„ 95 Cts. — „ 5.80 p. Meter		Blousen-Seide	„ 95 Cts. — „ 24.50 p. Meter	

Ferner **Seid. Voiles, Messaline, Taffet Caméléon, Armure Sirène, Cristalline, Ottoman, Surah** u. s. w. Franko ins Haus. Muster umgehend.

G. Henneberg, Seiden-Fabrikant, **Zürich.**

Ein im Hotelfach erfahrener,

tatkräftiger, nüchterner Mann, gesetzten Alters, sprachenkundig, im Kontrollwesen wie in Hotel- und kaufmännischer Buchführung (Kolonnensystem) routiniert, bilanzfähig, sucht entsprechenden Vertrauensposten per sofort oder später.
Offerten unter Chiffre **H 423 R** an die Exp. ds. Bl.

Zu vermieten in Engelberg

auf kommende Sommersaison 1907 ein

Haus

mit 17 Zimmern, Küche, Keller, Speisesaal für 70—80 Personen, Badeeinrichtung. Für **kleinere Pension** sehr geeignet.
Offerten unter Chiffre **H 427 R** an die Exped. ds. Bl.

Hotel- und Restaurationsherde in allen Grössen.

Nach Wunsch mit neuester Wasserheizung und bestem Sparrost der Zeit.
Gasherde in allen Grössen mit oder ohne Schiff, emailliert, grösste Gasersparnis. Zeichnungen und Preise gratis. Für alle Waren Garantie. Beste Referenzen.
R. Brenneisen
Güterstrasse
Basel.
2970 O 3642

On demande pour la prochaine saison d'été un

Directeur marié

avec **femme du métier,** pour un hôtel de 1er ordre dans la Suisse italienne. Inutile de se présenter sans bonnes références.
Adresser les offres sous chiffre **H 426 R** à l'administration du journal.

Sie finden heute

in jedem feinen Hôtel
Restaurant, Café, Sanatorium etc.
Schwabenland s
Gediegene
Küchen-Einrichtungen
Vielfach prämiirt.
Grossh. Bad. Hoflieferanten.
Gebrüder Schwabenland
BERLIN MANNHEIM ZÜRICH.
Cataloge gratis.

(P1.z 961) 2964

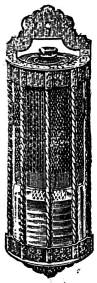
En vente dans tous les hôtels de premier ordre.

Junger Kaufmann

Hoteliers sohn, 21 Jahre alt, im Besitze des einjährig freiwilligen Militärzeugnisses, der eine dreijährige Lehrzeit in einem renommierten Bankgeschäft absolviert hat, und nachdem 1¼ Jahr bei einer Berliner Grossbank tätig war, **sucht geeignete Stellung** im Bureau eines erstklassigen Hotels in **Südfrankreich oder französische Schweiz.** (MO3753) 1615
Offerten sub **Th. 300** an **Rudolf Mosse, Dessau.**

Plus de maladies contagieuses

par l'emploi de



l'Ozonateur.

Désinfecteur, antiseptique, purifiant l'air, d'un parfum agréable; il absorbe toute mauvaise odeur.

Indispensable

dans les salles d'écoles, hôpitaux, chambres de malades
Water-Closets, etc.

En usages dans tous les bons hôtels, établissements publics et maisons bourgeoises.

286 *Nombreuses références.*

Agent général: Jean Wäffler, 22 Boul^d Helvétique, Genève

Kleine Pension

am Vierwaldstättersee ist umzugshalber sofort

zu verkaufen.

Offerten unter Chiffre **H 390 R** an die Exped. ds. Bl.

Elektrische Installationen!

Tüchtiger Elektriker übernimmt selbständig grössere und kleinere Hotelinstallationen auf Rechnung direkt an den Besteller der das Material liefert. Beste Referenzen von grossen eingerichteten Hotels zur Verfügung.
Offerten unter Chiffre **H 430 R** an die Exped. ds. Bl.

Für Hotelunternehmen.

Gebildeter Kaufmann, seit 9 Jahren im Hotelfach tätig, **sehr tüchtig im administrativen, kommerziellen und Fremdenverkehr, sucht** sichere Stellung entweder als **Generalsekretär** oder **kommerzieller Leiter** in grossem solidem Hotelunternehmen, event. als **Direktor** eines erstklassigen Hotels bis zu 100 Betten per baldigst. Verfügt über prima Referenzen.
Offerten unter Chiffre **H 428 R** an die Exp. ds. Bl.

Wegen Familienverhältnissen ist in Locarno eine gutgehende

Hotel=Pension

direkt am See gelegen per sofort **zu verkaufen.**
Preis **77,000 Fr.** Anzahlung 20,000 Fr. 431
Offerten sind zu richten an **Hotel Bahnhof, Locarno.**

Servietten in Leinen-Imitation, neue Dessins

von Fr. 5.– bis Fr. 14.– per mille.

SCHWEIZ. VERLAGS-DRUCKEREI G. BÖHM
✳ BASEL. ✳

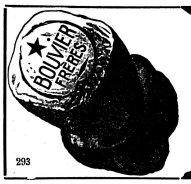
Musterkollektion gratis u. franko. Bei grösserer Abnahme Rabatt.

Günstige Gelegenheit für Hotel u. Restaurants.

Infolge Vergrösserung des Hotel und Pension Tivoli in Luzern ist der bestehende, in tadellosem Zustand befindende

Kochherd

Grösse 2,30×1,00 m (System C. Keller-Trüb in Zürich) **zu verkaufen.** Kaufpreis Fr. 500.—. Der Herd kann im Hotel im Betrieb besichtigt werden, wo auch weitere Auskunft erteilt wird. **Hotel und Pension Tivoli.** 417



MAISON FONDÉE EN 1811.
BOUVIER FRÈRES
NEUCHATEL.
SWISS CHAMPAGNE.
Se trouve dans tous les bons hôtel suisses.
HORS CONCOURS (membre du jury)
EXPOSITION UNIVERSELLE PARIS 1900.
293

Luzern, den 1. November 1906.

P. P.

Hiemit beehre ich mich, Ihnen anzuzeigen, dass ich mein

Metzgerei- und Fleischexport-Geschäft

auf **1. November l. J.** an meine beiden langjährigen Angestellten und Mitarbeiter, Herrn **X. Gilli, Geschäftsführer,** und meinem Schwager, Herrn **E. Schulthess-Kauffmann, I. Sekretär** käuflich abgetreten habe.
Ich danke meiner geschätzten Kundsame und meinen Lieferanten verbindlichst für das mir seit vielen Jahren in so reichem Masse entgegengebrachte Zutrauen und empfehle Ihnen meine Nachfolger angelegentlichst.
Mit vorzüglicher Hochachtung **Kauffmann-Halter.**

Luzern, den 1. November 1906.

P. P.

Bezugnehmend auf vorstehende Anzeige beehren wir uns, Sie in Kenntnis zu setzen, dass wir mit heutigem Tage das von Herrn **Kauffmann-Halter** seit 26 Jahren betriebene

Metzgerei- und Fleischexport-Geschäft

käuflich übernommen haben und unter der Firma

Gilli & Schulthess-Kauffmann
vormals Kauffmann-Halter

weiterführen werden.
Der Gang des Geschäftes wird keinerlei Veränderung erleiden, indem wir dasselbe als langjährige Mitarbeiter in gleicher Weise wie bis anhin fortführen werden, was uns umsomehr ermöglicht wird, als **Herr und Frau Kauffmann** sich in generöser Weise anerboten haben, mit uns auch künftighin in der Leitung des Geschäftes mitzuwirken.
Wir bitten Sie, das Vertrauen und Wohlwollen, welches Sie der bisherigen Firma stets entgegengebracht haben, auch auf uns gütigst übertragen zu wollen und versichern wir Sie, dass wir nichts versäumen werden, uns dessen in jeder Hinsicht würdig zu erweisen. (O3787) 1612
Indem wir uns Ihnen angelegentlichst empfohlen halten, zeichnen mit vorzüglicher Hochachtung
Gilli & Schulthess-Kauffmann.

NB. Telephon Nr. 635 wie bisher. Telegramm-Adresse: Fleischexport.

A vendre ou à louer

Hôtel meublé à Lausanne.

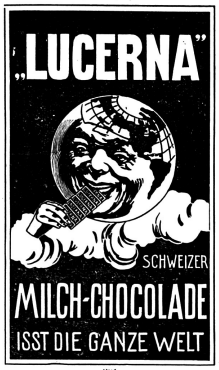
Situation exceptionnelle. Confort moderne. (HO3745) 1613
Ecrire sous chiffre **T 14739 L** à **Haasenstein & Vogler, Lausanne.**

Seriöser

gewissenhafter, kaufmännisch gebildeter 1609

Buchhalter und Kontrolleur

mit langjähriger Erfahrung übernimmt die periodische **Nachkontrolle und Revision der Hotelbücher und Komptabilität.**
Offerten unter Chiffre **O. 3678** an die **Union Reclame in Luzern.**



301

Hotel-Omnibusse.

Bei Unterzeichnetem sind zwei zehn- und zwölfplätzige Omnibusse neuestes System, sowie 1 Landauer, und diverse Vis-à-vis **zu verkaufen** und können im Rohbau besichtigt werden.
H. Weber, Wagenbauer (Spezialist)
420 **Interlaken.**

Winter-Kurorte & Wintersport

Nur eine zielbewusste, sachgemässe Reklame kann von Erfolg sein. Lassen Sie sich daher unparteiisch und gewissenhaft beraten und fordern Sie kostenlos Propositionen, Klischee-Entwürfe, Annoncenskizzen etc. ein von der

Union-Reclame in Luzern

und deren General-Agenturen.

Union schweiz. Zeitungen f. d. Inseratenverkehr
Zentrale in LUZERN Kapellplatz 2

General-Agenturen und Agenturen befinden sich in:
Basel, Bern, Winterthur, St. Gallen, Glarus, Herisau, Frauenfeld Biel, Rigle, Montreux, Vevey, Le Locle, Bellinzona, Locarno, Lugano.

Filiale: LAUSANNE: Rue du Bourg 34
„ ZÜRICH: Münchhaldenstrasse 7.

Personal-Anzeiger. | Moniteur des Vacances.

Wo keine Adresse angegeben ist, sind Offerten unter der angegebenen Chiffre an unsere Expedition zur Weiterbeförderung einzusenden.

Sauf désignation spéciale les offres doivent être adressées, munies du chiffre indiqué, à l'expédition qui les fera parvenir à destination.

Chiffrebriefe von Plazierungsbureaux werden nicht befördert.

Les lettres chiffrées des bureaux de placement ne sont pas acceptées.

Offene Stellen * Emplois vacants

Für Vereinsmitglieder: Erstmalige Insertion . . . . Fr. 2.—
Jede ununterbrochene Wiederholung . . . . . „ 1.—
Für Nichtmitglieder: Erstmalige Insertion . . . . . „ 3.—
Jede ununterbrochene Wiederholung . . . . . „ 2.—
Die Spesen für Beförderung eingehender Offerten sind in obigen Preisen nicht inbegriffen.
Belegnummern werden nur an Nichtabonnenten und nur nach der ersten Insertion verabfolgt.

Chef de cuisine. Nach Luzern in erstkl. Hotel Küchenchef der gleiche Stelle schon in ersten Häusern bekleidete, durchaus gut empfohlen, sehr tüchtig und mit feinster Küche vertraut sein muss, in Jahresstelle gesucht. Eintritt Anfang Dezember event. Anfang April 1907. Nur ganz prima Kraft kann berücksichtigt werden. Anmeldungen mit Zeugnisabschriften u. Photogr., unter Angabe des Alters, an: **Postfach 697, Luzern.** (602)

Gesucht für Wintersaison ins Engadin: 1 **Barman,** tüchtig und erfahren, 75 Fr. monatlich; 2 **Saalkellner,** flinke junge Leute, 30 Fr. monatlich. Zeugnisabschriften und Photographie erbeten. Chiffre **600**

Gesucht nach Lugano, in ein mittleres Passantenhotel: ein **Kochlehrling** zum baldigen Eintritt, sowie eine **Saalvolontärin.** Chiffre **609**

Gesucht in ein erstklassiges Hotel nach einer Wintersportstation: 2 **Zimmermädchen,** wenn möglich englisch sprechend; 1 **Kaffeeköchin;** 2 **Sauciers,** nur mit prima Referenzen. Chiffre **540**

Gouvernante de lingerie et **d'étage** très capable, est demandée pour la France et à l'année, dans conséquente ville d'eaux. Bons appointements si capacités, les indiquer en écrivant. Entrée au plus vite. Chiffre **511**

Kaffee-Hotelköchin in erstkl. Familienhotel Graubündens gesucht. Zeugniskopien und Photographie erbeten. Ch. **566**

Kochlehrling. Intelligenter, kräftiger Knabe wird als Kochlehrling aufgenommen. Lehrgeld bei zweijähriger Lehrzeit Fr. 500. Gelegenheit die feinere sowie die bürgerliche Küche u. die Pâtisserie gründlich zu erlernen. Chiffre **567**

Kochlehrling. Intelligenter, kräftiger Knabe wird als Kochlehrling aufgenommen. Lehrgeld bei zweijähriger Lehrzeit Fr. 600. Gefl. Offerten mit Photographie an **Dr. Turbans Sanatorium, Davos-Platz.** (513)

Officegouvernante. Zum 15. November wird eine tüchtige Officegouvernante gesetzten Alters gesucht. Offerten mit Zeugnisabschriften und Photogr. an: **Hôtel de Malte, Menton.** (536)

Officegouvernante. Gesucht für sofort eine Gouvernante d'Office et Lingerie, für die Wintersaison. Chiffre **591**

Personalköchin gesucht zu sofortigem Eintritt in grosses, erstkl. Hotel im Engadin. Gehalt Fr. 70—75 monatlich. Zeugnisse und Altersangabe erbeten. Chiffre **605**

Saalkellner finden in Hotel I. Ranges der deutschen Schweiz Stelle für sofort. Sprachkenntnisse erforderlich. Jahresstelle. Photographie und Zeugnisabschriften erbeten. Ch. **531**

Sekretär (I.). Gesucht für Hotel I. Ranges ein tüchtiger I. Sekretär, der Sprachen und der Comptabilität vollständig gewachsen. Zeugnisse und Photographie erbeten. Chiffre **601**

Sommelier (premier). On cherche pour un Grand Hôtel au Lac Léman un premier sommelier sachant les langues et bien recommandé. Place à l'année. Age du postulant 25 à 35 ans. Chiffre **595**

Wirtschafterin. Für eine unter ärztlicher Leitung stehende Kuranstalt wird eine erfahrene, selbständige Wirtschafterin gesucht. Offerten nur mit prima Referenzen berücksichtigt. Chiffre **581**

Zur gefl. Notiznahme.

Diejenigen Hotels, welche noch im Besitze nicht passender Offerten (Zeugnisse und Photographien) sind, werden hiemit dringend ersucht, dieselben den betr. Bewerbern beförderlichst wieder zuzustellen. Desgleichen werden die inserierenden Angestellten ersucht, ihnen zugehende Offerten in ihrem eigenen Interesse möglichst rasch zu beantworten.

Die Expedition der „Hotel-Revue".

Stellengesuche * Demandes de places

	Schweiz	Ausland
Erstmalige Insertion	Fr. 2.—	Fr. 2.50
Jede ununterbrochene Wiederholung . .	„ 1.—	„ 1.50

Die Spesen für Beförderung eingehender Offerten sind in obigen Preisen inbegriffen.
Vorausbezahlung (in Postmarken) erforderlich.
Postmarken werden nur aus Deutschland, Frankreich, Italien, England, Oesterreich und der Schweiz angenommen.
Nachbestellungen ist die Inserat-Chiffre beizufügen.
Belegnummern werden nur an Nichtabonnenten und nur nach der ersten Insertion verabfolgt.

Bureau & Réception.

Buchhalter-Sekretär. Schweizer, aus der Bankbranche, 23 Jahre alt, mit sehr guten Kenntnissen in der italien. und französ. Sprache, sucht für kommende Wintersaison passendes Engagement. Bewerber ist gegenwärtig in gleicher Eigenschaft in erstklassigem Hotel in Italien tätig und würde event. auch Kontrolleur- od. Sekretärvolontär-Stelle akzeptieren. Prima Zeugnisse u. Referenzen zu Diensten. Eintritt nach Wunsch. Chiffre **437**

Buchhalterin. Fräulein, welches schon 7½ Jahre in einem Hotelbureau als Buchhalterin tätig war, in der einfachen, doppelten und amerikanischen Buchführung (Kolonnensystem) sehr gut bewandert, stenographie- und maschinenschreibkundig ist, auch einige Kenntnisse im Französischen besitzt, sucht ähnliche Stelle in Hotel, unter bescheidenen Ansprüchen. Ch. **402**

Bureaustelle. Kaufmann, Mitte der 30er, im Hotelfach, Buchführung etc. erfahren, längere Zeit an leitender Stellung in grösserem Betriebe, mit prima Empfehlung, sucht passendes Engagement. Chiffre **545**

Bureau-Volontär. Junger, solider Mann, der drei Hauptsprachen mächtig, Chef de cuisine, sucht Volontärstelle, wo ihm Gelegenheit geboten würde, sich im obern Hotelwesen besser auszubilden Chiffre **544**

Bureau-Volontär. Ein Wirtssohn sucht, zwecks weiterer Ausbildung, in erstkl. grösserem Hotel Stelle als Bureauvolontär. Ist zur Zeit in Hotel praktisch tätig und hat gute Vorkenntnisse der franz. Sprache. Prima Referenzen u. Photographie zur Verfügung. Offerten unter **I. 12081 an Haasenstein & Vogler A. G., Frankfurt a. M.** (1617) H. O. 3788

Demoiselle secrétaire, possédant les 3 langues, au courant des divers travaux de bureau, cherche engagement dans maison de prem. ordre. Chiffre **587**

Director-Chef de réception. Strebsamer, energischer, in allen Zweigen des Hotelwesens erfahrener Fachmann, sucht Stellung für den Winter. Grosse stattliche Figur, Süddeutscher, ledig, 4 Sprachen sprechend, kautionsfähig, mässige Ansprüche. Prima Referenzen des In- u. Auslandes zu Diensten. Chiffre **579**

Direktor-Chef de réception. Schweizer, 27 Jahre alt, der vier Hauptsprachen mächtig, im Sommer in gleicher Stellung in grossem Etablissement des Berner Oberlandes tätig, sucht Engagement für den Winter. Prima Referenzen. Ch. **573**

Gérant. Schweizer, ledig, 36 Jahre alt, die 4 Hauptsprachen sprechend, sucht auf 15. November Stelle als Gerant oder Sekretär in besseres Etablissement. Hat ähnliche Posten schon versehen. Chiffre **558**

Hotel-Gérant. Gelernter Koch, in allen Teilen des Hotel- und Restaurationsfaches bewandert, 34 Jahre alt, der drei Hauptsprachen mächtig, gegenwärtig noch in ungekündigter Stellung, wünscht auf Neujahr oder auch später seine Stelle zu ändern, eventuell auch ein passendes Geschäft zu übernehmen. Demselben steht ebenfalls tüchtige Hotelierfrau zur Seite. Prima Zeugnisse und Referenzen zu Diensten. Offerten unter Chiffre **V 5542 Z an Haasenstein & Vogler, Zürich.** (1606) HO 3670

Secrétaire. Suisse français, âgé de 21 ans, ancien élève de l'Ecole des Hôteliers, connaissant les travaux de bureau, système à colonnes, demande place. Références de prem. ordre. Adresser les offres à **Chs. Delisle,** chez Mme. Krieg, 6 Avenue Georgette, **Lausanne.** (1605) HO 3697

Secrétaire, 24 ans, connaissant les 4 langues et la comptabilité, bien au courant de la réception, ayant références de premier ordre, cherche place pour l'hiver. Chiffre **315**

Secrétaire. Fils d'hôtelier, 24 ans, cherche engagement pour la saison ou à l'année. Connaissance des trois langues et de la comptabilité d'hôtel. Meilleures références. Adresser offres: **Secrétaire, Grand Hôtel Pélerin s/Vevey.** (59)

Secrétaire-cassier, 26 ans, à disposition dès le 15 décembre, cherche engagement analogue en Suisse ou en Allemagne. Références de premier ordre et photographie à disposition. Système à colonnes et américaine, correspondance, Smits et Remington machines. Langues: anglais, français, italien, médiocrement allemand. Chiffre **572**

Secrétaire-caissier ou **sous-directeur,** Suisse, possédant les 3 langues, entièrement au courant des divers travaux de bureau et de la comptabilité, cherche place pour la saison ou à l'année. Chiffre **585**

Sekretär, 23 Jahre alt, gelernter Koch und Kellner, perfekt in den 4 Hauptsprachen in Wort und Schrift, sowie in der Buchhaltung (Maschinenschreiber und Stenograph), sucht Stellung in Haus I. Ranges. Eintritt sofort. Prima Referenzen zu Diensten. Chiffre **588**

Sekretär, Schweizer, 32 Jahre alt, der 3 Hauptsprachen mächtig, mit der Réception sowie Kolonnensystem vertraut, sucht Stelle. Chiffre **547**

Sekretär (II), Deutscher, 19 Jahre alt, gelernter Kellner, gut geläufig französisch und italienisch sprechend, welcher eine höhere Fachschule mit Erfolg absolviert hat, derzeit gleiche Stelle in allerersterm Hause Italiens inne hat, sucht Engagement. Eintritt ab 1. November oder nach Belieben. Chiffre **361**

Sekretär, Kassier, Chef de réception, Schweizer, 30 Jahre alt, der 4 Hauptsprachen in Wort und Schrift perfekt, sowie mit allen Buchführungen und Bureauarbeiten bestens vertraut, mit besten Zeugnissen und Referenzen, sucht Stelle für baldmöglichst. Chiffre **446**

Sekretär, Kassier oder **Chef de réception,** 29 Jahre, 1,72 m gross, korrespondenz- und sprachgewandt, kaufmännisch gebildet, mit langjähriger Erfahrung als Oberkellner, sucht Stelle bei bescheidenen Ansprüchen. Chiffre **506**

Sekretär-Kassier. Deutschschweizer, Hoteliersohn, 25 J., kaufmännisch gebildet, der 4 Hauptsprachen mächtig, mit allen Systemen der Buchhaltung sowie mit der Réception vertraut, schöne Handschrift, stenographie- und maschinenschreibkundig, sucht Engagement für den Winter. Eintritt nach Wunsch, event. sofort. Chiffre **534**

Sekretärin. Im Hotelwesen tüchtiges, selbständig arbeitendes Fräulein, deutsch und franz. sprechend, mit Buchführung gut vertraut, sucht Winterengagement als Sekretärin oder Gouvernante. Prima Referenzen und Zeugnisse. Chiffre **477**

Sekretärin. Fräulein, 4 Sprachen, mehrere Saisons als Sekretärin-Kassierin im gleichen erstkl. Sommerhotel tätig, sucht Stelle für diesen Winter, event. auch nur zur Aushilfe. Beste Referenzen zu Diensten. Chiffre **597**

Sekretärin. Fräulein, geläufig deutsch, franz. und englisch sprechend, kaufmännisch gebildet, sucht passende Anstellung. Zeugnisse und Photographie zu Diensten. Chiffre **569**

Sekretärin-Gouvernante, deutsch, französisch u. englisch, in Buchhaltung, Korrespondenz und Réception, sowie in allen Teilen des Hauswesens praktisch erfahren, sucht für den Winter passende Stelle. Beste Referenzen zur Verfügung. Chiffre **604**

Sekretärin-Stütze der Hausfrau. Seriöse Tochter, beider Sprachen mächtig, flotte Korrespondentin, sucht per sofort Stelle. Neben event. Bureauarbeit würde sich solche gerne im Hausdienst etc. betätigen. Prima Referenzen. Chiffre **599**

Sekretärin-Volontärin. Junge Tochter aus gutem Hause, mit Handelsschulbildung, der 3 Hauptsprachen mächtig, im Saalservice und Bureauarbeiten (Maschinenschreiben) ziemlich vertraut, sucht Stelle per sofort in Haus I. Ranges, wo ihr Gelegenheit geboten sich im Hotelfach weiter auszubilden. Franz. Schweiz oder Riviera bevorzugt. Chiffre **565**

Salle & Restaurant.

Apprenti sommelier. On cherche place d'apprenti sommelier dans bon hôtel de la Suisse Allemande. Chiffre **603**

Fille de salle. Jeune fille, parlant les 3 langues, connaissant bien le service, cherche pour la saison d'hiver place de fille de salle dans bon hôtel, en Suisse ou au Midi. Certificats et photographie à disposition. Chiffre **560**

Oberkellner, die vier Hauptsprachen vollständig beherrschend, in der Réception und Buchführung bewandert, sucht Vertrauensstellung. Chiffre **504**

Oberkellner, Schweizer, 29 Jahre alt, der 3 Hauptsprachen in Wort und Schrift mächtig, sucht Winterengagement als solcher oder aufs Bureau. Chiffre **455**

Oberkellner, Deutscher, tüchtiger Fachmann, 27 Jahre alt, 1.75 m gross, der 4 Hauptsprachen mächtig, sucht Winterengagement oder Jahresstelle in erstkl. Hause. Chiffre **445**

Oberkellner, 29 Jahre, sprachenkundig, gewandt u. tüchtig mit Buchführung und Korrespondenz vertraut, sucht Winterstellung. Chiffre **539**

Oberkellner, 29 Jahre alt, sprachenkundig, solider, energischer Fachmann, gewandt im Tafeldekorieren und Restaurantwesen, sucht Stellung. Chiffre **505**

Oberkellner, Deutscher, gesetzten Alters, guter Restaurateur, tüchtiger, energischer Fachmann, präsentabel, der vier Hauptsprachen an Wort und Schrift mächtig, mit Réception und Buchführung vertraut, mit langjährigen Zeugnissen und prima Referenzen erster Häuser der Schweiz, Deutschland, Italien und der Riviera, sucht Stelle als Oberkellner oder Geschäftsführer. Chiffre **523**

Oberkellner, 28 Jahre alt, 1,80 m gross, der 3 Hauptsprachen mächtig, sucht Saison- oder Jahresstelle in der Schweiz oder Süden, gute Zeugnisse und Referenzen. Eintritt Ende November oder später. Chiffre **518**

Oberkellner, Deutscher, 31 Jahre, guter Restaurateur, mit prima Zeugnissen u. Empfehlungen allererster Häuser, sucht Stellung für 15. November oder später. Jahresstelle in der Schweiz bevorzugt. Gefl. Offerten an **W. Dahnk,** Oberkellner, Hôtel des Indes, **La Haye.** (570)

Oberkellnerin. Seriöse Tochter, im feineren Saal- und Restaurationsservice durchaus tüchtig, der 4 Hauptsprachen mächtig, sucht Stelle als Oberkellnerin oder selbständige Restaurationstochter. Zeugnisse u. Photographie zu Diensten. Ch. **593**

Saaltochter, deutsch, englisch u. ziemlich franz. sprechend, mit guten Zeugnissen, sucht Stelle für die Wintersaison, vorzugsweise franz. Schweiz. Chiffre **576**

Saallehrtochter. Junge, brave Tochter, die etwas franz. spricht und die Damenschneiderei versteht, sucht Stelle auf kommenden Winter, als Saallehrtochter, in ein besseres Hotel in die franz. Schweiz. Auch würde sie Stelle annehmen zu besserer Privatherrschaft. Chiffre **475**

Saaltochter, bewandert im Service, sucht Stelle, ginge auch als Restaurationskellnerin. Gefl. Offerten an **E. Weiss, Knonau** (Zürich) (532)

Saaltochter, vertraut und tüchtig im Service, sucht Stelle in kleinerem Haus. Zeugnisse zu Diensten. Adresse: **Frau Brügger,** Speichergasse 12, **Bern.** (569)

Saaltochter, junge, deutsch und franz. sprechend, wünscht Stelle für die Wintersaison. Chiffre **516**

Saaltochter. Im Servieren bewanderte Tochter, deutsch u. franz. sprechend, sucht Stelle als Saaltochter in besseres Hotel. Zeugnis und Photographie zu Diensten. Chiffre **550**

Saaltochter, französisch, italienisch und deutsch sprechend, sucht Wintersaisonstelle. Gute Zeugnisse. Adresse: **Bertha Reber,** Faubourg Hôpital, **Neuchâtel.** (551)

Saaltöchter. In Hotel oder feines Restaurant event. Bahnhof-Büffet suchen 2 tüchtige, nette Töchter zusammen per sofort Stelle. Gute Zeugnisse zu Diensten. Chiffre **521**

Saal- oder **Restaurationstochter.** Junge, im Service durchaus tüchtige Tochter sucht Engagement. Chiffre **501**

Serviertochter. Junge, nette Tochter, der 4 Hauptsprachen mächtig, im Saal- und Restaurationsservice bewandert, mit sehr guten Zeugnissen, wünscht baldigst passendes Engagement. Photographie und Zeugnisse zu Diensten. Chiffre **559**

Cuisine & Office.

Aide oder **Commis.** Junger Koch, 22 Jahre, deutsch und etwas französisch sprechend, sucht Stellung in einem grösseren Hause der franz. Schweiz, wo er Gelegenheit hätte, die franz. Sprache und Küche kennen zu lernen. Chiffre **206**

Aide de cuisine oder **Rötisseur.** Junger, tüchtiger Koch, 22 Jahre alt, gelernter Pâtissier, der schon im Auslande tätig war, mit prima Referenzen und Zeugnissen, sucht Stelle, event. als alleiniger, in kleines Haus. Chiffre **543**

Aide de cuisine, junger, welcher schon wiederholt in Hotels I. Ranges gearbeitet hat, deutsch u. französisch spricht und mit guten Zeugnissen versehen ist, sucht Engagement. Eintritt nach Belieben. Chiffre **561**

Aide de cuisine. Junger Koch, mit guten Zeugnissen aus erstklassigen Hotels, sucht Stelle als Aide de cuisine in gutes Haus. Eintritt anfangs Oktober event. später. Chiffre **692**

Chef de cuisine, âgé de 28 ans, sérieux et économe, connaissant toutes les parties, ayant travaillé dans maisons de prem. ordre en Suisse, Allemagne et la Riviera, désire engagement à partir fin octobre, en Suisse ou au Midi. Chiffre **334**

Chef de cuisine. Propriétaire d'un hôtel de saison (1er ordre) recommande chaleureusement à ses collègues, pour la saison d'hiver, son chef de cuisine qui est à son service depuis de nombreuses années. Chiffre **226**

Chef de cuisine, 33 ans, très sobre expérimenté, demande place pour cet hiver ou de préférence des remplacements. Références 1er ordre. S'adresser à **A. Cerraz,** rue du Progrès 113a, **La Chaux-de-Fonds.** (333)

Chef de cuisine, Français, sérieux et capable, parlant les 3 langues, actuellement disponible, cherche engagement pour la saison d'hiver ou à l'année. Suisse ou étranger. Bons certificats et photographie à disposition. Chiffre **480**

Chef de cuisine, tüchtiger u. zuverlässiger Mann, 32 Jahre alt, der mehrere Saisons in gleichem Hause garbeitet, auch in der Restauration bewandert, wünscht passendes Engagement. Zeugnisse und Referenzen zu Diensten. Chiffre **554**

Chef de cuisine, Schweizer, 26 Jahre alt, ökonomisch, mit besten Referenzen von England, Schweiz u. Italien, wünscht passende Stelle in der Schweiz oder im Ausland. Gehaltsansprüche 150—200 Fr. pro Monat. Chiffre **557**

Contrôleur-magasinier, Schweizer, sprachenkundig, als Kellner und Sekretär im Hotelfach bewandert, sucht in obgenannter Eigenschaft Engagement. Chiffre **586**

Cuisinier-volontaire. Jeune cuisinier, ayant fait deux ans d'apprentissage dans un grand hôtel de Genève, désire place de volontaire dans une bonne maison, pour se perfectionner. S'adresser à **M. Méric,** Hôtel de Russie, **Genève.** (562)

Gouvernante d'économat, tüchtige, gelernte Büffetdame, sucht Engagement. Süden bevorzugt. Chiffre **484**

Kochlehrling. Junger Mann, Absolvent der Hoteller-Schule, sucht auf Frühjahr 1907 Stelle als Kochlehrling, neben Chef, in kleineres, erstkl. Hotel oder Restaurant. Nähere Auskunft erteilt: **A. Glaser,** Klosterhof, **Muri** (Aargau). (514)

Kochlehrling. Intelligenter, kräftiger Jüngling, der eine Pâtisserielehrzeit absolviert hat, sucht Kochlehrstelle in Küche ersten Ranges. Auskunft erteilt: **Gottl. Vogt,** Cafetier, **Morat.** (598)

Kochlehrstelle gesucht auf Mai 1907 für intelligenten, kräftigen Knaben, der Vorkenntnisse der franz. und engl. Sprache besitzt. Chiffre **607**

Kontrolleur. Für die Wintermonate suche Stelle für bestempfohlenen Kontrolleur. Gefl. event. als Kellermeister. **A. Bon,** Parkhotel, **Vitznau.** (608)

Officebursche. Jüngling von 16½ Jahren sucht Stelle als Portier, Officebursche etc., in einem Hotel der italienischen Schweiz oder Italien; beherrscht die franz. Sprache. Offerten an Pfr. **O. Winkler, Grüningen** (Zürich) (574)

Officegouvernante sucht Engagement. Chiffre **580**

Pâtissier, tüchtiger, mit besten Zeugnissen des In- und Auslandes, sucht baldmöglichst Engagement, event. auch als Aide-Pâtissier. Chiffre **520**

Etage & Lingerie.

Etagengouvernante. Fachkundige, seriöse Tochter, der 4 Hauptsprachen mächtig, sucht Stelle als Etagengouvernante oder Stütze der Hausfrau, in Hotel I. Ranges. Zeugnisse und Photographie zu Diensten. Chiffre **592**

Etagengouvernante-Haushälterin, mit besten Referenzen, ernste, zuverlässige Person, 3 Sprachen fliessend sprechend, sucht Engagement per sofort, in erstkl. Hause. Ch. **594**

Etagengouvernante gesetzten Alters, die auch in der Lingerie Bescheid weiss, sucht Stelle in erstkl. Haus. Zeugn. zu Diensten. Chiffre **577**

Glätterin, junge, tüchtige, welche schon in Saisonstelle war, sucht weiteres Engagement. Chiffre **528**

Glätterin, junge, tüchtige, sucht Saisonstelle. Photographie und Zeugnisse zu Diensten. Gefl. Offerten an **Anna Weiss,** Glätterin, Heinrichstrasse 5, **Veltheim bei Winterthur.** (578)

Gouvernante d'Etage, tüchtig, der 4 Hauptsprachen mächtig, 35 Jahre, sucht Stelle als solche, nach dem Süden, Würde auch Stelle als I. Saaltochter oder Gouvernante d'Office annehmen. Gute Zeugnisse zu Diensten. Chiffre **590**

Gouvernante d'étage et **de lingerie.** Dame expérimentée, parlant plusieurs langues, sérieuse et de toute confiance, se recommande dans bon hôtel. Chiffre **589**

Lingère. Tochter die das Weissnähen erlernt hat und schon in bessern Hotels als Lingère tätig war, sucht Stelle als II. Lingère. Montreux bevorzugt. Zeugnisse zu Diensten. Ch. **584**

Lingère. Tüchtige Glätterin, Tochter aus gutem Hause, sucht Stelle als Lingere. Chiffre **606**

Lingère. Junges Mädchen mit guten Zeugnissen wünscht Stelle in Lingerie. Kann auch servieren. Chiffre **527**

Lingère. Tochter die das Weissnähen erlernt hat und schon in erstkl. Hotels als I. Lingère tätig war, sucht ähnliche Stelle.. Gute Zeugnisse zu Diensten. Chiffre **563**

Zimmerkellner, 24 Jahre alt, Schweizer, der 3 Hauptsprachen mächtig, mit prima Zeugnissen, sucht passende Stelle für kommende Wintersaison. Schweiz oder Ausland. Chiffre **568**

Zimmermädchen, tüchtig und erfahren, deutsch und französisch sprechend, sucht Stelle in besseres Hotel. Beste Zeugnisse zu Diensten. Chiffre **596**

Zimmermädchen, tüchtiges, beider Sprachen mächtig, mit guten Zeugnissen, sucht Stelle nach der Riviera oder event. Jahresstelle in der Schweiz. Eintritt nach Belieben. Chiffre **583**

Loge, Lift & Omnibus.

Concierge, Schweizer, 32 Jahre, der 3 Hauptsprachen mächtig, sucht Stelle. Chiffre **548**

Concierge. Tüchtiger Mann, 28 Jahre, der 3 Hauptsprachen in Wort und Schrift mächtig, sucht baldigst Stelle als Concierge oder Conducteur, in gutes Hotel, Saison- oder Jahresgeschäft. Chiffre **530**

Concierge. Jüngling von 27 Jahren, im Hotelfach erfahren, deutsch, französisch, englisch und ziemlich italienisch sprechend, sucht Stelle als Concierge, Conducteur oder Nachtportier. Zeugnisse und Photographie zu Diensten. Offerten unter **C. 9094 L. an Haasenstein & Vogler, Lausanne.** (1608) H O 3671

Liftier oder **Commissionär.** Schweizer, 20 Jahre alt, sucht Stelle in besseres Hotel der franz. Schweiz. Deutsch und französisch sprechend. Prima Zeugnisse zu Diensten. Ch. **533**

Portier, 28 Jahre alt, tüchtig, gewandt und solid, deutsch u. französisch perfekt und etwas englisch sprechend, gut präsentierend, mit guten Zeugnissen, sucht Engagement als Portier oder Portier d'étage, Saison- oder Jahresstelle, per sofort. Ch. **535**

Portier. Junger, tüchtiger, zuverlässiger Etagenportier sucht Stelle in besseres Hotel. Eintritt nach Belieben. Zeugnis und Photographie zu Diensten. Gefl. Offerten an **Walter von Dach, Lyss** (Bern). (575).

Bains, Cave & Jardin.

Bademeister, geübter Masseur und Douscheur, deutsch, französisch und englisch sprechend, sucht baldmöglichst Engagement. Chiffre **508**

* Divers. *

Stütze der Hausfrau. Intelligente Tochter aus guter Familie, drei Sprachen sprechend, seriös, vertrauenswürdig, mit Kenntnissen in Korrespondenz und Buchhaltung, sucht für sofort Stelle in gutes Hotel, um sich im Fache weiter auszubilden. Chiffre **582**

Stütze der Hausfrau. Fräulein mit Kenntnissen der doppelten und amerikanischen Buchführung sowie Stenographie und Maschinenschreiben, sucht Engagement auf ein Bureau, event. auch als Stütze der Hausfrau, wo sie Gelegenheit hätte ins Hotelwesen eingeführt zu werden. Chiffre **573**

Vertrauensstelle sucht ein deutsches Fräulein, 22 Jahre, im gesamten Hotelwesen (einschl. Küche) ausgebildet, der italienischen Sprache ganz, der französischen teilweise mächtig. Ort mit Gelegenheit zum gründlichen Erlernen der französischen Sprache bevorzugt. Näheres durch: **Postverwalter Hirtler, Laufenburg** (Aargau). (571)

AVIS.

Wer auf die unter Chiffre ausgeschriebenen Personal- oder Stellengesuche Offerten einsendet, hat dieselben auf dem Umschlag mit der dem Inserat beigegebenen Chiffre zu versehen und an die Expedition zu adressieren, von welcher sie dann *uneröffnet* und franko an die richtige Adresse befördert werden.

Die Expedition ist nicht befugt, die Adressen der Inserenten mitzuteilen.

Nichtkonvenierende Offerten sind nicht an die Expedition, sondern an die Bewerber direkt zu retournieren.

Zeugnishefte & Anstellungsverträge
stets vorrätig für Mitglieder.
Offizielles Centralbureau in Basel.

Prinzipale wie Angestellte werden hiemit dringend ersucht, **nicht konvenierende Offerten möglichst bald** an den Absender zu **retournieren** und zwar **direkt,** nicht durch unsere Vermittlung.

Die Expedition.