

Zeitschrift:	Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber:	Schweizer Hotelier-Verein
Band:	15 (1906)
Heft:	12
Artikel:	Un mot à l'adresse des dupes de la Compagnie soi-disant suisse des wagons-restaurants
Autor:	O.A.
DOI:	https://doi.org/10.5169/seals-522105

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: 22.01.2026

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

Basel, den 24. März 1906

Bâle, le 24 Mars 1906.

N° 12.

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.

Insetate:

7 Cts. per 1 Millimeterzelle oder deren Raum.	- Bel Wiederholungen entsprechend Rabatt.
Vereins-Mitglieder bezahlen 3 1/2 Cts. netto per Millimeterzelle oder deren Raum.	

Schweizer Hotel-Revue

REVUE SUISSE DES HÔTELS

Organ und Eigentum des
Schweizer Hotelier-Vereins

15. Jahrgang | 15^e Année
Erscheint Samstags.
Parait le Samedi.

Organe et Propriété de la
Société Suisse des Hôteliers

N° 12.

Abonnement

Pour la Suisse:

1 mois	Fr. 1.25
3 mois	" 3. -
6 mois	" 5. -
12 mois	" 8. -

Pour l'Étranger:

(inclus frais de port)	
1 mois	Fr. 1.50
3 mois	" 4. -
6 mois	" 7. -
12 mois	" 12. -

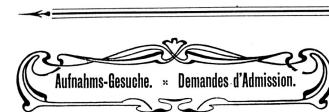
Les Sociétaires reçoivent l'organe gratuitement.

Annonces:

7 Cts. per millimètre-ligne ou son espace.	Rabais en cas de répétition de la même annonce.
Les Sociétaires payent 3 1/2 Cts. netto per millimètre-ligne ou son espace.	

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

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



Freudenberg

Aufnahms-Besuche. * Demandes d'Admission.

Herr G. C. Gobbi, Besitzer des Hotel-Pension zur Post in Piotta 48

Patent: Herren F. Lombardi, Hotel Lombardi, Alfoldi, und Arnold Bullo, Hotel Angelo, Faido.

Herr Jakob Marmet, Besitzer des Hotel Beau-Site und Bergthotel Engstigenalp in Adelboden 65

Patent: Herren F. Allenbach, Hotel Bellavue, Adelboden, und G. Reichen, Kurhaus Kandersteg in Kandersteg.

Herr D. Moser-Sturi, Besitzer des Hotel-Pension „Daheim“ in Grindelwald 40

Patent: Herren H. Lüdi, Hotel Grindelwald, und H. Mohr, Hotel Oberland in Grindelwald.

Herrn Gebr. Wanke, Besitzer des Hotel National im Krattigen am Thunersee 70

Patent: Herren S. F. Homberger, Hotel Victoria, Faulenseebad, und A. Müntzenberg, Schloss-Hotel Schonegg, Spiez.

Zum Rabattwesen

oder

Wie reimt sich das zusammen?

Gegenwärtig fliegen die Prospekte eines Reisebüros in Bordeaux, genannt „Union Touristes“, in der Schweiz herum. Eine grosse Zahl davon hat den Weg in unser Bureau gefunden und es fügen die absendenden Hotels die Frage bei, was wir von dieser Firma halten und ob es sich empfehle, mit ihr in geschäftliche Verbindung zu treten.

Wir müssen die Beantwortung dieser Frage, soweit sie speziell diese Firma betrifft, ablehnen, und zwar aus dem einfachen Grunde, weil die Firma uns unbekannt ist. Sie scheint ein Neuling auf dem Gebiete der Hotel-Coupons zu sein und deshalb kann auch kein Urteil über ihre Geschäftsführung abgegeben werden. Zudem muss doch jedes Hotel selbst am besten wissen, ob es von seinem Profit 10 % Kommission abblassen kann oder nicht. Was hingegen die prinzipsielle Seite der Frage anbetrifft, so müssen wir denn doch hervorheben, dass es sich schlecht mit der gegenwärtigen Tendenz bezügl. Hotelpreisen zusammenreimt, wenn derartige Angebote Berücksichtigung finden. An der Generalversammlung unseres Vereins in Montreux wollte man den Vorstand beauftragen, auf die Ablehnung jeglichen Rabates seitens der Mitglieder hinzuwirken und zwar durch einen Beschluss. Mit der Begründung, dass ein derartiger Beschluss ein Eingriff in die persönliche Freiheit bedeute, musste dieser Antrag abgelehnt werden, obwohl ihm in prinzipsieller Hinsicht der Beifall nicht versagt wurde.

Überall wird seit geraumer Zeit von der steten Verteuerung der Lebensmittel und der dahierigen Notwendigkeit der Erhöhung der Preise für Mahlzeiten gesprochen; wenn nun diese Notwendigkeit sich allmählich Bahn bricht und nach und nach die Hotelerie, die zufolge der enormen Konkurrenz und der vielerorts verpfuschten Preise, wahrlich nicht auf Rosen gebettet ist, eine Besserstellung erfährt, soll diese dann zugunsten der Reisebüros erfolgt sein? Es wäre schade um den Erfolg. Man lasse es sich doch einmal gesagt sein, dass

ohne diese Bureaus die Zahl der Reisenden nach der Schweiz keine erhebliche Verschiebung erfahren würde und, was gewiss nicht zu unterschätzen ist, man müsste nicht immer in Sorge sein, ob die Coupons auch eingelöst werden. Es sind in den letzten Jahren grosse Summen durch Nichteinlösung von Coupons verloren gegangen. Im Wirtsgewerbe ist Baarzahlung von jeher Usus gewesen, Coupons sind aber kein bares Geld, sondern Papierfetzen, für die man einen Teil seines sauer verdienten Geschäftsprofits opfern und oft sehr lange auf Bezahlung warten muss oder manchmal den ganzen Betrag ins Konto schreiben kann.

Mit dem Rabatt allein begnügen sich übrigens die Reisebüros nicht, sie sind meistens Herausgeber von Annoncenbüchern. Sie versprechen das Blaue vom Himmel herunter und tun, als ob sie sich für diesen oder jenes Hotel zu vierfüßen gedenken, worauf dann der Hotelier sich nicht krausig zeigen darf. Es wird ihm Gelegenheit geboten, seine Erkenntlichkeit in Gestalt einer Annonce zu so und so viele Franken zu bekunden, die dann so lange weitererscheint, bis er sich erinnert, oder bei Reklamation daran erinnert wird, dass 3monatliche Kündigung vorgesehen und ohne diese, die Annonce eben eine Lebensrente für den Herausgeber bildet. Reisende von dem betr. Bureau sieht der Hotelier wenige, nicht halb so viel, als ihm versprochen worden; das tut aber nichts, der Hotelführer, den das betr. Reisebüro herausgibt, ist an und für sich schon ein „Geschäft“, aus dem sich ganz gut leben lässt. Es gibt, wir wollen es nicht unterlassen, zu betonen, rühmliche Ausnahmen, aber diese lassen sich an den Fingern einer Hand abzählen.

Mit diesen Ausführungen hoffen wir, wenn wir auch auf die an uns gestellte Frage nicht direkt geantwortet, den Fragestellern dennoch einen Dienst geleistet zu haben. O. A.

Die Wäsche im Hotel.

Antwort

auf die Mitteilungen des Hrn. E. S. in der Wochenschrift des Internationalen Vereins der Gasthofbesitzer (Nr. 9, 3. März 1906.)

Mit Interesse habe ich die Erwiderung eines „alten Fachmanns“ auf meine kürzlich erschienene Abhandlung „Zur Wäschefrage“ gelesen. Ich begreife seine Ansichten, wenn er seit 30 Jahren stets bei seiner Handwascherei gebüllt ist und folglich keine Gelegenheit hatte, sich darüber zu vergewissern, was heutzutage auf dem Gebiete der Dampfwäschereien erreicht werden kann. Falls Herr E. S. vor Einrichtung seiner Handwascherei, also vor ca. 30 Jahren, vielleicht Versuche mit Dampfwäschereien gemacht hat, so zweifle ich nicht daran, dass seine Erfahrungen damals keine erfreulichen waren. Auch mir erging es so vor erst 10 Jahren. Aber seither sind in den Dampfwäschereien und speziell durch die Einführung des von mir erwähnten Schwemmsystems, Umwälzungen vor sich gegangen, welche meine Behauptungen rechtfertigen, dass nach dieser Methode gewaschene Ware weniger leidet, als durch Handwascherei und dass ein Hotel damit besser fährt, als auf irgend eine andere, mir bekannte Weise.

Beim genaueren Durchgehen der Erwiderung des Herrn E. S. konnte ich mich auch nicht der Frage erwehren, ob er wohl in seinen Kalkulationen wirklich sämliche mit seiner Handwascherei verbundene Kosten gebührend

berücksichtigt hat. Es ist mir nämlich nicht klar, wie man bei dem angedeuteten Wäschemarkt mit jährlich 6000 Mark auskommen kann für:

Lohnung von 2–3 Wäscherinnen,
Lohnung von 3 Büglerinnen,
Lohnung von einem Waschburschen,
Verköstigung dieser 6–7 Personen,
Miete für ein besonderes Waschlokal,
Seife, Soda, Waschlau, Stärke, etc. etc.,
Brennmaterial,
Gas für Heizzwecke,
Beleuchtung,
Transportspesen zu einer halbe Stunde
vom Hotel entfernten Waschküche,
Verbrauch von Transportmaterial,
Wasserfaxe,
Versicherung,
Verzinsung und Amortisation der Einrichtung, etc. etc.

Zudem scheinen mir die Einnahmen für Fremdenwäsche außerordentlich hoch bemessen zu sein, im Verhältnis zu den gesamten Hotelwäsche, zumal in dem betreffenden Hotel die Benutzung der Gesellschaftsräume, welche nur Tisch- und Küchenwäsche, nicht aber Fremdenwäsche bringt, eine bedeutende Rolle zu spielen scheint. Auf Fremdenwäsche wird übrigens den Hotels durch die Waschanstalt meist ein ziemlich hoher Rabatt gewährt, was die Rechnung auch bedeutend ändert. Personal- und Courrierwäsche, die ja doch gewöhnlich zu sehr reduzierten Preisen neben der Hotelwäsche geliefert werden, sind wohl auch zu hoch eingeschätzt.

Es ist daher sehr zu bedauern, dass der Rechnung keine Details beigelegt sind, noch der Tarif, den Herr E. S. seiner Berechnung der Wäschedekosten bei Benutzung einer Waschanstalt zu Grunde legte.

Dass es streng verboten ist, in der Wäscherei des betreffenden Hotels Chlor und andere Chemikalien zu verwenden, begriffe ich wohl, dagegen weiss ich, wie wenig solche Verbote von dem Waschpersonal gewürdigt werden, wenn nicht eine beständige, scharfe Aufsicht durch den Hotelier selbst oder seine Gemahlin ausgeübt wird, was in einem halbwegen grossen Betrieb unmöglich ist. Ferner ist es in einem solchen Betrieb schwierig zu verhindern, dass sowohl Material als auch Wäschestücke verschwinden, während die Waschanstalt für sämtliche Wäsche verantwortlich ist, die man ihr nachweisbar übergeben hat. Diese Verluste, die erst beim Inventar konstatiert werden, soweit es sich um Wäsche handelt, finden bei Berechnung der Betriebskosten einer eigenen Wäscherei wohl selten Berücksichtigung.

Mit dem Trockenbügeln der Wäsche durch die Maschine habe ich bis dahin nicht dieselben Erfahrungen gemacht, wie Herr E. S. Die Waschanstalten erzielen mit ihren Dampf-Mängeln sehr gute Resultate; zudem wird die von den Mängeln kommende Wäsche in seriösen Anstalten sorgfältig kontrolliert und gelangt kein Stück in die Spedition, das nicht vollständig trocken wäre, während aus Waschküchen, wo nur kleine Gasmängeln zur Verfügung stehen, zu gewissen Zeiten noch feuchte Wäsche in die Lingerie kommt.

Was die Stücke anbetrifft, die bei der ersten Wäsche nicht sauber geworden sind, so werden dieselben in guten Waschanstalten auch nicht mit schädlichen Chemikalien behandelt, sondern müssen nochmals die ganze Prozedur durchmachen. Daher kommt es auch, dass Waschanstalten oft grössere Posten nicht ganz komplett abliefern, sondern einzelne wenige, für eine zweite Waschung zurückbehaltene Stücke, nachliefern müssen.

Der grösste Vorteil der Behandlung der Hotelwäsche in einer guten Waschanstalt besteht aber in der Beruhigung, die dem Publikum das Bewusstsein bietet, richtig desinfizierte Wäsche zu bekommen, was eben mit einer Handwascherei nicht garantiert werden kann, ebenso wenig wie mit den kleinen maschinellen Einrichtungen mit Niederdruk. Diesen Punkt berührt Herr E. S. nicht, trotzdem gerade die Beschuldigungen von Seiten verschiedener Hygieniker, die den Anlass zu meinem ersten Artikel geben, zeigen, wie äusserst wichtig es ist, dass unsere Industrie nichts veräusse, um den diesbezüglichen Anforderungen gerecht zu werden, die heute schon, und je länger je dringlicher, von dem reisenden Publikum gestellt werden. In den beim Schwimmverfahren benutzten Maschinen wird sämtliche Wäsche nach genaueren bacteriologischen Ver suchen nicht nur desinfiziert, sondern sogar sterilisiert, was nur die Anwendung strömender Wasserdampfes in der dem System eigenen Weise ermöglicht; welchem Hitzegrade wird aber durchschnittlich die Wäsche in den Handwaschereien ausgesetzt?

Ich komme daher wiederum zu dem Schluss, dass Handwaschereien heutzutage für Hotels nicht mehr in Frage kommen sollten und maschinelle Einrichtungen nur da, wo sie als unvermeidliches Uebel geduldet werden müssen.

Es wäre interessant, wenn auch andere Herren Kollegen die Diskussion über diese Frage benützen würden, die ich als eine für unser Gewerbe außerordentlich wichtige betrachte.

Dir. E. Dielmann, Zürich.

Un mot à l'adresse des dupes de la Compagnie soi-disant suisse des wagons-restaurants.

(Voir No 44, 1905 et Nos 6 et 8, 1906 de la Revue.)

Si dans nos deux derniers numéros, nous n'avons plus touché la question des wagons-restaurants, c'est que nous voulions laisser le temps à la Compagnie de trouver un moyen de sortir de l'impasse dans laquelle nos révélations l'avaient acculée. Nous savions en outre, que l'Assemblée générale de la Compagnie devait avoir lieu le 7 courant, à Berne, et nous voulions lui laisser cette occasion pour discuter le cas. Nous pouvions être d'autant plus magnanime que nous savions qu'il n'y a plus issue pour elle. La Compagnie elle-même paraît être arrivée à cette conclusion, car jusqu'au 22 mars, c'est-à-dire 15 jours après l'Assemblée générale, elle n'a pas donné signe de vie. Il est vrai que c'est difficile de nier des faits constatés. Ce qui est plus étonnant, c'est qu'actuellement encore on trouve toujours des horaires d'été 1905 sur les tables des wagons-restaurants, on nous en a envoyé, que nous avons mis au dossier.

Une enquête faite la semaine dernière au Bureau de publicité de la Compagnie des wagons-restaurants à Bâle, a confirmé nos accusations précédentes. Nous ne pouvons entrer dans les détails, l'enquête ayant fourni des preuves importantes, mais qui font partie du dossier.

Il doit y avoir un défaut d'organisation dans l'exploitation et l'administration de la Compagnie, car que penser d'une Direction, sous les yeux de laquelle se passent les irrégularités que nous avons relevées, sans qu'il se trouve quelqu'un pour les empêcher ou y

mettre fin. En présence de pareils abus, on est autorisé à accuser la Direction de la Compagnie de manque de bonne volonté ou de grave négligence, ou bien d'une ignorance complète en matière de réclame.

Nous voulons admettre jusqu'à nouvel ordre, que les sommes de la Compagnie, qui sont en même temps membres des Chambres fédérales, n'avaient aucune connaissance des irrégularités et des agissements peu corrects de leurs successeurs, et que ce n'est que par nos articles qu'ils ont été renseignés.

Ainsi qu'en font foi les nombreux communiqués que nous avons reçus, le nombre des personnes qui se trouvent lésées par les agissements de la Compagnie suisse des wagons-restaurants, augmente de plus en plus. Les sois-disants fournisseurs des wagons-restaurants dont quelques-uns paient jusqu'à 6000 francs de réclamation par an, commencent aussi à s'émanvoyer. Ces maisons croyaient que la Compagnie était une société vraiment suisse, ayant le monopole des wagons-restaurants pour toute la Suisse; mais dans le nombre il y en a bien quelques-uns qui ont fourni à la Compagnie plus d'argent que de marchandises. Que voulez-vous? Le beau titre: *Fournisseur des wagons-restaurants suisses* était si séduisant.

Pour aujourd'hui, nous nous bornons à ces quelques remarques; les occasions ne nous manqueront pas pour revenir sur ce sujet.

O. A.

→*←

Un haut fait.

Nous lisons sous ce titre dans la *Wochenschrift*, organe de l'Association internationale des hôteliers, ce qui suit:

Lorsqu'à la suite du nouveau tarif des douanes allemandes la cherté se fit sentir et qu'il y eut partout hausse sur hausse, lorsque, pour combler la mesure, la pénurie de viande vint encore aggraver la situation et menaça de ruiner infailliblement non seulement l'hôtellerie, mais encore toute l'industrie des restaurants et autres établissements publics, le Président de l'Association internationale des Hôteliers, toujours vigilant, convoqua une assemblée extraordinaire à Brunswick, afin de rechercher les moyens de parer au danger. On y entendit les propositions du rapporteur exposant la nécessité et les moyens de rendre de nouveau l'industrie hôtelière rénumératrice et de lui faire gagner de l'argent, ce qui est le but de toute industrie, comme l'avait déclaré si justement, peu auparavant, un grand industriel, le Président du Syndicat des Charbons. On applaudissait à son exposé, mais on en resta là, la discussion n'était pas le résultat positif qu'on avait espéré. On pouvait donc craindre de voir nos confrères, dans leur manque d'union, donner de nouveau le triste spectacle du laisser faire et du laisser aller. Car, si l'on ne profitait pas maintenant de l'occasion propice pour rétablir une juste proportion entre les prix d'hôtel et les prix de revient augmentés, il serait trop tard pour bien longtemps. Par bonheur il en fut autrement; on se remua déjà dans quelques endroits. C'est ainsi que dans l'ouest de l'Allemagne, une convention a été conclue entre les hôtels de premier ordre d'un endroit, et c'est là un haut fait qui mérite d'être inscrit en lettres d'or dans la chronique de l'industrie hôtelière. Nos collègues nous ont permis de publier ce document remarquable dans la Revue hebdomadaire, en omettant le nom de l'endroit et des hôtels en question.

Voici la teneur de cette convention:

Convention réciproque pour l'exercice 1906.

I.

Les soussignés s'engagent réciproquement à observer, à partir du 1^{er} janvier 1906 et provisoirement pour la durée d'un an, les conventions suivantes:

A. En ce qui concerne les vins de l'hôtel et au restaurant.

1. Pour tous les vins, excepté les vins mousseux, 2 demi-bouteilles coûtent en détail 60 pfennigs de plus qu'une bouteille entière.

2. Pour les vins mousseux allemands et français, 2 demi-bouteilles coûtent un marc de plus qu'une bouteille entière.

3. En détail, le vin allemand meilleur marché est coté deux marcs trois marcs, le vin français le meilleur marché trois marcs, sur la carte des vins.

4. Pour les vins mousseux allemands, les prix de vente au détail sont fixés au minimum suivant:

Burgf.: carte verte M. 7.50 Extra cuvée extra dry 8.50

Cuvée du jubilé 10.—

Eckel: Sillery 8.—

Grand Verzenay sec 9.—

Feist: sec 7.50

Cabinet demi-doux 8.—

Fromm: Demi-sec 8.—

Sec 8.—

H. Red Star extra dry 8.50

Heukel: spéciale 7.50

Cuvée spéciale 9.—

Höhl: Kaiserblume sec 8.—

Kupferberg: carte dorée 7.50

Premier choix très sec 9.—

C. Laurent fils: Sparkling Moselle 8.—

Mathews Müller: Champagne s.c. 8.—

Rheinberg & Cie: carte dorée M. 7.50, sec 8.—

C. H. Schulz: Adlersort sec 8.—

Schuhlein: Carte blanche 8.—

Rheingold sec 9.—

Hausmarke 7.—

Kroté sec 8.—

Aucun vin mousseux allemand ne doit être vendu au détail au moins de 7 marcs la bouteille.

5. Pour les champagnes français, les prix de vente au détail sont fixés au minimum suivant:

Ayala: Extra quality goût américain M. 16.—

Brun: Extra quality 20.—

Vve Cléophat: Sec, goût américain 17.—

Rich England 18.—

1895 Rich England 22.—

1899 Dry England 18.—

1898 Brut 18.—

Deutz & Geldermann: 1895 Grand vin sec 16.—

Giesler: Demi-sec	M. 15.—	
1895 Extra superior dry	17.—	
George Gold: Sec	16.—	
Georgio quality dry	15.—	
Brut	17.—	
Charles Heidsieck: Imperial sec	15.—	
Imperial extra dry, goût américain	16.—	
Heidsieck & Cie: Monopol	15.—	
Monopol extra sec	16.—	
Irroy & Cie: Goût américain	17.—	
Carte d'or brut	18.—	
Moët & Chandon: White Star sec	16.—	
1898 Blue Imperial extra sec	22.—	
1898 Dry Imperial	34.—	
Crémant d'Alsace Rosé	16.—	
G. H. Mumme & Cie: Carte blanche	15.—	
Extra dry, goût américain	16.—	
Cordon rouge	17.—	
Extra dry Magnum	35.—	
Perriet & Jouet: Extra quality dry	16.—	
Extra quality brut	18.—	
Pieper-Heidsieck: Sec	15.—	
Sec américain	16.—	
1892 brut extra	17.—	
Pommery & Greno: Carte blanche seu	15.—	
Extra flag sec	16.—	
Extra sec	1893 nature	30.—
1893 extra sec	30.—	
1890 extra brut	45.—	
Louis Roederer: Carte blanche	16.—	
Grand vin sec	16.—	
St. Marceaux: Dry Imperial	15.—	
Wachter & Cie: 1893 Royal Charter sec	16.—	
Ruinart: Goût américain	15.—	
Le prix de vente minimum pour le Champagne français ne doit pas descendre au détail au-dessous de 15 marcs la bouteille.		
6. Pour les liqueurs, les prix de vente par verre sont fixés comme suit:		
Nouvelle Chartreuse jaune M. 1.—, verte	M. 1.25	
Bénédictine	1.—	
Grand Marnier: cordon rouge	1.25	
Martell: X. X. X.	1.25	
V. S. O. P.	1.20	
Hennessy & C. S. O.	1.75	
X. X. X.	1.25	
7. Pour les vins du sud, le prix minimum par verre est de M. 1.—		
8. Pour les eaux minérales, les prix de vente sont fixés au minimum comme suit:		
Apollinaris, la demi-bouteille M. 1.25, la demi-bouteille M. —; Biliner Sauerbrunn, la bouteille M. 1.50; Dr. Brügelinger la bouteille M. 1.50; Giese böhler la bouteille M. 1.50; demib. L. 1.50; Kaiser Friedrich la bouteille M. 1.—, la demi-bouteille 50.—; Kroenthaler la bouteille M. 1.—, la demi-bouteille M. 50.—; Nasau-Selters la bouteille M. 1.25, la demi-bouteille 75.—; Selzerbrunn Gr. Karben la bouteille M. 1.—, la demi-bouteille M. 2.—; St. Galmier Source Badoit la bouteille M. 2.—; Vichy Célestine ou Grande Grille la bouteille M. 2.—; Eau des selz la bouteille M. 50.—; Siphon 50.—		
9. Pour les bières en bouteilles, les prix suivants sont convenus:		
Bière de table, exportation M. 1.25 la bouteille		
Bière de Munich " 1.50		
Bière de Pilsen " 2.50 la carafe		
" 50 la demi-carafe		
Pale ale " 2.50 la bouteille		
" 1.25 la demi-bouteille		
Stout " 2.— la bouteille		
" 1.25 la demi-bouteille		
B. En ce qui concerne le tableau à l'hôtel et au restaurant.		
1. Le prix du premier déjeuner complet est fixé à 1 marc par personne. Pour le déjeuner servi dans l'appartement on comptera, suivant ce qui sera possible, 1.25 à 2 marcs. Le prix d'un œuf à la coque est fixé à 30 pf.		
2. Le prix du lunch est fixé à 4 marcs au minimum et ne doit se composer que de quatre plats au plus et de fromage ou de fruits. Servi dans l'appartement, le prix est de 7 marcs pour une personne, de 6 marcs par tête pour plusieurs personnes.		
3. Le prix du dîner de midi, à part, est de 5 marcs, et il se compose alors de cinq plats et de fromage et fruits, ou de 6 marcs et il se compose alors de six plats et de fromage et fruits. Le dîner complet coûte, servi dans les étages, 10 marcs pour une personne, 8 marcs par tête pour deux personnes et plus.		
4. Le prix du souper ou dîner du soir est au minimum de 6 marcs et se compose de six plats au plus et de fromage ou de fruits. Le même dîner dans l'appartement, le prix est de 7 marcs pour une personne, 6 marcs par tête pour deux personnes et plus.		
5. Le prix du souper est fixé à 4 marcs 50 et ne comprendra que quatre plats et le fromage au plus. Le souper ne sera pas servi dans les étages à moins de 7 marcs.		
6. Pour les lunchs et soupers, on ne devra servir qu'une salade ou une compôte pour les prix fixés.		
7. Pour les repas d'un domestique, servi dans la salle des domestiques, on comptera 5 marcs par jour y compris la boisson. La pension d'un domestique, y compris la chambre, ne coûtera pas moins de 8 marcs par jour.		
8. Carte de journal.		
a) Hors-d'œuvre: Le prix de vente de 50 grammes devra être fixé à 4 marcs 50, pour une dizaine d'huîtres natives à 4 marcs, pour une demi-douzaine de ces huîtres à 2 marcs 50. Les hors-d'œuvre ordinaires coûtent 1 marc 50 par tête.		
b) Potages: Une tasse de consommé coûte 75 pf. Les autres potages ne doivent pas figurer sur la carte du jour à moins de 1 marc.		
c) Oeufs: Les plats d'œufs ne doivent pas figurer à moins de 1 marc 50 sur la carte du jour.		
d) Poissons: truites (quatre à la livre) la pièce minimum 50 pf., saumon (300 gr. garni) à partir de 3 marcs 50; saumon (250 gr. garni) à partir de 3 marcs 50; sole (300 gr. garni) minimum 3 marcs; sole (300 gr. garni) 4 marcs 50. Les autres poissons minimum de 2 marcs 50 (300 à 375 grammes).		
e) Viandes froides (environ 100 gr.) 2 marcs 50, avec de la volaille 3 marcs 50.		
f) Entrecôte (environ 250 gr. avant la cuisson) minimum 2 marcs 50, sans pommes de terre. Bifteck, filet nature (250 gr. avant la cuisson) 3 marcs. Un morceau de tourneidon nature (125 gr. avant la cuisson) 4 marcs. Chateaubriand (une livre avant la cuisson) nature 7 marcs. Deux côtes de mouton (ensemble 250 gr. avant la cuisson) nature 3 marcs. Côte de veau (250 gr.) nature 2 marcs 50. Deux escalopes de veau (ensemble 180 gr.) nature 2 marcs 50. Ris de veau nature minimum 3 marcs 50.		
g) Poulet de grain, à partir de 4 marcs; poule, à partie de 12 marcs; caneton nantais, 8 marcs; caneton rouennais, 16 marcs; faisans 8 marcs, perdreau 3 marcs 50.		
h) Légumes: minimum 1 marc 50 la partie. Asperges confectionnées 3 marcs 50 pommes nature 50 pf., pommes sautées au four 75 pf., pommes soufflées ou purée 1 marc 50.		
i) Compotes: Reines-Claude, mirabelles, prunes, marmelade de pommes, 1 marc, ananas, cerises, poires, compote mélangée, 1 marc 50, abricots, pêches, 2 marcs, compote américaine 2 marcs 50.		
j) Salades: minimum 75 pf. la portion.		

1) Gelée: avec de la pâtisserie 1 marc 50. Omlette à emporter pour deux personnes 5 marcs, pâtisserie 1 marc 50.

m) Fromages: avec beurre, par personne 1 marc.

9. On imprimera au-dessous des menus: „les repas sans boissons coûtent 1 marc de plus par tête.“

10. Le lemonsquash servira pendant les repas coûté 1 marc 50.

11. Café: demi-tasse 50 pf., café double 75 pf.

12. Les plats à la carte servis dans l'appartement subissent un supplément de 20% sur les prix de la carte du jour.

13. Il sera permis à chacun des intéressés de faire des prix exceptionnels pour les habitués ou à la suite d'arrangements.

C. En ce qui concerne la publicité.

Les soussignés s'entendent pour chaque cas en particulier. M. X. se charge jusqu'à nouvel ordre d'accepter les offres si importante la publicité, ces offres devront être faites par écrit. M. X. soumettra ces offres à la discussion une fois par mois dans les séances régulières. Aucun des intéressés ne conclura de contrat pour des insertions nouvelles sans s'être entendu d'avance avec ses collègues, sous peine d'une amende conventionnelle s'élevant pour chaque cas, à 1000 marcs qui devront être affectés à la réclamation en commun.

D. En ce qui concerne les bains.

Les bains pris par les voyageurs qui n'ont pas loué du cabinet de bain particulier coûtent:

hain complet M. 2.—

hain de siège "

hain de pied " 75

douche 1.50

Pour un séjour prolongé, il est permis d'accorder des réductions en proportion.

Pour les bals et fêtes, une deuxième convention a été conclue entre les mêmes hôtes; voici la teneur:

E. En ce qui concerne les bains.

Les soussignés s'engagent réciproquement à maintenir à partir d'aujourd'hui, la convention suivante en ce qui concerne les prix des banquets, bals, soirées, noces et autres fêtes, pour le courant de cet exercice:

1. Bals. Le prix minimum pour un bal y compris la boisson et le service indiqué ci-dessous, ne devra pas être de moins de 16 marcs par personne pour un nombre d'invités jusqu'à 100 personnes. Pour 100 personnes on plus on pourra réduire ce prix à 16 marcs.

Le menu comprendra au plus trois plats, ainsi qu'un plat doux, du fromage et du fruit. Le même menu avec des huîtres, du caviar ou un hors-d'œuvre coûte 10 pf. en plus par tête.

Ce menu comprendra soupe, vin blanc de 2 marcs 50 à 3 marcs la bouteille, prix de la carte du jour, la bouteille de vin blanc de 2 marcs 50 à 3 marcs la bouteille de hal, avec de la bière, un buffet dans la salle de hal avec de la bière Pilsen et autres rafraîchissements, de l'eau minérale et autres boissons semblables, les salles de fête, le chauffage et l'éclairage, la musique.

Les décorations des tables et les plantes décoratives, les cigarettes et les cigarettes n'ont pas comprises.

Chacun des contractants est autorisé à accorder une réduction de 10% aux personnes qui occupent la vie une sieste, soit représentative (officiers, fonctionnaires), et qui ont l'intention de donner un bal de genre à l'hôtel.

2. Noces. Pour les noces, le couvert, boisson non-comprise, une cigarette et une cigarette n'ont pas été donnés, tout compris.

Chacun des contractants est autorisé à accorder une réduction de 10% aux personnes qui occupent la vie une sieste, soit représentative (officiers, fonctionnaires), et qui ont l'intention de donner un bal de genre à l'hôtel.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.

Les menus sont préparés à la demande de l'invité, non compris la carte du jour, la bouteille de vin et la bouteille de bière.