

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 16 (1907)
Heft: 22

Artikel: Ueber das Wesen der Reklame
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-522724>

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: 07.02.2026

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

* Röis. *

Die nächste Nummer der Hotel-Revue erscheint des Jubiläums-Festes wegen einen Tag früher.

Inserate für diese Nummer
müssen bis Donnerstag Vormittag
aufgegeben sein.

Die Expedition.

Le prochain numéro de l'Hôtel-Revue paraîtra, en vue du jubilé, un jour plus tôt.

Les annonces pour ce
numéro devront être remises à l'ad-
ministration jusqu'à jeudi matin.

L'administration.

Aufnahms-Gesuche. Demandes d'Admission.

| | Franceschetti Lille du matin |
|--|---------------------------------|
| Hr. W. Leemann, Pension Fortuna, Zürich | 40 |
| Paten: HH. F. W. Pohl und Eug. Meeklin, Hotel Bellevue, Zürich. | |
| Hr. A. Stigelin-Börkert, Hotel Alpenhof, Klostergarten-Platz | 15 |
| Paten: H. A. Morosani, Hotel Post, Davos-Platz, und L. Meissner, Hotel Sil- vretta, Klosters. | |
| Hr. O. Schenker, Hotel Continental, Zürich | 40 |
| Paten: HH. H. Golden, Hotel Schwert, und A. Hofmann, Hotel Merkur, Zürich. | |
| Hr. H. Sommer, Bahn-Restaurant, Eiger- gletscher. | |
| Paten: HH. A. Beugger, Hotel St. Gott- hard, Interlaken, und F. Borter, Hotel National, Wengen. | |
| Hr. A. Hofmann-Gut, Hotel Schönenau, Weggis. | 20 |
| Paten: HH. K. Hofmann, Hotel Rössli, und D. Hofmann, Hotel Victoria, Weggis. | |
| HH. Lehmann & Cie., Bahnhof-Buffet, KL. Scheidegg. | |
| Paten: HH. A. Beugger, Hotel St. Gott- hard, Interlaken, und Fr. Borter, Hotel National, Wengen. | |

Empfangs-Bescheinigung.

Von der Redaktion der Schweizer Hotel-
Revue den Erlös der öffentlichen Sammlung
mit Fr. 950* (Neunhundert und fünfzig Franken)
für die Lawinenbeschädigten in Seeben empfangen,
was hiermit dankend bescheinigt.

Unterterzen, den 24. Mai 1907.

Der Gemeindeammann:
F. Pfifer.

* In der Sammeliste waren irrtümlich Fr. 955
eingetragen worden. Red.

Politisch Unpolitisches.

Es ist schon zu wiederholten Malen in unserem Organ darauf hingewiesen worden, dass es von grossem Vorteile wäre, wenn der Hotelierstand in den Behörden, vorab den eidgenössischen und kantonalen Räten, besser vertreten wäre. Mag er noch so viel zum Gedeihen des Landes und zur Besserstellung grosser Bevölkerungskreise leisten, das genügt noch nicht zur Erreichung berechtigter Forderungen. Erst wenn im Ratsaale selbst eine statthafte Schar von Vertretern für ein Begehen oder ein Postulat mit allem Nachdruck eintritt und dabei die Verdienste der Petenten und den Nutzen der Forderung für die Allgemeinheit hervorhebt, wird auf einen Erfolg zu rechnen sein.

Diese Tatsache kann man an jedem Tagung beobachten. Wohl das glänzendste Beispiel liefern uns die Vertreter der Landwirtschaft in den eidgenössischen Räten. Was sie für ihren Stand verlangen, erhalten sie ohne weiteres; dazu noch obendrin eine Zugabe. Diese Wirkung erzielen sie weder durch die Reden ihrer Führer, noch durch die Kraft ihrer Argumente, sondern lediglich (in den meisten Fällen wenigstens) durch das blosse Gewicht ihrer zahlreichen Stimmen.

So kommt es vor, dass der Staat zu Gunsten der Landwirtschaft übertriebene und zum teil ungerechtfertigte Opfer bringt, welche nur einem kleinen Teil der Bevölkerung dienen und keine Früchte eintragen. Anderer Industriezweige dagegen, die eine vielversprechende Zukunft hätten, wenn ihnen beiziteter Unterstüzung zu teil würden, gehen leer aus oder werden mit lächerlich kleinen Summen subventioniert.

An einem Beispiel lässt sich dieser Unterschied sehr gut veranschaulichen. Jedermann weiß, dass die Schweiz nicht genug Wein

produziert, um den Eigenbedarf zu decken, und dass für Rotwein speziell, wir fast ausschliesslich auf das Ausland angewiesen sind. Das hat aber nicht verhindert, dass zu gunsten der einheimischen Weinbauern der Zoll auf die Weine das Doppelte erhöht wurde. Damit ist aber die Fürsorge des Staates für dieses Sorgenkind noch nicht erschöpft. Der Weinbau leidet bekanntlich an verschiedenen Krankheiten und hat eine Reihe von Feinden, unter welchen der Phylloxera der gefährlichste einer ist. Gegen diesen sollen auch die eidgenössischen Finanzen mobilisiert werden und da haben die Vertreter der Landwirtschaft in den betreffenden Kommissionen dafür gesorgt, dass der Griff in den Bundessäckel recht tief ausfalle.

Unter der Rubrik „Beitragsleistung des Bundes an die Kosten der Wiederherstellung der durch die Reblaus zerstörten Weinberge“ soll jährlich in das Budget ein Kredit von 500,000 Fr. eingesetzt werden, aus dem die erste- und einmalige Erneuerung der durch die Reblaus zerstörten oder der Zerstörung unmittelbar ausgesetzten Weinberge mit widerstandsfähigen Reben unterstützt wird. Der Bundesbeitrag soll die kantonale Leistung nicht übersteigen und auf den einzelnen Rebstock höchstens 12 Rappen, auf den Quadratmeter 15 Rappen betragen. Sollten die Unterstützungsbegehren den Kredit übersteigen, so sind die Erneuerungen auf folgende Jahre zu verschieben; wird aber der Kredit eines Jahres nicht erschöpft, so soll der Rest zu einem Reservefonds angelegt werden, aus welchem ungenügende Kredite folgender Jahre ergänzt werden sollen.

Der Bundesbeitrag kann bis auf 3000 Fr. pro Hektar ansteigen, so dass der Anteil des Bundes für die Erneuerung des Rebgebietes schliesslich auf 13 Millionen berechnet werden dürfte. Aus finanziellen Rücksichten, sowie aus Umgang die möglichst lange Erhaltung der einheimischen bodenständigen Rebe ist daher der jährliche Beitrag des Bundes im obigen Sinne begrenzt worden.

Bei keinem andern Berufszweig hat der Bund eine solche Fürsorge entwickelt. Unsere Industrien mussten sich ihre Existenzberechtigung in hartem Ringen mit der ausländischen staatlich geförderten Konkurrenz erobern; ihr legte der Bund kein Fallhütchen an zur Vermeidung von Krisen und Katastrophen und subventionierte sie nicht in aquivalenter Weise wie die Landwirtschaft mit Bodenverbesserungsbeiträgen und Beiträgen zu allen möglichen Veranstaltungen, Gebäudenovationen und Prämien schauen. Im Gegenteil, die errungenen Stellungen verdarb er ihr durch seine Agrarpolitik und opferte die Interessen der gesunden Industrien denjenigen der kränkelnden Landwirtschaft. Aber trotzdem, oder vielleicht gerade deswegen ist die Industrie noch stark geblieben, während die Landwirtschaft das alte Uebel beibehalten hat und so lange beibehalten wird bis der Bund seine Aufpappelungspolitik aufgeht.

Die Missgunst gegen die dem Weinbau zugewendeten Millionen ist indessen nicht der Grund unserer Darstellung. Letztere soll nur dazu dienen, hervorzuheben, wie knauserig u. a. Umständen der Staat gegenüber andern Be strebungen sein kann.

Wir nehmen ein Beispiel aus der kantonalen Praxis. Auf Bundesboden fehlen sie zwar auch nicht (wir erwähnen nur das jahrelange vergebliche Bitten der Presse um Reduzierung des Zeitstarifes), aber der kantonale Fall ist krasser und kennzeichnet besser die offizielle Zeugknöpftheit, so lange man nicht mit im Rate gut vertretenen Interessenkreisen zu rechnen hat.

Im Kanton Solothurn, wo die Hoteliers und Restaurateure neben den hübschen Staatssteuern Fr. 120,000 jährliche Patentgebühren entrichten und zur Hebung des Juragebirges als Fremdengebiet ein Erkleckliches geleistet haben und noch leisten, ersuchten dieselben für das neuengründete offizielle Verkehrsamt einen jährlichen staatlichen Beitrag von Fr. 1000. Jedoch vergeblich. Der Vertreter der Regierung der Herr Finanzdirektor, blieb allen Belehrungen unzugänglich und ließ die Tasche zu. Mit dem Jura, behauptete er, sei schlechtes für den Fremdenverkehr nichts zu machen, da sei alle Liebesmüh verloren. Die „hablichen Herren Hoteliers“ von Staats wegen zu unterstützen, das könnte man doch dem schweizerischen Steuerzettel nicht zumuten. Und dann malte er mit drohender Gebärde den Teufel der Steuererhöhung an die Wand.

Zum Trost für die Gesuchssteller stellte sich die öffentliche Meinung sofort auf ihre Seite und fand das letzte Schrecksmännchen für die kleine Summe nicht ganz wohl angebracht.

Wenn aber der Hotelierstand seiner Wichtigkeit gemäss in der Welt vertreten gewesen wäre, so hätte sich der solothurnische Finanzminister wahrscheinlich gehütet, so geringschätzig vom Begeben der „hablichen Herren Hoteliers“ zu sprechen. Seine krasse Unwissenheit über das Wesen und die Bedeutung des Fremdenverkehrs hätte sofort die gebührende Kritik empfangen, wobei nicht vergessen werden wäre, die Leistungen der Verkehrsvereine um den Jura hervorzuheben. Der Rat hätte dann mit einer Subvention nicht geknaupert, so aber musste er die absurden Behauptungen des Finanzvorstehers für bare Münze annehmen und das be scheidene Gesuch um einen jährlichen Beitrag wurde abgewiesen.

Dieser Fall steht nicht vereinzelt da; wer heutzutage nicht dafür sorgt, dass seine Begehrten richtigen Orte mit Nachdruck vorge tragen werden, der soll sich nicht beklagen, wenn er bei der Teilung der Erde wie der Dichter leer ausgeht. Es erhellt daraus, dass unser Stand in den Behörden viel stärker vertreten sein sollte als bisher, hauptsächlich im

Nationalrat, wo keine drei Mann des Hotelfaches sitzen. Ganze Gegenden, von welchen man sagen kann, sie leben ganz und gar vom Fremdenverkehr und von der Hotelbesitzer, schicken keinen einzigen Hotelier nach Bern. Sie untervertragen die vitalsten Interessen der Bevölkerung mundgebliebene Politiker, die nicht wissen, was dem Stande frommt oder nicht und wundern sich dann, wenn die Interessen der Hotelier und des Fremdenverkehrs, aus welchen alles lebt, vernachlässigt und dringende Postulate einfach ignoriert werden.

Wer soll sich aber mit der Politik . . . pardon, diese wollen wir ja nicht, sondern mit der Verfechtung unserer Interessen speziell befassen? Wir denken vorab die Hoteliers selber, welche in manchen Wahlkreisen zahlreich genug wären, einen der Iriegen oder mehrere sogar mit Erfolg aufzustellen, oder zu verlangen, dass die übrigen Vorgesetzten sich des Fremdenverkehrs und der Hotelindustrie energetischer annehmen müssten. Besser wäre allerdings ein Fachmann, auch wenn er kein aktiver mehr wäre, denn der würde dann genau, wo uns der Schuh drückt und finde Worte der Überzeugung, die einem andern abgängen. Es wäre eine schöne Aufgabe für einen Hotelier, der sich aus dem Geschäftlichen zurückgezogen hat, an seinem Lebensabend noch im Rate für die Interessen seiner Kollegen tätig zu sein. Th. G.

Achtung! Gauner!

Einst schweizerischer Pensionshalter schreibt uns über einen an ihm versuchten Betrug folgendes:

„Ungefähr Mitte April erhielt ich von London aus eine französisch geschriebene Anfrage über die Pensionsverhältnisse in meinem Hotel unter der Vorgabe, der Herr des Hauses habe eine Ingenieurstelle in Indien angenommen, seine Frau begleite ihn dorthin, aber zwei Töchter und eine Grossmutter wollten sie in der Schweiz in Pension gehen, da dieselben denn doch das Klima in Bombay nicht vertragen könnten.

Auf dieses hin schickte ich an die Adresse obigen Briefes in London einen Prospekt über mein Haus und umgehend kam die Zusage. Eine Anzahl Zimmer wurde auf den 15. Mai bestellt und noch diverse Wünsche über ihre Liebhaberinnen aus der Küche etc. angeknüpft, ebenso die Mitteilung, dass der Aufenthalt sich auf mindestens 3 Monate erstrecken werde.

Etwa 8 Tage später kam ein schlecht deutsch geschriebener Brief von einer Speditionsfirma Davel in London an, in welchem mir mitgeteilt wurde, dass sie bereits abgereist und mache noch einen mehrtägigen Aufenthalt in Paris, um da bei ihren Freunden und Bekannten Abschiedsbesuchs zu machen. Nun habe die Familie von Paris aus ein Telegramm an sie abgeschickt des Inhalts, sie hätten drei Koffern in einer Hafenstadt Englands irrtümlicherweise zurückgelassen; sie möchten dieselben der Einfachheit halber direkt per Express an mein Haus senden, damit bei ihrer Ankunft die Sachen sich vorfinden. Nun sei aber fatal, dass nach dem englischen Eisenbahntransportgesetz ein unfrankierter Versand von Koffern nach dem Ausland unzulässig sei, und deshalb müssten sie mich ersuchen, ihnen den Betrag von Fr. 39. 65 (für Spedition, Versicherungsprämien für 1000 Fr. Mühevoll, Porto etc.) einzuzahlen, damit die Spedition keine Verzögerung erleide, denn eine solche müsste der Familie ungeheuer unangenehm sein.

Ein paar Stunden später erhielt ich von Paris aus einen vom Herrn unterzeichneten Brief — natürlich ohne eine genaue Adresse — in welchem mir das Pech mit den Koffern mitgeteilt wurde, dass sie grossen Wert auf die rechtzeitige Ankunft der Koffer setzen, denn sie enthalten wertvolle Sachen und Papiere.

Sie hätten deshalb telegraphisch eine sehr gute Londoner Firma, oben genannten L. Davel, beauftragt, die Nachsendung für sie direkt an mein Haus zu besorgen. Sie verdanken mir zum Voraus meine Mühe und allläufig entstehende Unkosten werden sie bei ihrer Ankunft reichlich zurückvergütet und an den Pensionspreis für ein Vierteljahr zum Voraus entrichten. (J)

Nun habe ich kein Geld, dafür aber folgende Karte an die erwähnte Firma gesandt: „In Beantwortung Ihres Schreibens vom 3. dies. teile Ihnen mit, dass die Ankunft der Familie Hardmann erst auf den 15. a. c. avisiert ist. Sie können deshalb die Koffer in aller Gemüthsruhe per gewöhnliches Gut absenden und werde ich für richtigen Empfang sorgen. Die Sachen können Sie ganz ruhig frankieren, da ja die Damen jedenfalls den bessern Ständen angehören und werden Sie nach Ankunft der Familie den ausgelegten Betrag für die angekommene Gegenstände sofort per Postanweisung erhalten. Ein Geschäft in ihrer Grösse wird ja schon des Renommee wegen und aus Geschäftsrück sicht gewiss diese Praxis schon von jener geübt haben.“

Diese Karte ist nun als unabsetzbar zurückgekommen, trotzdem grosse bedruckte Firmakarte Fakturen und Schreiben gezeigt haben, mit Filialen in allen grösseren Städten des britischen Reiches. Ob mit dem Geld das gleiche geschehen wäre, weiss ich nicht, aber vor sichtigerweise habe ich dasselbe eben nicht abgeschrieben.

Wenn ich nun mit diesen Zeilen weitere Kollegen vor Schaden bewahren kann, da jedenfalls der Versuch auch anderwärts gemacht wird und eine weitere Presse von diesem neuesten Schwindelversuch ebenfalls Notiz nimmt, so soll es mich freuen.

Dass natürlich weder die Familie noch die Koffern angekommen sind, werden Sie nach

der obigen Darstellung wohl selbst herausge funden haben. J. Sch.

Anmerk. d. Red. Wie der „Bund“ mittelt, ist im Berner Oberland ein Hotelbesitzer auf das nämliche Manöver hereingefallen. Der Tric ist übrigens nicht neu, er wurde schon letztes Jahr, leider mit ziemlichem Erfolg, in Scène gesetzt.

Hotelandgestellte und „moderne Arbeiterorganisationen“.

Der „Demokrat“, ein Hetzblättlein, das in Luzern erscheint, hat sich in seiner Nummer vom 15. Mai auch mit dem Fremdenverkehr beschäftigt und dabei viel Unsinn geschwätzt. Im betreffenden Artikel wird der Fremdenverkehr für die allgemeine Verteuern der Lebensmittel verantwortlich gemacht und dazu die Behauptung aufgestellt, irgend ein anderer Industriezweig mit Fabriken usw. hätte der Stadt volkswirtschaftlich bedeutend mehr Vorteile gebracht.

Mit Leuten solcher Geistesrichtung ist unmöglich zu diskutieren; deshalb hätten wir auch dem Artikel keine Beachtung geschenkt, wenn in denselben nicht allzu deutlich Zweck und Motive hervortreten würden. Endzweck desselben ist, die Hotelandgestellten aufzuweigeln und sie einzuladen, ihr Heil in einer sozialistischen Arbeiterorganisation mit Streikarrangements und 1. Mai-Festrednern zu suchen. Denn nach der Behauptung des „Demokrat“ verdienen die Hotelandgestellten viel zu wenig, kann genug, um nach beendeter Saison ihre zerrüttete Gesundheit in irgend einem Heim auf eigene Kosten wieder starken zu können.

Oftener hat aber das Liebeswerben kei nen Erfolg gehabt, denn der „Demokrat“ schliesst wie folgt:

„Ob es allen diesen Arbeitskräften, wie den anderen Saisonarbeiterinnen und Dienstboten überhaupt wohl auch einmal in den Sinn kommt, den Anschluss an eine moderne Arbeiterorganisation zu suchen, die einzig für sie einzutreten imstande wäre? Es geht ihnen noch zu gut. Wenn sie noch mehr gedrückt werden, dann vielleicht werden sie verständiger und erkennen, was ihnen not tut.“

Die „Union Helvetia“, welche spezielle Vorwürfe des „Demokrat“ gegen sie eintrifft und dabei feststellt, auch sie habe ein Anrecht für die Hotelandgestellten einzutreten, nicht nur der „Demokrat“, gibt den Schlüssel zu diesem pessimistischen Schlussurzer. Sie sagt:

„Als letztes Jahr der Redaktor des „Demokrat“ und luzernischer Arbeitersekretär seine Propaganda zur Gründung eines schweizerischen Portierfachvereins entfaltete, sahen wir stillschweigend zu, weil wir wussten, dass die Ähnlichkeit und Treue des schweizerischen Hotelpersonals zu unserer Organisation grösser und stärker ist, als unberufenes Liebeswerben. Kaum auf der Bildfläche erschienen, verschwanden der schweizerische Portierfachverein und die Portierzeitung denn auch schon wieder. Ein erster Versuch war misslingen, ein zweiter war misslingen und ein dritter wird nicht anders enden. Uns ist es einerlei, was schliesslich noch unternommen wird; denn einen An schluss an eine moderne Arbeiterorganisation suchen wir deswegen nicht.“

Anger, Neid und Zorn des „Demokrat“ sind nach dieser unzweideutigen Absage jedem verständlich.

Über das Wesen der Reklame.

Dieses aktuelle Thema ist in der letzten Zeit in unseren Kreisen noch aktueller geworden. Mit vollem Recht, denn es dürfte kaum eine zweite Frage geben, die für die Welt so viel bedeutet und über welche sich so viel schreiben lässt. Ihr Gebiet erstreckt sich über alle Länder und umfasst alle wirtschaftlichen, gesellschaftlichen wie künstlerischen Reiche. Reklame überall, es kommt nur darauf an, ob sie gut oder — noch besser gemacht wird! Und das ist nicht so einfach, denn sie ist trotz ihrer scheinbaren Unschönlichkeit bis zum Außersehen bereits erschöpft. Deshalb sucht sich die arme Menschheit ab, immer neue Trics zu ersinnen, neue überraschende Formen für den alten Gehalt; denn es ist längst erkannt worden, dass ohne diesen Behelf in der Welt einfach nichts ausrichten sei. Seit Barnums Zeiten geht ein ununterbrochener Wettkampf zwischen den geistvollsten und witzigsten Erfindern neuer Sensationen in Reklame; die besten Köpfe verschmähen es nicht, in diesem aufregenden Wettkampfe mitzuwirken.

Im Grunde genommen beruht jede gute, wirksame und gelungene Reklame nur auf einem Tric, auf dem Einfall, der die Menge überrascht oder stutzig macht. Man kann lieber Tausende und Abertausende Beispiele aufzählen; der Tric erweist sich immer schlagfertiger als die beste sachgemäss Anpreisung, die sehr oft, eben weil sie sachgemäss und vielleicht sogar selbstverständlich, als Reklame, Marktschreierei und dergleichen mehr angesehen wird. Man lässt sie im ersten Augenblick wenigstens un beachten — während man den Tric belächelt, anstaunt und sich von ihm verleiten lässt, der Reklame, die ihm innewohnt, zu folgen. Er hat nämlich von der sachgemässen und durchdachten, ehrlichen und geschäftsmässigen Reklame voraus, dass er auf den ersten Blick gar nicht wie Reklame aussieht; überdies ist er oft billiger, einfacher und leichter zu bewerkstelligen als die grosszügige Reklame, die freiheit auf der anderen Seite wieder vor dem Tric das längere Leben

Voraus hat. Die Wirkung des Trics ist nur eine augenblickliche, während zielbewusste und richtig durchgeföhrte Reklame früher oder später zum Ziele führen muss und in ihrer Kraft länger aushält. Hierher gehört vor allem Barnum's ewig-wahrs Wort von der Druckerschwärze.

Es würde zu weit führen, wollte man einzelne Reklametries besonders hervorheben; jeder Tag bietet neue Fälle. Viel interessanter dürfte es sein, den verschiedenartigen Umständen nachzuspuren, die zu solchen Trics Veranlassung geben. Und da zeigt es sich, dass dem unternehmungslustigen Kopfe nichts heilig ist, wenn es gilt, aus diesem oder jenem Vorkommnis eine kräftige Reklame herauszuschlagen. Ganz besonders wird diese Begabung den Amerikanern nachgerühmt — heißt doch diese Art Reklame kurzweg „amerikanisch“. Doch wahrlich, wir geben darin den Yankees nicht nach.

Irgend eine unberührte Sängerin oder Schauspielerin, die einen zu ihrem Einkommen in gar keinem Verhältnis stehenden Schmuck besitzt, hat das Glück, diesen Schmuck zu verlieren. Daraus wird nun eine Fundreklame geschmiedet, die die brave Kleine mit einem Schlag berühmt macht. Doch bald war das Mittel abgenutzt und man zögert stärker Mittel herbei. Eine Zeitlang war die Fruktifizierung von Familien-skandalen geradezu Mode in Reklamesachen.

Harmlose Einfälle sind unter allen Umständen wirkungsvoller. Wie trefflich und brillant war zum Beispiel seinerzeit die Reklame eines englischen Teehauses in China, das mit folgendem Einfall die Welt überrascht hatte! Es war um die Zeit, da eine China-Gesandtschaft sich auf den Weg nach Europa machte. Eines Tages erschien in den Zeitungen das amüsante Historien, auf dem Schiffe, das die Expedition benutzte, hielt sich ein Gentleman der Gesandtschaft zu nähern gewusst und sich das Vertrauen des obersten Mandarins erworben, dass er sich mit ihm in dessen chinesischer Muttersprache unterhielt. Im Laufe der Unterhaltung kam auch die Begrüßungsformel zur Sprache, deren sich die Gesandtschaft bei den europäischen Potentaten bedienen sollte, und da zeigte es sich, dass die Chinesen nicht die leiseste Ahnung von europäischen Zeremonien hatten. Der Gentleman half dem ab, indem er der Gesandtschaft eine englische Begrüßungsformel einstudierte, die diese nach einigen Tagen recht gut auswendig gelernt hatte, freilich ohne deren Sinn zu verstehen. Schliesslich zeigte es sich, dass die Chinesen in ihren Ansprüchen jedem Potentaten zum Schluss mittenliegen, er möge in Zukunft nur den Tee der Firma Thompson and Comp. trinken, denn dieses Hauses besitzt in China eigene Teekulturen und importiere die besten Blätter nach Europa.

Weniger harmlos war jener Strumpfhändler in London, der nach Palmers Tode eine Traueranzeige in die Blätter eindrückte, in der er dem Publikum folgendes mitteilte: „Der grosse Palmerston ist gestorben. Viel zu früh für unser Vaterland. Er ist einer Erkältung zum Opfer gefallen. Hätte er aber Wollstrümpfe meines Fabrikats getragen, er lebte gewiss noch in unserer Mitte.“ Hierher gehören auch die bekannten Trics der Champagnerfabrikanten, die ihre Marke in einem Löwenkopf trinken lassen, weil es irgendwelchen Waghalsen einfällt, solche Wetten abzuschliessen; hierher gehört auch der furchterliche Neger, der vor dem Gehken werden den Zuschauern in seiner letzten Mitteilung irgend ein Lebenselixir oder eine neue Stiefelwichse empfiehlt — hierher alle jene unglaublichen und ungeheurelichen Einfälle, die ebenso verückt wie burlesk sein mögen, die aber gewiss unter Umständen eine recht gute Reklame abgeben.

In all diesen Fällen und in den vielen Tausenden ähnlichen handelt es sich immer um gesuchte und absichtlich herbeigeführte Effekte, die prompt auf den in Anwendung gebrachten Trix reagieren sollen. Anders steht jedoch die Sache bei den unbewussten Reklametries, also bei jenen, die nicht künstlich herbeigeführt werden, sondern die sich aus verschiedenen Umständen erst ergeben. Ein klassisches Beispiel dieser Art passierte vor wenigen Jahren in den Luglobhöhlen in Steiermark. Einige Wiener Touristen waren im Innern derselben geblieben, während dass Wasser stieg und den Ausgang für einige Tage versperrte. Die natürliche und künstliche Erregung, die sich damals des Publikums bemächtigte, machte mit einem Schlag die Kavernen und das Gelände um dieselben weltberühmt. Wie dann die Gegend dem Fremdenverkehr geöffnet wurde, hat kein geringerer als Rosegger in einem guten Romane erzählt.

Ein anderes Beispiel dieser Art ist die kürzlich passierte Geschichte mit dem „gebissenen Faun“, dem Bildwerk des vielmässigen Künstlers Lambeaux. Er hatte eine Gruppe ausgehauen, die einen Faun darstellte, der von einer Nymphe, gegen die er sich gewisse Freiheiten erlaubt hatte, ins Ohr gebissen. Das Kunstwerk ist ziemlich vulgär, wurde aber trotzdem im Lütziger Ausstellungspark aufgestellt. Es dauerte aber nicht lange, da musste es auf Betreiben eines „schamhaften Journalisten“ entfernt und dem Bildhauer zurückgestellt werden. Das Finale des Skandals ist, dass der Gemeinderat von Lütziz den Werk ankaufte und es auf einen freien Platz der Stadt aufstellen lässt. So wurde ein Werk zweiten Ranges, das man sonst kaum beachtet hätte, berühmt. Das alltägliche Leben weckt solche Kommissse, in Hütle und Fülle.

Wenn man näher zusieht, findet man, dass oft einzelne Städte ihre besondere Reklame haben. Dies ist übrigens auch sehr notwendig, nur darf man nicht gleich alle Sehenswürdigkeiten und Besonderheiten der betreffenden Stadt auch schon als Reklame ansehen. Es handelt sich vielmehr um Festanlässe, die im Laufe der Zeit Reklame wurden. Montreux zum Beispiel, das an einem der schönsten Seen der Welt liegt, hat das Narzissenfest, Vivis, das Winzerfest

und Orleans ist in der letzten Zeit durch das Fest der Jungfrau von Orleans noch berühmter geworden. Salzburg begnügt sich nicht, die hübsche Vaterstadt Mozarts zu sein; es hat die Fremden noch den Trix mit dem Glockenspiel und dem Hornsignal von der Festung. Johann Strauss hat einmal ein Kunstwerk geschaffen, den Walzer „An der schönen blauen Donau“ — heute ist dieses Kunstwerk unbeschadet seiner Bedeutung, ein Reklametric für Wien. Die Stadt Godwin wird gegenwärtig bekannt wegen dem Wettstreit um die Hauptrolle im Festzug zu Ehren der Lady Godiva. Diese soll der Sage nach auf den Vorschlag eingegangen sein, im Evakostüm auf einem weißen Pferde zu Wohltätigkeitszwecken durch die alte Stadt Coventry zu reiten. Bei der Wiederholung dieses Rites soll ein fleischfarbiger Trikot zur Verwendung gelangen: wenn aber die Rolle der Gräfin wieder wird, darüber regt man sich in ganz England auf, und dieser Streit ist natürlich die beste Reklame für die Stadt und ihren Festzug.

→ ←

Verwerfliche Praxis.

Die Direktion des Bristol-Hotel in Wien ist bekanntlich unter die Verleger gegangen und publiziert eine sporadisch erscheinende Zeitschrift, „Temporary Bristol illustrated“, um für sich eine Gratiseklame auf Kosten der anderen Hotels zu machen. Denn als etwas besseres können wir die Sache nicht betrachten, wenn man das Zirkular liest, in welchem die Bristol-Direktion zur Erteilung von Inseraten aufträngt. Sie erklärt dort, sie bringe in einem Anhange die Liste jener Hotels, die mit ihr in Korrespondenz stehen. Nun weiss aber jedermann, dass diese Korrespondenz eine gegenseitige Leistung ist; während die ausser Wien liegenden Hotels vom Bristol Gäste erhalten, revanchieren sie sich, indem sie ihre nach Wien verreisenden Kunden ebenfalls dem Bristol zuweisen. Während aber letzteres keine Verpflichtung hat, sollen sich die korrespondierenden Hotels noch einer Bezahlung für Publizierung und für Reklame im „Temporary Bristol illustrated“ bequemen.

Stark zu rügen — denn es erinnert unangenehm an verschiedene Trics veröster Annonceagenturen — ist die Abfassung des Inseratenbestellscheins. Es wird da von der „unstisistbaren Einschaltung des Inserates im „Temporary Bristol illustrated““ gesprochen und da der Preis einer 1/4 Seite bereits 100 Kronen beträgt, so lange der Besteller schlüssig in der Pfanne, wenn der Erfolg seinen Erwartungen nicht entsprechen würde und er doch den laufenden Auftrag nicht abstellen könnte.

Das ganze Geschäft gefällt uns nicht und einem jeden wird's bei sorgfältiger Prüfung gleich ergehen. Bristol Hotel könnte darauf verzichten, sich aus der Haut der Kollegen Riemer zu schneiden; zu seinem Fortbestehen dürfte es dieses Geld kaum nötig haben. Das Beispiel des Herrn Seiler, Präsident des österr. Gremiums und Verleger des von uns schon oft kritisierten Hotel-Adressbuches, scheint aber ansteckend zu wirken.

Kleine Chronik.

Zürich. Hotel und Pension Uetliberg hat einen elektrischen Fahrstuhl erstellen lassen.

Adelboden. Herr E. Brechbühl, früher Direktor des Hotel Bären in Sigristwil, hat das Hotel Victoria in hier käuflich erworen.

Emmental. Das zirka 2 Stunden von Signau entfernte Wildensee-Bad ist in der Nacht vom 24. Mai vollständig niedergebrannt.

St. Beatenberg. Das Hotel Bellevue in hier ist auf die Saison hin gründlich renoviert und mit Badeeinrichtungen, Zentralheizung, Vestibul usw. versehen worden.

Société des Hôtels National et Cygne, Montreux. Die ausserordentliche Generalsversammlung beschloss die Erhöhung des Aktienkapitals um 500.000 Fr. und die Aufnahme einer Obligationen-Anleihe im Betrage von 1 Million.

Montreux. Die Mittelteil der „Wochenschrift“, das Grand Hotel „Le Pont“ sei für Fr. 800.000 verkauft worden, stimmt nicht, denn wie das „Hotels-Office“ in Genf berichtet, sind die bezüglichen Schrifte noch nicht abgeschlossen.

Zur Lebensmittelverteuerung. Der Verein der Pensionsbesitzer in Genf hat beschlossen, die Pensionspreise vom 1. Juli d. J. um 10%, zu erhöhen. Als „würdiges“ Pendant zu diesem mehr als berechtigten Beschluss zitieren wir ein Inserat aus der „Basler Nat.-Ztg.“: „Billiger Luftkurort Tschudiwiese, Flums, 1800 m. ü. M. Neuerbau, in sonniger, windgeschützter Lage. Pensionspreis Fr. 2.—50.“ Rechnet der gute Mann darauf, seine Gäste mit Alpenfrüchten speisen zu können?

Bayern. Ein Projekt von grossem Interesse für das bayrische Gebirge liegt im Entwurf vor. Man plant in Schliersee den Bau eines erstklassigen Hotels im Schweizer Stil, das durch seine Einrichtung und durch die Art seines Betriebes geeignet sein soll, ein internationales Publikum mehr in das bayrische Gebirge zu ziehen, als es bis jetzt der Fall war. Geplant sind 350 Zimmer mit 600 Betten, grossen Veranden, Terrassen und Balkons. Ein grosses Saalsalon, Spielzimmer, ein grieches Vestibul, alles ihm den Charakter eines grossen Hotels und behaglichen Aufenthalt an den Abenden und bei schlechtem Wetter sicher. Turn- und Fechtstalle, Trockenräume sind in Souterrain untergebracht. Neben dem Hotel ist ein einfacheres Touristenhaus mit 80 Zimmern und 120 Betten geplant, daneben reichliche Stallungen für Fuhrwerk und Autogaragen.

Gesang und Reklame. Der Wiener Männergesangsverein befindet sich gegenwärtig auf einer Amerikareise. Mit seinen Liedertexten zusammengeführt wird auf Veranlassung des Landesverbandes für Fremdenverkehr Niederösterreich eine Propagandaschrift ausgegeben, die das Publikum für die Schönheiten Österreichs begeistern soll. Diese illustrierte Broschüre ist in deutscher und englischer Sprache eine Reihe von Bildern aus den interessantesten Teilen Österreichs erläutert, werden

bei den grossen Konzerten des Männer-Gesangsvereins in Amerika zur Verteilung gelangen. Ausserdem nimmt der Verein Propagandaschriften der Staatsbahnen und der Südbahn mit über den Ozean, um diese Broschüren bei Gelegenheit unter die Amerikaner zu bringen.

Heimatschutz. Eine sehr begrüssenswerte Publikation, die andern Gemeinden zur Nachahmung zu empfehlen ist, hat der Gemeinderat von Grindelwald verlassen. Sie lautet:

„An die Talteute von Grindelwald! Heimatschutz.

Auch hier oben haben die Schokoladefabriken und andere Geschäfte ihre gräffelbaren Reklametafeln an allen Ecken und Enden in auffälliger Weise anschlagen lassen, sodass die herlichen Naturschönheiten unseres Tales sowohl den Besuchern als uns Einheimischen verehrt werden. Fort mit dieser „Blechpest“ von den Häusern, Scheuren und Alphütten, von den Felsen, Bäumen und Stangen! Fort mit den hässlichen Tafeln, lieber heute als morgen! Fort mit ihnen, sobald die Verträge abgelaufen sind! Und bietet Euch die Alphütten auf neuen Eismal und nie wieder! Fort, wir tun es unsern Heimatmännle nie mehr zu leid: Geht mit eurem Geld und euren Affischen!

Laut Beschluss der Gemeindeversammlung vom 6. Mai 1907. Der Gemeinderat.“

Heimatschutz in Amerika. Aus New-York kommt folgende Karte: In der gesetzesthebenden Körperstaat des Staates New-York ist jüngst ein „Artenschutzgesetz“ verabschiedet, das vorzüglich die schönen und sündelfeindliche Reklame durch Besteuerung zu bekämpfen. Danach sollen alle Reklameschilder und Anschläge mit 8 bis 12 Centen (40 bis 60 Rp.) pro Quadratfuß besteuert werden. Für Reklame-Aufschriften an Felsen und Bäumen soll ein Mindestsatz von fünf Dollars bezahlt werden. Es wäre sehr erfreulich, wenn dadurch derartige Reklameauswüchse erschwert würden, denn manche schöne Landschaft wird dadurch beeinträchtigt; man kann hierzulande kaum auf irgend einer der grossen Eisenbahnstrecken einen schönen Aussichtspunkt finden, der nicht durch eine Reihe von Plakaten und Werbung bestimmt ist und die X-Uhlen sind die besten sind und die So- und Su- und Utibrettfisch ist. Die Municipal Art Society in New-York tut ihr möglichstes, den Antrag zum Gesetze zu machen; hoffentlich überwindet sie den Widerstand derselben, die aus materiellen Rücksichten den Antrag beklippten. Wenn die Steuer in Kraft tritt, dann kann vielleicht die Schweiz, für die diese Anlegesonne von besonderer Wichtigkeit ist, aus den amerikanischen Erfahrungen Nutzen ziehen.

Montreux. Das Narzissenfest, welches am 25. und 26. Mai in Rouvenazgarten am See stattfindet, wird um schönen Wetter beginnen und lockte eine solche Menschenmenge herbei, dass an beiden Tagen die 3500 Personen fassenden Zuschauertribünen voll besetzt waren. Das hübsche kleine Festspiel, das die Narzisse des gleichnamigen Epochenjahrzehnts in die Blüte gebracht, Namenstagsfeier, zeichnete sich durch farbenprächtige Ballette aus (ausgeführt von 200 Kindern von Montreux), zu welchen der Komponist Rousseau aus Paris eine leichtbeschwingte, einschmeichelnde Musik geschrieben hatte. Als Solisten wirkten die Damen Troyon-Lausanne, Debogy-Genf und Cortez-Paris mit, welche einen schönen Erfolg ersangen. An beiden Aufführungen mussten die meisten Ballette und Arien wiederholt werden. Jeweils nach Schluss des Auftritts einer fand eine lebhafte Blumenwiese statt, der sich ein Auto und Wagen nach dem Stadtanschauen. Unter den Wagen befanden sich wahre Wunder an Blumenpracht und Geschmack, besonders viel bewundert wurde die Wagen der Hoteliers von Montreux, ein Amselnest in rosaroten Busch stand darstellte. Wir notieren einige Preisträger: Herrschaftswagen, 1. Preis: Hr. Ragusin, Montreux; 2. Preis: Hr. Bossi, Territet; 3. Preis: Hr. Freis, Montreux; Koffekitwagen, 1. Preis: Hotelierverein Montreux und Umgebung.

Heimatschutz in Wallis. Der Grosse Rat hat am 27. Mai das Gesetz betraut, das Reklamewesen in endgültiger Lesung angenommen. Sein Inkrafttreten wird der Staatsrat bestimmen. Von diesem Zeitpunkt an ist für jedes Plakat ein Stempelgebühr von 5 Fr. per Jahr und per Quadratmeter oder dessen Bruchteile zu entrichten. Das Gesetz betrachtet als Plakate jegliche Anschlagtafeln und Anhänger, Aufschriften, ob Druck oder Handschrift, ob auf Papier, Leinwand, Holz, Glas, Metall, Stein oder Fels, gemalt oder graviert, die als Spekulation oder im Privatinteresse zur Schau des Publikums ausgestellt werden. Plakate gegen die Sitte und Ordnung sind untersagt, ebenso diejenigen, die das Landschaftsbild zu widerlaufen, ebenso diejenigen, die der Ästhetik zu widersetzen, ebenso diejenigen, die das Landschaftsbild verunstalten, und zwar unter Androhung einer Geldsumme von 200—200 Fr. Das Anbringen von Plakaten ohne vorherige Genehmigung ist verboten. Das Gesetz bestimmt, dass die Gebühren der Beseitigung der Reklame, die nach Ablauf von 30 Tagen nach Inkrafttreten des Gesetzes anwendbar. Das Reklamewesen oder Unwesen wäre somit einmal geregelt und den daherigen Missbräuchen gesteuert und gleichzeitig ist der Staatskasse eine neue, wenn auch bescheidene Einnahme geschaffen.

Zum Schutz der Alpenflora. erlässt eine Schweizerische Delegiertenkonferenz einen dringenden Aufruf an die Naturfreunde, indem sie darauf hinweist, dass die wunderbare Alpenflora im Menschen ihren gefährlichsten Feind habe. Alpenkennen heisst in diesem Aufruf, an schlagernden Beispielen weiterlehrbar nach, dass an viel begangenen Bergpassagen die Alpenpflanze durch menschliche Handlung, wenn nicht völlig ausgerottet, so doch stark verhindert wird. Auf gegenwärtig gebrachte Tatsachen sind die neuen Vorschriften nach Ablauf von 30 Tagen nach Inkrafttreten des Gesetzes anwendbar. Das Reklamewesen oder Unwesen wäre somit einmal geregelt und den daherigen Missbräuchen gesteuert und gleichzeitig ist der Staatskasse eine neue, wenn auch bescheidene Einnahme geschaffen.

Zum Schutz der Alpenflora. erlässt eine Schweizerische Delegiertenkonferenz einen dringenden Aufruf an die Naturfreunde, indem sie darauf hinweist, dass die wunderbare Alpenflora im Menschen ihren gefährlichsten Feind habe. Alpenkennen heisst in diesem Aufruf, an schlagernden Beispielen weiterlehrbar nach, dass an viel begangenen Bergpassagen die Alpenpflanze durch menschliche Handlung, wenn nicht völlig ausgerottet, so doch stark verhindert wird. Auf gegenwärtig gebrachte Tatsachen sind die neuen Vorschriften nach Ablauf von 30 Tagen nach Inkrafttreten des Gesetzes anwendbar. Das Reklamewesen oder Unwesen wäre somit einmal geregelt und den daherigen Missbräuchen gesteuert und gleichzeitig ist der Staatskasse eine neue, wenn auch bescheidene Einnahme geschaffen.

Zur Lebensmittelverteuerung. Der Verein der Pensionsbesitzer in Genf hat beschlossen, die Pensionspreise vom 1. Juli d. J. um 10%, zu erhöhen. Als „würdiges“ Pendant zu diesem mehr als berechtigten Beschluss zitieren wir ein Inserat aus der „Basler Nat.-Ztg.“: „Billiger Luftkurort Tschudiwiese, Flums, 1800 m. ü. M. Neuerbau, in sonniger, windgeschützter Lage. Pensionspreis Fr. 2.—50.“ Rechnet der gute Mann darauf, seine Gäste mit Alpenfrüchten speisen zu können?

Bayern. Ein Projekt von grossem Interesse für das bayrische Gebirge liegt im Entwurf vor. Man plant in Schliersee den Bau eines erstklassigen Hotels im Schweizer Stil, das durch seine Einrichtung und durch die Art seines Betriebes geeignet sein soll, ein internationales Publikum mehr in das bayrische Gebirge zu ziehen, als es bis jetzt der Fall war. Geplant sind 350 Zimmer mit 600 Betten, grossen Veranden, Terrassen und Balkons. Ein grosses Saalsalon, Spielzimmer, ein grieches Vestibul, alles ihm den Charakter eines grossen Hotels und behaglichen Aufenthalt an den Abenden und bei schlechtem Wetter sicher. Turn- und Fechtstalle, Trockenräume sind in Souterrain untergebracht. Neben dem Hotel ist ein einfacheres Touristenhaus mit 80 Zimmern und 120 Betten geplant, daneben reichliche Stallungen für Fuhrwerk und Autogaragen.

Gesang und Reklame. Der Wiener Männergesangsverein befindet sich gegenwärtig auf einer Amerikareise. Mit seinen Liedertexten zusammengeführt wird auf Veranlassung des Landesverbandes für Fremdenverkehr Niederösterreich eine Propagandaschrift ausgegeben, die das Publikum für die Schönheiten Österreichs begeistern soll. Diese illustrierte Broschüre ist in deutscher und englischer Sprache eine Reihe von Bildern aus den interessantesten Teilen Österreichs erläutert, werden

halbdutzendweise, also oft zu Hunderten von Personen einfinden, so kann leicht berechnet werden, dass es keine Uebertreibung ist, wenn man von ganzen Wagenladungen von Alpenblumen spricht, die der nutzlossten Vernichtung anheimfallen. An die Lehrer und dieziehen die Alpenblumenanstalt und insbesondere auch die Sektionen der Schweiz-Alpenclub, den dringenden Appell, von ihrer Seite das möglichste zu Schutz und Schonung der Alpenblumen beizutragen, indem sie in ihren Kreisen im prophylaktischen Sinne auf die Gefahren dieser gängigen und gäbe gewordenen Plünderungen der Alpen hinweisen.

Saison-Eröffnungen.

Ormonds: Hôtel des Diablerets, 1^{er} juin.

St. Beatenberg: Hotel Bellevue, 3. Juni.

St. Moritz-Bad: Hotel du Lac, 25. Mai. Neues Stahlbad, 3. Juni.

St. Moritz-Dorf: Hotel Belvedere, 1. Juni.

Schuls-Tarasp: Hotel Engadinerhof, 31. Mai.

Wengen: Hotel Victoria, 1. Juni. Hotel Stern und Beau-Site, 3. Juni.

Zürich: Hotel-Pension Uetliberg, 25. Mai.

Fluelapass: 30. Mai (für Wagenverkehr).

Fremdenfrequenz.

Lausanne. En séjour dans les hôtels de 1^{er} et 2^{er} rang de Lausanne-Ouchy du 2 au 8 mai; Angleterre 1055, Allomagne 988, France 964, Suisse 932, Russie 553, Amérique 819, Italie 97. Divers 468. — Total 5556. — Du 9 au 15 mai; France 1315, Angleterre 1033, Suisse 783, Allemagne 724, Russie 568, Amérique 277, Italie 149. Divers 365. — Total 5244.

Davos. Armt. Fremdenstatistik. 11. bis 17. Mai: Deutsche 78, Engländer 148, Schweizer 277, Franzosen 66, Holländer 67, Belgier 13, Russen und Polen 176, Österreicher und Ungarn 87, Portugiesen, Spanier, Italiener, Griechen 94, Dänen, Schweden, Norweger 25, Amerikaner 34, Angehörige anderer Nationalitäten 22. Total 1792. — 18. bis 24. Mai: Deutsche 697, Engländer 129, Schweizer 288, Franzosen 59, Holländer 60, Belgier 9, Russen und Polen 168, Österreicher und Ungarn 83, Portugiesen, Spanier, Italiener, Griechen 88, Dänen, Schweden, Norweger 19, Amerikaner 34, Angehörige anderer Nationalitäten 20. Total 1594.

handelsregister.

29. Mai. Unter der Firma Boss' Grands Hôtels Bär & Adler Palace, A.-G. Grindelwald hat sich eine Aktiengesellschaft mit Sitz in Grindelwald gegründet. Diese Gesellschaft hat zum Zwecke: a) Die Erwerbung der Hotelbesitzungen in Grindelwald; b) den Wiederaufbau des Hotels Adler und c) den Betrieb dieser Hotels auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeitigen Eigentumsverhältnisse ausgestellt. Der Betrieb der Hotels wird auf eigene Rechnung oder durch Verpachtung. Die Gesellschaft kann ausser diesen Hotels andere Hotelgesellschaften oder sonstige Liegenschaften kaufen oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftenstatistiken wurden von der derzeit