Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels

Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein

Band: 16 (1907)

Heft: 22

Rubrik: Briefkasten

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: 01.12.2025

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

Voraus hat. Die Wirkung des Trics ist nur eine augenblickliche, während zielbewusste und richtig durchgeführte Reklame früher oder später zum Ziele führen muss und in ihrer Kraft läuger aushält. Hierher gehört vor allem Barnums ewig wahres Wort von der Druckerschwärze.

Es würde zu weit führen, wollte man einzelne Reklametrics besonders hervorheben; jeder Tag bietet neue Fälle. Viel interessanter dürftes sein, den verschiedentlichen Umständen nachzuspüren, 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 kräftig Reklame herauszuschlagen. Ganz besonders wird diese Begabung den Amerikanern nachgeruhmt — heisst doch diese Art Reklame kurzweg "amerikanisch". Doch währlich, wir geben darin den Yankees nicht nach.
Irgend eine unberühmte Sängerin oder Schauspielerin, die einen zu ihrem Einkommen in gar

Irgend eine unberühmte Sängerin oder Schauspielerin, die einen zu ihrem Einkommen in gar keinem Verhältnis stehenden Schnuck besitzt, hat das Glück, diesen Schmuck zu verlieren. Deraus wird nun eine Fundreklame geschmiedet, die die brave Kleine mit einem Schlag berühmt macht. Doch bald war das Mittel abgenutzt und man zog stärkere Mittel herbei. Eine zeitlang war die Fruktiftzierung von Familienskandalen geradezu Mode in Reklamesachen. Harmlose Einfalle sind unter allen Umständen wirkungsvoller. Wie trefflich und brillant war zum Beispiel seinerzeit die Reklame eines englischen Techauses 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 Histörchen.

die Zeit. da eine China-Gesandtschaft sich auf den Weg nach Europa machte. Eines Tages erschien in den Zeitungen das amüsante Histörchen, auf dem Schifte, das die Expedition benutzte, hätte sich ein Gentleman der Gesandtschaft zu nähern gewusst und sich das Vertrauen des obersten Mandarins dadurch 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 europäischem Zeremoniell hatten. Der Gentleman half dem ab, indem er der Gesandtschaft eine nuglische 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 Ansprachen-jedem Potentaten um Schlusse mittellien, er möge in Zukunft nur den Tee der Firma Thompson und Comptrinken, denn dieses Haus besitze in China eigen Teekulturen und importiere die besten Blätter nech Europa. Teekulturen und importiere die besten Blätter

Teekulturen und importiere die besten Blätter nach Europa.
Weniger harmlos war jener Strumpfhändler in London, der nach Palmerstons Tode eine Traueranzeige in die Blätter einrückte, 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 geltragen, er lebte gewiss noch in unserer Mitte." Hierher gehören auch die ihre Marke in einem Löwenkäfig trinken lassen, weil es irgendeinem Wagehals einfällt, solche Wetten abzuschliessen; hierher gehört auch der fürchterliche Neger, der vor dem Gehenktwerden den Zuschauern in seiner letzten Mittellung den Zuschauern in seiner letzten Mitteilung irgend ein Lebenselixir oder eine neue Stiefelwichse empfiehlt, — hierher alle jene unglaublieben und ungeheuerlichen Einfälle, die ebenso ver-rückt wie burlesk sein mögen, die aber gewiss unter Umständen eine recht gute Reklame abgeben.

geben.

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 Tric reagieren sollen. Anders steht jedoch die Sache bei den unbewussten Reklametrics, 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 Luglochhöhlen in Steiermark. Einige Wiener Touristen waren im Innern derselben geblieben. Touristen waren im Innern derselben geblieben, während des Wasser stieg und den Ausgang für einige Tage versperrte. Die nätürliche und künstliche Erregung, die sich damals des Publikums bemächtigte, machte mit einem Schlage die Kavernen und das Gelände um dieselben weltberühmt. Wie dann die Gegend dem Fremdenverkehr geöffnet wurde hat kein geringeren denverkehr geöffnet wurde, hat kein geringerei

denverkehr 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 vlämischen Künstlers Lambeaux. Er hatte eine Gruppe ausgehauen, die einen Faun darstellt, der von einer Nymphe, gegen die er sich gewisse Freiheiten erlaubt hatte, in Ohr gebissen. Das Kunstwerk ist ziemlich vulgär, wurde aber trozdem im Lütlicher Ausstellungspark aufgestellt. Es dauerte aber nicht lange, da musste es auf Betreiben eines "schamhaften Journalisten" entfernt und dem Bildhauer zurückgestellt werden. Das Finale se Skandals ist, dass der Gemeinderat von Lüttich das Werk ankaufte und es auf einen freien Platz der Stadt aufstellen lässt. So wurde ein Werk zweiten Ranges, das man sonst kaum ein Werk zweiten Ranges, das man sonst kaum beachtet hätte, berühmt. Das alltägliche Leben bietet solche Vorkommnisse in Hülle und Fülle.

bietet solche Vorkomminisse in Hulle und Fulle. 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 Schenswürdigkeiten und Besonderheiten der betreffenden Studt auch sehon als Reklame ansehen. Es handelt sich vielmehr um Festanlässe, die im Laufe der Zeit Reklame wurden Wontrenz zum Reisniel. sich vielmehr um Festanlässe, die im Laule 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 für die Fremden noch den Tric mit dem Glockenspiel und dem Hornsignal von der Festung-Johann Strauss hat einmal ein Kunstwerk geschaften, den Walzer "An der schönen blauen Donau" — heute ist dieses Kunstwerk, unbeschadet seiner Bedeutung, ein Reklametrie für Wien. Die Stadt Godwin wird gegenwärtig bekannt wegen dem Wettstreit um die Hauptrolle in dem Festzug zu Ehren der Lady Godiva. Diese soll der Sage nach auf den Vorschlagingegangen sein, im Evakostüm auf einem weissen Pferde zu Wohltätigkeitszwecken durch die alte Stadt Coventry zu reiten. Bei der Wiederholung dieses Rittes, soll ein fleischlarbiger Trikot zur Verwendung gelangen: wem aber die Rolle der Gräffin zufallen wird, darüber regt man sich in ganz England auf, und dieser Strati ein sutfellen die beste Reklume für die regt man sich in ganz England auf, und dieser Streit ist natürlich die beste Reklame für die Stadt und ihren Festzug.

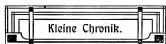
Uerwerfliche Praxis.

Die Direktion des Bristol-Hotel in Wienist bekanntlich unter die Verleger gegangen
und publiziert eine sporadisch erscheinende
Zeitschrift "Temporary Bristol illustrated", um
für sich eine Gratisreklame auf Kosten der
andern Hotels zu machen. Denn als elwas
besseres können wir die Sache nicht betrachten,
wenn man das Zirkular liest, in welchem die
Bristol-Direktion zur Erteilung von Inseratenaufträgen ersucht. 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 zu einer Bezahlung für
Publizierung und für Reklame im "Temporary
Bristol illustrated" bequemen.

Stark zu rügen — denn es erinnert unangenehm an verschiedene Trics veröser Annoncenagenturen — ist die Abfassung des Inseratenbestellscheins. Es wird da von der "unsistier-

genehm an verschiedene Trics veroser Annoncen-agenturen – ist die Abfassung des Inseraten-bestellscheins. Es wird da von der "unsistier-baren Einschaltung des Inserates im "Temporary Bristol illustated" gesprochen und da der Preis einer 1/"Seite bereits 100 Kronen beträgt, so läge der Besteller schlimm in der Pfanne, wenn der Erfolg seinen Erwartungen nicht entsprechen würde und er doch den laufenden Auftrag nicht abbestellen könnte.

abbestellen 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 Riemen
zu schneiden; zu seinem Fortbestehen dürfte
es dieses Geld kaum nötig haben. Das Beispiel
des Herrn Seiler, Präsident des österr. Gremiuns
und Verleger des von uns schon oft kritisierten
Hotel-Adressbuches, scheint aber ansteckend
zu wirken. zu wirken.



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

Adelboden. Herr E. Brechtbühl, früher Direktor des Hotel Bären in Sigriswil, hat das Hotel Victoria in hier käuflich erworben.

Emmental. Das zirka 2 Stunden von Signau entfernte Wildenei-Bad ist in der Nacht vom 23. auf den 24. Mai vollständig niedergebrannt.

St. Beatenberg. Das Hotel Bellevue in hier ist auf die Saison hin gründlich renoviert und mit Bade-einrichtungen, Zentralheizung, Vestibul usw. ver-sehen worden.

Société des Hôtels National et Cygne, Mon-treux. Die ausserordentliche Generalversammlung beschloss die Erhöhung des Aktienkapitals um 500,000 Fr. und die Aufnahme einer Obligationen-Anleihe im Betrage von 1 Million.

Montreux. Die Mitteilung der "Wochenschrift", das Grand Hötel "Le Pont" sei für Fr. 800,000 ver-kauft worden, stimmt nicht, denn wie das "Hotels-office" in Gerh berichtigt, sind die bezüglichen Schritte noch nicht abgeschlossen.

noon nont aggesoniossen.

Zur Lebensmittelverteuerung. Der Verein der Pensionsbesitzer in Genf hat beschlessen, die Pensionspreis vom 1 Juli d. J. au um 10%, zu erhöhen. Als "würdiges" Pendant zu diesem mehr als berechtigten Beschluss zitzeren wir ein Inserat aus der Basler Nat.-Ztg.": Billiger Luftkurort Tschudiwiese, Flums, 1800 m. d. M. Neuerbaut, in sonniger, wind-geschittster Lage. Pensionspreis Fr. 2—2. 50." Rechnet der gute Mann darauf, seine Gäste mit Alpenluft speisen zu können?

luft speisen zu können?

Bayern. Ein Projekt von grossem Interesse für das bayerische 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 bayerische Gebirge zu ziehen, als es bis jetzt der Fall war. Geplant sind 250 Zimmer mit 300 Betten, grossen Veranden, Terrassen und Balkons. Damensalons, Rauchsalons. Spielzimmer, ein grosses Vestibul sollen ihm den Charakter eines grossen Hotels und behaglichen Aufenhalt an den Abenden und bei schlechtem Wetter sichern. Turn- und Fechtsäle, Trockenräume sind im 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 Männergesangverein besindet sich gegenwärtig auf einer
Amerikareise. Mit seine Begenwärtig auf einer
Amerikareise. Mit seine Begenwärtig auf einer
Amerikareise. Mit seine Begenwärtig auf einer
Keiter der Stellen der Stellen der Stellen der
gebestet wird auf Verantassung des Lades und Fropagandaschrift ausgegeben, die Arbeitung für die
Schönheiten Oesterreichs begeistern soll. Diese illustrierten Broschüren, welche in deutscher und englischer Sprache eine Reihe von Bildern aus den interessantesten Teilen Oesterreichs erläutern, werden

bei den grossen Konzerten des Männer-Gesangvereins in Amerika zur Verteilung gelangen. Ausserdem nimmt der Verein Propagandaschriften der Staats-bahnen und der Südbahn mit über den Özean, um diese Broschüren bei Gelegenheit unter die Ameri-kaner zu bringen.

Heimatschutz. Eine sehr begrüssenswerte Publi-kation, die andern Gemeinden zur Nachahmung zu empfehlen ist, hat der Gemeinderat von Grindelwald erlassen. Sie lautet:

"An die Talleute von Grindelwald! Heimatschutz.

Auch hier oben haben die Schokoladefabriken und andere Geschäfte ihre greillarbigen Reklametafeln an allen Ecken und Enden in aufdringlicher Weise anschägen lassen, sodass die herrlichen Naturschönheiten unseres Tales sowohl den Besuchern als uns Einheimischen verekelt werden. Fort mit dieser "Blechpest" von den Häusern, Scheuern und Alphetten, von den Felsen, Bäumen und Stangen! Fort mit den hässlichen Tafeln, lieber heute als morgen! Fort mit hen, sobald die Verträge abgelaufen sind! Und bieten Euch die Afflichenagenten aufs neue Geld — schlagt es aus! Erklärt ihnen deutlich und fest: Elumal und nie wieder! Fort, wir tun es unsern schönen Heinmattale nie mehr zu leid. Geht mit eurem Geld und euren Afflohen!

Laut Beschluss der Gemeindeversammlung von 6. Mai 1907. Der Gemeinderst."

gelegenbeit von besonderer Wichtigkeit ist, aus den amerikanischen Erfahrungen Nutzen ziehen.

Montreux. Das Narzissenfest, welches am 26. und 26. Mai im Rouvenazgarten am See stattfand, war vom sehönsten Wetter begünstigt und lockte eine solche Menschenmenge herbei, dass an beiden Tagen die 3600 Personne fassenden Zuschauertribünen voll besetzt waren. Das hübsche kleine Festspiel, die Metamorphose des priechischen Epheben Narzissus in die Blume gleichen Namens danstellend, zeichnete sieh durch farbenprichtige Ballette aus (ausgeführt von 200 Kindern von Montreux), zu eichnetes sieh durch farbenprichtige Ballette aus (ausgeführt von 200 Kindern von Montreux), zu eichnete sieh durch neuen den den den den der eichtbesochwingte, eine meiobende Musik geschrieben hatte. Als Solisten wirkten die Damen Troyon-Lausanne, Debogy-Genf und Cortez-Paris mit, welche sich einen sehönen Erfolg ersangen. An beiden Aufrichtung fand ein lebhafte Blumenschhacht statt, der sich ein Automobil- und Wagenkorso durch die Stadt ansehloss. Unter den Wagen befanden sich wahre wiel bewundert wurde der Wagen der Hoteliers von Montreux, ein Amselnest in rosenrotem Busch darstellend. Wir notieren einige Preistriger: Herrschaftswagen, 1. Preis: Hr. Ragussin, Montreux; 2. Preistellend. Wir notieren einige Preistriger: Herrschaftswagen, 1. Preis: Hr. Rossi, Fories, Montreux; Kollektiwagen, 1. Preis: Hotelierverein Montreux und Umgebung.

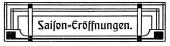
Kollektirwagen, 1. Preis: Hotelierverein Montreux und Umgebung.

Heimatschutz im Wallis. Der Grosse Rat hat am 27. Mai das Gesetz bett. das Reklamewesen in endgülüger Lesung angenommen. Sein Inkraftreten wird der Staatsrat bestimmen. Von diesem Zeitnuck an ist für jedes Plakat eine Stempelgebührvon 5 Fr. per Jahr und per Quadratmeter oder dessen Fruchteil zu entrichten. Das Gesetz betrachtet als Plakate: jegliche Anschlagzettel und Aushängetafel, Außschrift, ob Druck oder Handschriften, ob auf Papiel Leinard. Hot. Glas Mackel Steinberger und Außenfrik. Ob Druck oder Handschriften, ob auf Papiel Leinard. Hot. Glas Mackel Steinberger und Papiel Leinard. Hot. Glas Mackel Steinberger einer Frivatinteresse zur Schun des Publikums ausgestellt werden. Plakate gegen die Sitten und Ordeung sind untersagt, sehnes diejenigen, die der Aesthetik zuwiderlaufen oder das Landschaftsbild veruustalten, und zwar unter Androhung einer Geldbusse von 90-200 Fr. Das Anbringen von Plakaten ohne vorerrige Bezahlung der bezüglichen Stempelgebühr ist, unbeschadet dieser Gebühr und der Beseitigung der Tafel, mit einer dem 10-fachen Werte der Gebühr gleichkommenden Busse belegt. Auf gegenwärtig angebrachte Tateln sind die neuen Verordnungen 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 beschiedene Einahmeguelle geschaffen.

Missbrüuchen gesteuert und gleichzeitig ist der Staatskasse eine neue, wenn auch besecheidene Einnahmequelle geschaffen.

Zum Schutz der Alpenflors erlässt eine Schweizerische Delegiertenkonferenz einen dringenden Auftraf an die Naturfeunde, indem sie darauf hinweist, dass die wunderbare Alpenflora im Menschen ihren geführlichsten Feind habe. Alpenkenner, heisst es in diesem Aufruf, weisen an schlagenden Beispielen unwiderlegbar nach, dass an viel begangenen Bergpassagen die Alpenrose durch plündernde Menschenflinde, wenn nicht völlig ausgerottet, doch auf einen Minimalbestand reduziert worden ist. Wo früher ganze Felder die Alpen wie mit einem feurigen Hauch überzogen, da finden sich heute, vielleicht nach 2 Jahrschnten, nur noch wenige magere Biesche. Und mit den andern Raritten der Alpenblumen ist es nicht besser ergangen. Wo z. B. sind die Edelweissmatten, die man vor gar nicht so langer Zeit finden konnte? Verschwunden — der menschlichen Raubgier zum Opfer gefallen. war sind vereinzeit Gesetze erlassen Weiter und der Alpenblumen ist en in den weiter den den den den der Alpenblumen ist ein dem Weiter zum Opfer gefallen. war sind vereinzeit Gesetze erlassen weiter der Werzeh und der Blüten und het eine Menschlichen Albein damit ist dem Uebel nicht gesteuert worden, denn auch der Massenraub der Blüten muss. Mit der Blüte werden die Samen hinwegeteragen, und so der Fortpflanzungsprozess in seinem wichtigsten Momente gestört. Diese beklagenswerte Erscheinung des Rückganges der Alpenfora ist viellach dem Fremdenverkehr in die Schube geschoben worden. Eine gewisse Beziehung ist ja auch nicht abzuleupnen. Allein weit geführlicher als der Fremde ist der Einheimsche selbst, der gewöhnliche Alpenbummler, die Teilnehmer von Vereins, Gesellschaftst und Schulausfügen. In diesen Regionen sind die plündernden Vandalen zu suchen, die scharenweise die Alpen heimsuchen und in Uinder, unvernünftiger Raubgier wahre Verheeuungen in der gessetzt üben werden. Allein damit het der Züge und Dampfer an die Sammelpunkte gerüsserer Ge

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 nutzlosesten Vernichtung anheimfallen. An die Lehrer und Erzieher, die Vereinsvorstände und mbesondern auch an die Sektionen des Schweiz. Alpenklubs 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 gäng und gäbe gewordenen Plünderungen der Alpen hinweisen.



Ormonds: Hôtel des Diablerets, 1er juin St. Beatenberg: Hotel Bellevue, 3. Juni.
St. Moritz-Bad: Hotel du Lac, 25. Mai. Neues Stahlbad, 3. Juni.

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

St. Moritz-Dorf: Hotel Belvedere, I. Juni.
Schuls-Tarasp: Hotel Engadinentof, 31. Mai.
Wengen: Hotel Victoria, I. Juni. Hotel Stern und
Beau-Site, 8. Juni.
Zürich: Hotel-Pension Uetliberg, 25. Mai.
Flüelapass: 30. Mai (für Wagenverkehr).



Lausanne. En séjour dans les hôtels de le et et 2º rang de Lausanne-Ouchy du 2 au 8 mai: Angleterre 1055. Allemagne 968, France 964, Suisse 932, Russie 653, Amérique 319, Italie 97. Divers 468.—
Total 5356.— Du 9 au 15 mai: France 1815, Angleterre 1038, Suisse 783, Allemagne 724, Russie 588, Amérique 277, Italie 149. Divers 395.— Total 5244.

Amérique 277, Italie 149. Divers 395. — Total 5244.

Davos. Amtl. Fremdenstatistik. 11. bis 17. Mai:
Deutsche 783. Engländer 148, Schweizer 277, Franzosen 66, Holländer 67, Belgier 13, Russen und
Polen 176, Cesterreicher 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 238,
Franzosen 59, Holländer 60, Belgier 9, Russen und
Polen 158, Oesterreicher und Ungarn 38, Portugiesen,
Spanier, Italiener, Griechen 88, Dänen, Schweden,
Norweger 19, Amerikaner 34, Angehörige anderer
Nationalitäten 20. Total 1594.



29. Mai. Unter der Firma Boss' Grands Hötels
Bär & Adler Palace, A.-G. Grindelwald hat sich
eine Aktiengesellschaft mit Sitz in Grindelwald gegründet. Dieselbe hat zum Zwecke: a. Die Erwerbung der Hotelbesitzungen Bär und schwarzer
Adler der Gebrüder Boss 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 Hotelgeschäfte oder sonstige Liegenschaften
kaufs- oder pachtweise übernehmen. Die Gesellschaftsstatuten wurden von der konstituierenden
Generalversammlung der Aktionire vom 28. Mai 1907
festgestellt. Die Aktiengeseilschaft wurde auf umbestimmte Zeitdauer gegründet. Das Grund- oder
Aktienkapital beträgt eine Million vierhunderttausend
Franken (Fr. 1,400,000), eingeteilt in 2800 auf den
Namen lautende Aktien zu Fr. 500 und ist vollständig einbezahlt.



Diejenigen, die mit dem Zirkular eines in Berlin neu gegründeten "Zentralverhandes zur Wahrung der Reiseinteressen" beglückt worden sind sei einermit auf ihr besud Anfragen um eine jener Vereinigungen handelt, deren Hauptweck ist, von den Hotels Preisermässigungen für hem dittiglieder zu erlangen. Zwar sicht an der Spitze dieses Verbandes der Herzog von Mecklenburg und im Komitee wimmelt es nur so von Exzellenzen, Kommerzien", Justiz, Regierungs-, Sanitäts- und anderen Räten, jedoch ändert dies an der Sache vorläufig nichts, im Gegenteil, man muss sich nur umsomehr wundern, dass das Bestreben, die allgemeine Lebensverteuerung aus den Hotels herausfücken zu wöllen, von so hochgestellten Persönlichkeiten ausgeht.

Hand in Hand mit diesem Bestreben bemüht sich der "Tourist" in Frankfurt, den die neue Vereinigung als Organ gewillt hat, aus dieser Sachlage Kapital zu schlagen, indem er gleichzeitig mit der vick, sobald unsere Informationen vervollständigt sind, vorläufig aber möchten wir allen Mitgliedern raten, mit den Unterzichnen irgendwelcher Verpflichtung zuzuwarten, denn es will uns scheinen, sia handle es sich auch hier, wie in so vielen andern Fällen, für die Hoteliers nur um Pflichten und für die Andern nur um Rechte.

Vertragsbruch. — Rupture de contrat. Ida Lüdi, Restaurationstochter.

E. Kühne, Hotel Krone, Heiden.

Auskunft über

Marie Schneider, Officemädchen von Ragaz

Casp. Lattmann, Hotel Lattmann, Ragaz.

Der heutigen Nummer liegt ein Pro-spekt der Firma "Hydorion" in Zürich bei, worauf wir hiermit aufmerksam machen.

Hiezu als Beilage: "Personal-Anzeiger".

Zur gefl. Beachtung.

Bevor Sie ein Hotel, Pension oder Kuretablissement kaufen oder mieten, verfeblen Sie nicht, vorher vom Hotels-Office in Genf Auskumft und Schitzung über das Ihnen proponierte Geschäft zu verlangen. Das Hotels-Office in Genf ist von einer Gruppe best-bekannter Hoteliers geleitet und bezweckt, Käufer durch erfahrenen, unintersseireton Ratzu unterstützen.