

Zeitschrift:	Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber:	Schweizer Hotelier-Verein
Band:	16 (1907)
Heft:	31
Anhang:	Schweizer Hotel-Revue : Zweites Blatt = La Revue Suisse des Hôtels : deuxième feuille

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

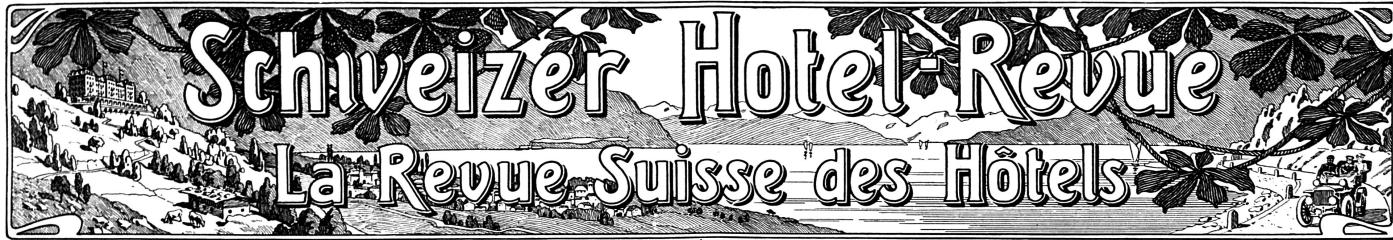
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 20.02.2026

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



Moyen d'assurer l'efficacité des prospectus d'hôtels.

Un vieil adage dit qu'il faut jeter l'argent par la fenêtre pour qu'il rentre par la porte. C'est surtout le cas pour la propagande, et l'économie n'est pas à sa place quand il s'agit de publicité. Mais de pareils axiomes veulent être bien compris, si l'on ne veut pas qu'ils fassent plus de mal que de bien, et il ne suffit pas de dépenser de l'argent pour faire de la propagande utile, il faut encore se rendre compte pourquoi on le dépense.

Les prospectus d'hôtels, les brochures et autres imprimés de ce genre coûtent des sommes importantes. L'hôtelier ne peut pas s'en passer, mais il dépenserait son argent avec moins de regrets, il ferait ses expéditions avec plus de plaisir, s'il n'est pas sur qu'au moins les neuf dixièmes de son envoi iront dormir dans la corbeille à papier. Ce ne sont pas seulement les frais inutiles qu'il regrette, mais il ressent le sort réservé à son envoi presque comme une injure personnelle.

En faisant faire ces prospectus, l'hôtelier sait très bien qu'il n'y aura qu'un bien petit pour-cent des exemplaires expédiés qui lui procurera vraiment des clients. Malgré cela, il sera heureux de trouver un moyen de préserver ses imprimés du panier à papier et de prolonger leur effet, parce que cela augmentera d'une manière importante l'utilité de sa propagande. Quand des centaines et des milliers de prospectus d'un hôtel seraient conservés, il y a bien des probabilités, que le hasard aidant, cette petite feuille puisse faire connaître l'hôtel, le recommander et cela quelquesfois après bien des années. La propagande travaille ainsi d'une manière continue et malgré la valeur minimale de chaque imprimé au point de vue de la propagande, quand on additionne l'influence d'un grand nombre d'exemplaires, l'on arrive à un effet final qui n'est pas à mépriser.

Si l'on désire que le public conserve les imprimés d'hôtels, il faut qu'ils soient assez bien faits, assez élégants pour qu'ils lui paraissent dignes de les garder et faciles à servir. Que faire pour cela? Il faut trouver une proposition qui puisse s'adapter à tous les genres d'hôtels, et non seulement à un seul. Il est inutile de recommander d'en soigner l'apparence extérieure, afin qu'on n'ait pas de regrette de les jeter. Chaque hôtelier a son budget de propagande qui lui défend trop souvent les imprimés coûteux. Il faut aussi que l'apparence extérieure de l'article de réclame soit proportionnée à l'importance de l'hôtel. Un hôtel palace à 300 lits peut publier une grande brochure, ce qui ne serait absolument pas à sa place pour un hôtel de second rang à 90 lits, même si son propriétaire en avait les moyens. Enfin qui nous dit que les prospectus chers subiront un autre sort que les prospectus plus simples. La grande brochure de l'hôtel-palace n'a pas plus de valeur pour les clients riches que le prospectus plus modeste du client moins fortuné de la maison de second ordre.

Dans le cas où l'un ou l'autre de nos collègues aurait trouvé une formule rendant sa propagande plus efficace et la préservant d'une fin prématurée, cela n'avance guère la propagande en général, la question reste ouverte et doit être résolue d'une autre manière.

En un mot, il faut arriver à ce que les imprimés soient collectionnés comme tant d'autres objets.

A première vue, cette idée rencontrera bien des objections. Un hôtelier n'aimera pas que ses prospectus se trouvent en compagnie de ceux de ses voisins et concurrents, un autre craindra qu'ils ne deviennent la proie d'un collectionneur qui ne prend pas la chose au sérieux. Mais comme nous l'avons déjà prouvé dans un article précédent sur la propagande d'hôtel, dans l'industrie hôtelière l'esprit de solidarité a une toute autre importance que la concurrence et les mesures qui sont bonnes pour tous, sont aussi avantageuses pour l'individu en particulier. Enfin la perte de quelques imprimés est de bien moins importante que les avantages d'une propagande bien comprise.

Pour qu'un objet puisse être collectionné, il faut qu'il éveille non seulement l'intérêt en lui-même, mais il faut qu'il forme une partie d'un certain nombre d'objets semblables. Qu'on collectionne des livres, des tableaux, des cartes postales, c'est toujours le fait de posséder plusieurs objets du même genre et la valeur qu'on leur attribue, qui donne l'idée d'une collection, même quand il s'agit d'un exemplaire unique. Si l'on veut que les imprimés d'hôtels soient rangés parmi les objets à collectionner, il faut qu'ils soient faits d'après un plan qui au moins une uniformité inconnue jusqu'ici.

Nous avons l'exemple des cartes postales et des petites cartes réclame. C'est la Compagnie Liebig qui avait inventé ces dernières et un

grand nombre de maisons, surtout de fabriques de chocolat se sont emparées de cette idée. C'est typique que sans arrangement préalable, ces cartes réclame se trouvent être de grandeur égale et divisées en séries de six images, ce qui, nous en sommes certains, a été un avantage pour toutes ces maisons en question, car le collectionneur de cartes Y peut sans aucun doute ajouter des cartes Y à sa collection, ce qui ne pourraient se faire si le format avait été différent. La mode de collectionner des cartes ne s'est pas organisée en grand, c'est regrettable, car elle pourra faire beaucoup de propagande.

Pourquoi les imprimés d'hôtels ne pourraient-ils pas être faits tous dans un même format? La plupart des hôteliers se demandent actuellement quel format ils veulent choisir et auraient souvent pu se décider à toute autre chose qu'ils ont pris. C'est pourquoi actuellement nous avons tous les genres et tous les formats. L'on s'imagine souvent qu'il faut que chaque prospectus se distingue à première vue de celui du concurrent. Mais cela a bien peu d'importance. Jamais prospectus n'a eu plus de succès parce qu'il avait un ou deux centimètres de plus en hauteur ou en largeur qu'un autre. Les dimensions égales n'auraient aucune influence sur le reste du prospectus et chacun serait libre de faire ce qu'il voudrait pour le reste. Il est vrai qu'un format égal signifie une certaine contrainte, mais la brochure peut avoir 48 pages et la couverture peut être ornée d'une image coloriée, elle peut aussi n'avoir que 4 pages, ou l'on peut se contenter d'une carte imprimée d'un côté, tous ces imprimés peuvent facilement être rangés côté à côté dans un casier ou sur une bibliothèque.

Si l'on a pu se passer d'une organisation centrale pour les cartes réclame, elle est absolument nécessaire pour les imprimés d'hôtels. En premier lieu pour pouvoir proposer l'uniformité du format, puis pour prendre les mesures nécessaires pour que le public se mette à collectionner les imprimés d'hôtels. Comme la Société suisse des Hôteliers travaille déjà à la centralisation de la propagande d'hôtel avec l'aide de l'Union-Réclame à Lucerne, l'organisation est en réalité déjà là, il n'y a qu'à faire un pas de plus en organisant la manière dont les imprimés doivent être lancés, après avoir réglé la publication des annonces. L'hôtelier est ainsi déchargé d'un travail absorbant, tout en gardant la faculté de diriger sa propagande à son gré.

Mais notre proposition n'atteindra l'importance voulue que quand les Sociétés de développement et les chemins de fer adopteront pour leurs imprimés le même format que les hôteliers. Beaucoup de voyageurs collectionnent déjà leurs guides. Si les imprimés d'hôtels ont le même format, ils viendront s'ajouter tout naturellement à ces derniers. Si notre proposition est adoptée, il est absolument nécessaire qu'on invite les Sociétés de développement et les chemins de fer à se joindre à nous.

Quelle sera l'utilité de tout cela? se demande peut-être un lecteur. Naturellement que le fait que nos prospectus dorment dans une bibliothèque ne nous offre aucun avantage. Mais le collectionneur aime sa collection, il la regarde de temps en temps avec plaisir. Il connaît les noms imprimés sur chaque prospectus et quand il fera un voyage, il saura où il veut descendre. La collection complète la carte et le guide officiel. Enfin ses amis qui connaissent sa manie viennent aux renseignements. Vous collectionnez des prospectus d'hôtels, je veux aller à Engelberg, auriez-vous peut-être un prospectus de cette localité? L'amis reçoit son prospectus et l'hôtelier a fait une économie.

Mais le format seul ne suffira pas si l'imprimé ne semble pas digne d'être conservé. Il n'est nullement nécessaire que le prospectus soit cher, il faut qu'il vaille la peine d'être gardé. Il faut avant tout que le texte soit bien écrit et que toutes les indications soient bien visibles. L'impression et les illustrations doivent être pleines de goût ou plutôt le tout doit être artistique. Malheureusement le commerçant craint le mot artistique, il éveille en lui l'idée de projets trop coûteux, exagérés. Mais nous entendons par là que ce n'est que l'artiste qui, avec des moyens simples et distingués sait faire une grande impression. Nous voulons dire que la simplicité et l'art ne s'excluent pas, mais signifient la même chose.

Il serait bon qu'une plus grande uniformité prît place. Jusqu'à présent il y a bien eu une certaine uniformité, mais seulement par la foule d'articles de réclame sans goût qui se ressemblent tous. Le grand mouvement dans les arts industriels paraît ne pas avoir touché jusqu'à présent les imprimés d'hôtels. C'est une grande erreur, car la plus grande partie des voyageurs appartiennent aux milieux aisés, amis des arts.

Il ne sera pas inutile que les imprimés d'hôtels suisses aient dans leur apparence extérieure un caractère spécial et uniforme qui marquera le caractère suisse, car l'on n'estime

les choses à leur juste valeur que quand elles portent le cachet national. On parle tant d'art national et nos prospectus d'hôtels peuvent aussi représenter l'art national. Or, les vues à vol d'oiseau et le texte allemand parsemé de mots français ne représentent nullement l'art national.

H. Behrman.

La plaie du rabais.

Le système du rabais, tel qu'il est pratiqué actuellement, fait incontestablement un grand tort à l'industrie des hôtels, qui en souffre comme d'un mal devenu chronique. Ce mal ne produit pas seulement de l'effet isolément, mais il agit aussi sur l'ensemble et ceux qui sont indemnes de cet inconvénient sont obligés d'en souffrir comme les autres.

Il est difficile de combattre ce fléau, tant qu'on ne s'est pas rendu compte de ses conséquences, et qu'on n'entreprend pas la lutte sur toute la ligne, contre ce parasitisme. Car il apparaît sous toutes sortes de prétextes. Tantôt il se drape dans le manteau du patriotisme et du militarisme, certains calculateurs, demandant des conditions spéciales pour les militaires étrangers, qui ont cependant déjà une situation privilégiée; tantôt c'est une bande de rusés compères qui, sous couvert de fonder une société de voyages circulaires, appliquent leurs ventouses au public et spécialement aux hôteliers; puis, en troisième lieu, on cherche, en donnant un motif philanthropique quelconque, à extorquer un rabais aussi important que possible en faveur de séries complètes d'employés; et le nombre des éditeurs de journaux, de guides et d'indicateurs, qui liment les prix fixes des hôtels est legion. Toute cette catégorie vit pour un quart du public et pour les autres trois quarts de l'hôtelier, sans donner à ce dernier une réelle compensation. Nous avons eu occasion ces derniers temps de signaler une ou deux fois les agissements de ces amis humanitaires. Ils peuvent varier un peu dans la méthode employée, mais ils tendent tous au même but: Ils cherchent à obtenir le plus possible d'un hôtelier, sans s'inquiéter que celui-ci fasse une saison mauvaise, ou même qu'il soit en dessous de ses affaires par suite d'une amabilité mal placée.

Il faudrait une fois pour toutes, rompre radicalement avec ces questions de rabais, vis-à-vis de ces gens-là. Il y a bien des motifs pour cela et qui résultent des circonstances elles-mêmes.

Depuis plusieurs années tout a renchéri: les subsistances, principalement la viande, le pain, les légumes, puis les boissons et le loyer. Chaque artisan a augmenté ses prix, chaque employé réclame davantage. Les impôts ont augmenté en proportion, et les autres charges et dépenses sont devenues plus lourdes. On aurait pu lutter contre cet état de choses, si la corporation entière des hôteliers avait bien voulu s'unir, afin d'établir dans le pays tout entier une augmentation de prix uniforme. Cette hausse aurait été plus justifiée que beaucoup d'autres choses, car tout ce qui est devenu plus cher, les exigences des touristes sont devenues plus nombreux. Ils réclament davantage de confort et élèvent des prétentions auxquelles on ne pensait pas du tout il y a dix ou vingt ans. Par suite le gain de l'hôtelier a diminué, tandis que le travail, la peine et le risque sont devenues plus lourdes. On aurait pu lutter contre cet état de choses, si la corporation entière des hôteliers avait bien voulu s'unir, afin d'établir dans le pays tout entier une augmentation de prix uniforme. Cette hausse aurait été plus justifiée que beaucoup d'autres choses, car tout ce qui est devenu plus cher, les exigences des touristes sont devenues plus nombreux. Ils réclament davantage de confort et élèvent des prétentions auxquelles on ne pensait pas du tout il y a dix ou vingt ans. Par suite le gain de l'hôtelier a diminué, tandis que le travail, la peine et le risque sont devenues plus lourdes.

C'est au milieu de cette situation difficile que les chasseurs de rabais, ces pirates des transactions modernes, qui se jouent tantôt d'un hôtel, tantôt d'un autre et qui, s'ils ne réussissent pas par des flatteries et de belles paroles, se servent de menaces cachées, travaillent à diminuer le gain de l'hôtelier de 5 à 10% pendant une série d'années. Ils promettent, il est vrai, des légions entières de touristes, et affirment haut et clair qu'ils n'agissent que dans l'intérêt général, mais en réalité ils ne travaillent que pour leur poche.

Parmi toutes les professions, l'hôtelier est peut-être le seul qui se laisse ainsi exploiter!

Cependant l'hôtelier qui entre en pourparler avec les demandeurs de rabais, d'autant plus qu'il ait une clientèle, ne se fait pas seulement tort à lui-même, il porte aussi atteinte aux intérêts de ses collègues qui calculent bien, et il nuit d'une façon générale à toute la corporation, donc il attaque ainsi la réputation. Il détruit la confiance en l'honnêteté de la profession. En effet, que doit penser le voyageur qui paie le plein prix de la pension et qui, par malheur, est peut-être logé dans une chambre un peu moins bien située, lorsque dans la conversation il apprend par un voyageur bien logé, que celui-ci paie 10% de moins que lui? Il ne pense pas que l'hôtelier est pris dans un système de contrainte, et il ne pense pas non plus que l'autre est logé à trop bon marché, mais il conclut que lui paie trop cher. Il lui

arrivera alors de quitter l'hôtel, mécontenté avec raison, du fait qu'il y a deux prix. Ce qui se passe pour les hôtes d'un seul hôtel, s'applique aussi aux voyageurs des différents hôtels d'une même localité. En apprenant qu'il y a deux catégories de prix — et comment cette question de prix peut-elle rester ignorée, par suite des conversations entre touristes qui s'informent du temps et des hôtels où ils veulent se rendre — les hôtes qui ne jouissent pas d'un rabais sont indisposés, du fait qu'ils n'obtiennent aucun avantage en payant plus.

Ce mal a duré assez longtemps au préjudice des hôteliers. Il est devenu une véritable gangrène, et il est grand temps qu'on s'en débarrasse. C'est pourquoi, assez de rabais, sous quelque forme qu'il se présente! Qu'on se débarrasse de ces entraves aux affaires qui gênent même ceux qui ne les utilisent pas. Finissons-en avec ce parasitisme qui enlève le meilleur du gain péniblement acquis!

Th. G.

Kleine Chronik.

St. Moritz. Unter der Firma A.G. Post und Mercatorat hat sich im Dorf eine Aktiengesellschaft gebildet, welche u.a. die Erstellung von Hotelbauten, sowieso den Betrieb oder die Verpachtung von Hotels zum Zwecke hat. Das Aktienkapital beträgt 600,000 Franken.

Lausanne. Der Gemeinderat hat trotz lebhafter Opposition den mit den Bundesbahnen abgeschlossenen Vertrag ratifiziert, wonach die Bundesbahnen sich verpflichten, gegen eine Entfernung von 300,000 Fr. seitens der Stadt Entschädigung zu leisten. 1911 an das Hotel Terminus zum Zwecke der Erweiterung des Bahnhofes Lausanne abzutragen.

Die „Daily Mail“, das bekannte Sensationsblatt, das mit besonderer Vorliebe die Schweiz zur Zielscheibe ihrer Ausfälle nimmt, hat einen ihr würdigenden Dankschreiben erhalten, indem sie wegen Beschimpfung der Sunlight-Seife-Cie. zu Fr. 1,250,000 Busse und zu den Kosten im Betrage von zirka 625,000 Fr. verurteilt wurde.

Zum Flasche-bierhandel. In der Flaschenbierfrage zwischen den Wirtes und den Brauereien Löwenbräu und Cardinal in Basel und Feldschlösschen Riehfelden, die sich hauptsächlich weigerten, den von den Wirtes aufgestellten Vertrag zu unterstützen, hat der Feldschlösschen durch Boykott entschieden, Bier auszuschenken. Hauptstädter in Basel, macht sich der Kriegsstand und barmherzig, indem in einer grossen Anzahl von Wirtshäusern das Bier aus dem französischen Bier ausgeschenkt wird, so Münchener und solches aus der Gegend von Monbijard. Der Leitung des Wirtstandes kann man zu ihrem zielbewussten und energischen Vorgehen nur gratulieren, und wenn sie seitens d-r Mitglieder nicht unterstützung zu finde, so dürfte der endgültige Sieg den Wirten verbleiben. Um den Boykott rätselner zu machen und zugleich die Last des Bierkampfes zu vermindern, wird die Differenz zwischen dem Anteilssatz des bishero geschossenen und dem fremden Bier aus der Kasse des Wirtstandes und des schweizerischen Wirtshäusern abgetragen. Sollte der Kampf um die Gesundung d-s Flaschenbierhandels auf diesem Wege nutzlos sein, so würden die Wirtes die Gründung einer Genossenschaftsbrauerei ein Auge fassen.

Oesterreich. Bekanntlich soll für die Hebung des Fremdenverkehrs in den österreichischen Kronländern ein Zentralamt geschaffen und sollen dafür nicht unerhebliche Mittel ausgeworfen werden. In der N-Fr. Presse wird nun von Herrn Baumfeld in Mattsee verlangt, dieses Zentralamt solle sich zur Aufgabe stellen, in erster Linie eine grosse und zielführende Propaganda in Amerika zu machen, deutsches und englisches Bier zu machen und zugleich die Last des Bierkampfes zu vermindern. Diese Differenz zwischen den Amerikanern und den Bishero geschossenen und dem fremden Bier aus der Kasse des Wirtstandes ist ebenso empfindlich als dankbares Publikum. Dass es sich lohnt, ihren Bedürfnissen nach Komfortgegenstück zu beweisen, weiß zur Genüge die Kommission für das Landwirtschaftsministerium zu Karlsbad. Auch in Gastwirtschaften, den Schönheiten des Orients abgesehen, die Hotelverhältnisse den Amerikaner verlieren, bevor sie noch ihre Bestimmung erreichen. Aber er kauft und kauft und feischt nicht. Auch hier *regardless of expenses*, ohne Rücksicht auf die Kosten, ist ein ebenso empfindliches als dankbares Publikum. Dass es sich lohnt, ihren Bedürfnissen nach Komfortgegenstück zu beweisen, weiß zur Genüge die Kommission für das Landwirtschaftsministerium zu Karlsbad. Auch in Gastwirtschaften, den Schönheiten des Orients abgesehen, die Hotelverhältnisse den Amerikaner verlieren, bevor sie noch ihre Bestimmung erreichen. Aber er kauft und kauft und feischt nicht. Auch hier *regardless of expenses*, ohne Rücksicht auf die Kosten, ist ein ebenso empfindliches als dankbares Publikum. Dass es sich lohnt, ihren Bedürfnissen nach Komfortgegenstück zu beweisen, weiß zur Genüge die Kommission für das Landwirtschaftsministerium zu Karlsbad. Auch in Gastwirtschaften, den Schönheiten des Orients abgesehen, die Hotelverhältnisse den Amerikaner verlieren, bevor sie noch ihre Bestimmung erreichen. Aber er kauft und kauft und feischt nicht. Auch hier *regardless of expenses*, ohne Rücksicht auf die Kosten, ist ein ebenso empfindliches als dankbares Publikum. Dass es sich lohnt, ihren Bedürfnissen nach Komfortgegenstück zu beweisen, weiß zur Genüge die Kommission für das Landwirtschaftsministerium zu Karlsbad. Auch in Gastwirtschaften, den Schönheiten des Orients abgesehen, die Hotelverhältnisse den Amerikaner verlieren, bevor sie noch ihre Bestimmung erreichen. Aber er kauft und kauft und feischt nicht. Auch hier *regardless of expenses*, ohne Rücksicht auf die Kosten, ist ein ebenso empfindliches als dankbares Publikum. Dass es sich lohnt, ihren Bedürfnissen nach Komfortgegenstück zu beweisen, weiß zur Genüge die Kommission für das Landwirtschaftsministerium zu Karlsbad. Auch in Gastwirtschaften, den Schönheiten des Orients abgesehen, die Hotelverhältnisse den Amerikaner verlieren, bevor sie noch ihre Bestimmung erreichen. Aber er kauft und kauft und feischt nicht. Auch hier *regardless of expenses*, ohne Rücksicht auf die Kosten, ist ein ebenso empfindliches als dankbares Publikum. Dass es sich lohnt, ihren Bedürfnissen nach Komfortgegenstück zu beweisen, weiß zur Genüge die Kommission für das Landwirtschaftsministerium zu Karlsbad. Auch in Gastwirtschaften, den Schönheiten des Orients abgesehen, die Hotelverhältnisse den Amerikaner verlieren, bevor sie noch ihre Bestimmung erreichen. Aber er kauft und kauft und feischt nicht. Auch hier *regardless of expenses*, ohne Rücksicht auf die Kosten, ist ein ebenso empfindliches als dankbares Publikum. Dass es sich lohnt, ihren Bedürfnissen nach Komfortgegenstück zu beweisen, weiß zur Genüge die Kommission für das Landwirtschaftsministerium zu Karlsbad. Auch in Gastwirtschaften, den Schönheiten des Orients abgesehen, die Hotelverhältnisse den Amerikaner verlieren, bevor sie noch ihre Bestimmung erreichen. Aber er kauft und kauft und feischt nicht. Auch hier *regardless of expenses*, ohne Rücksicht auf die Kosten, ist ein ebenso empfindliches als dankbares Publikum. Dass es sich lohnt, ihren Bedürfnissen nach Komfortgegenstück zu beweisen, weiß zur Genüge die Kommission für das Landwirtschaftsministerium zu Karlsbad. Auch in Gastwirtschaften, den Schönheiten des Orients abgesehen, die Hotelverhältnisse den Amerikaner verlieren, bevor sie noch ihre Bestimmung erreichen. Aber er kauft und kauft und feischt nicht. Auch hier *regardless of expenses*, ohne Rücksicht auf die Kosten, ist ein ebenso empfindliches als dankbares Publikum. Dass es sich lohnt, ihren Bedürfnissen nach Komfortgegenstück zu beweisen, weiß zur Genüge die Kommission für das Landwirtschaftsministerium zu Karlsbad. Auch in Gastwirtschaften, den Schönheiten des Orients abgesehen, die Hotelverhältnisse den Amerikaner verlieren, bevor sie noch ihre Bestimmung erreichen. Aber er kauft und kauft und feischt nicht. Auch hier *regardless of expenses*, ohne Rücksicht auf die Kosten, ist ein ebenso empfindliches als dankbares Publikum. Dass es sich lohnt, ihren Bedürfnissen nach Komfortgegenstück zu beweisen, weiß zur Genüge die Kommission für das Landwirtschaftsministerium zu Karlsbad. Auch in Gastwirtschaften, den Schönheiten des Orients abgesehen, die Hotelverhältnisse den Amerikaner verlieren, bevor sie noch ihre Bestimmung erreichen. Aber er kauft und kauft und feischt nicht. Auch hier *regardless of expenses*, ohne Rücksicht auf die Kosten, ist ein ebenso empfindliches als dankbares Publikum. Dass es sich lohnt, ihren Bedürfnissen nach Komfortgegenstück zu beweisen, weiß zur Genüge die Kommission für das Landwirtschaftsministerium zu Karlsbad. Auch in Gastwirtschaften, den Schönheiten des Orients abgesehen, die Hotelverhältnisse den Amerikaner verlieren, bevor sie noch ihre Bestimmung erreichen. Aber er kauft und kauft und feischt nicht. Auch hier *regardless of expenses*, ohne Rücksicht auf die Kosten, ist ein ebenso empfindliches als dankbares Publikum. Dass es sich lohnt, ihren Bedürfnissen nach Komfortgegenstück zu beweisen, weiß zur Genüge die Kommission für das Landwirtschaftsministerium zu Karlsbad. Auch in Gastwirtschaften, den Schönheiten des Orients abgesehen, die Hotelverhältnisse den Amerikaner verlieren, bevor sie noch ihre Bestimmung erreichen. Aber er kauft und kauft und feischt nicht. Auch hier *regardless of expenses*, ohne Rücksicht auf die Kosten, ist ein ebenso empfindliches als dankbares Publikum. Dass es sich lohnt, ihren Bedürfnissen nach Komfortgegenstück zu beweisen, weiß zur Genüge die Kommission für das Landwirtschaftsministerium zu Karlsbad. Auch in Gastwirtschaften, den Schönheiten des Orients abgesehen, die Hotelverhältnisse den Amerikaner verlieren, bevor sie noch ihre Bestimmung erreichen. Aber er kauft und kauft und feischt nicht. Auch hier *regardless of expenses*, ohne Rücksicht auf die Kosten, ist ein ebenso empfindliches als dankbares Publikum. Dass es sich lohnt, ihren Bedürfnissen nach Komfortgegenstück zu beweisen, weiß zur Genüge die Kommission für das Landwirtschaftsministerium zu Karlsbad. Auch in Gastwirtschaften, den Schönheiten des Orients abgesehen, die Hotelverhältnisse den Amerikaner verlieren, bevor sie noch ihre Bestimmung erreichen. Aber er kauft und kauft und feischt nicht. Auch hier *regardless of expenses*, ohne Rücksicht auf die Kosten, ist ein ebenso empfindliches als dankbares Publikum. Dass es sich lohnt, ihren Bedürfnissen nach Komfortgegenstück zu beweisen, weiß zur Genüge die Kommission für das Landwirtschaftsministerium zu Karlsbad. Auch in Gastwirtschaften, den Schönheiten des Orients abgesehen, die Hotelverhältnisse den Amerikaner verlieren, bevor sie noch ihre Bestimmung erreichen. Aber er kauft und kauft und feischt nicht. Auch hier *regardless of expenses*, ohne Rücksicht auf die Kosten, ist ein ebenso empfindliches als dankbares Publikum. Dass es sich lohnt, ihren Bedürfnissen nach Komfortgegenstück zu beweisen, weiß zur Genüge die Kommission für das Landwirtschaftsministerium zu Karlsbad. Auch in Gastwirtschaften, den Schönheiten des Orients abgesehen, die Hotelverhältnisse den Amerikaner verlieren, bevor sie noch ihre Bestimmung erreichen. Aber er kauft und kauft und feischt nicht. Auch hier *regardless of expenses*, ohne Rücksicht auf die Kosten, ist ein ebenso empfindliches als dankbares Publikum. Dass es sich lohnt, ihren Bedürfnissen nach Komfortgegenstück zu beweisen, weiß zur Genüge die Kommission für das Landwirtschaftsministerium zu Karlsbad. Auch in Gastwirtschaften, den Schönheiten des Orients abgesehen, die Hotelverhältnisse den Amerikaner verlieren, bevor sie noch ihre Bestimmung erreichen. Aber er kauft und kauft und feischt nicht. Auch hier *regardless of expenses*, ohne Rücksicht auf die Kosten, ist ein ebenso empfindliches als dankbares Publikum. Dass es sich lohnt, ihren Bedürfnissen nach Komfortgegenstück zu beweisen, weiß zur Genüge die Kommission für das Landwirtschaftsministerium zu Karlsbad. Auch in Gastwirtschaften, den Schönheiten des Orients abgesehen, die Hotelverhältnisse den Amerikaner verlieren, bevor sie noch ihre Bestimmung erreichen. Aber er kauft und kauft und feischt nicht. Auch hier *regardless of expenses*, ohne Rücksicht auf die Kosten, ist ein ebenso empfindliches als dankbares Publikum. Dass es sich lohnt, ihren Bedürfnissen nach Komfortgegenstück zu beweisen, weiß zur Genüge die Kommission für das Landwirtschaftsministerium zu Karlsbad. Auch in Gastwirtschaften, den Schönheiten des Orients abgesehen, die Hotelverhältnisse den Amerikaner verlieren, bevor sie noch ihre Bestimmung erreichen. Aber er kauft und kauft und feischt nicht. Auch hier *regardless of expenses*, ohne Rücksicht auf die Kosten, ist ein ebenso empfindliches als dankbares Publikum. Dass es sich lohnt, ihren Bedürfnissen nach Komfortgegenstück zu beweisen, weiß zur Genüge die Kommission für das Landwirtschaftsministerium zu Karlsbad. Auch in Gastwirtschaften, den Schönheiten des Orients abgesehen, die Hotelverhältnisse den Amerikaner verlieren, bevor sie noch ihre Bestimmung erreichen. Aber er kauft und kauft und feischt nicht. Auch hier *regardless of expenses*, ohne Rücksicht auf die Kosten, ist ein ebenso empfindliches als dankbares Publikum. Dass es sich lohnt, ihren Bedürfnissen nach Komfortgegenstück zu beweisen, weiß zur Genüge die Kommission für das Landwirtschaftsministerium zu Karlsbad. Auch in Gastwirtschaften, den Schönheiten des Orients abgesehen, die Hotelverhältnisse den Amerikaner verlieren, bevor sie noch ihre Bestimmung erreichen. Aber er kauft und kauft und feischt nicht. Auch hier *regardless of expenses*, ohne Rücksicht auf die Kosten, ist ein ebenso empfindliches als dankbares Publikum. Dass es sich lohnt, ihren Bedürfnissen nach Komfortgegenstück zu beweisen, weiß zur Genüge die Kommission für das Landwirtschaftsministerium zu Karlsbad. Auch in Gastwirtschaften, den Schönheiten des Orients abgesehen, die Hotelverhältnisse den Amerikaner verlieren, bevor sie noch ihre Bestimmung erreichen. Aber er kauft und kauft und feischt nicht. Auch hier *regardless of expenses*, ohne Rücksicht auf die Kosten, ist ein ebenso empfindliches als dankbares Publikum. Dass es sich lohnt, ihren Bedürfnissen nach Komfortgegenstück zu beweisen, weiß zur Genüge die Kommission für das Landwirtschaftsministerium zu Karlsbad. Auch in Gastwirtschaften, den Schönheiten des Orients abgesehen, die Hotelverhältnisse den Amerikaner verlieren, bevor sie noch ihre Bestimmung erreichen. Aber er kauft und kauft und feischt nicht. Auch hier *regardless of expenses*, ohne Rücksicht auf die Kosten, ist ein ebenso empfindliches als dankbares Publikum. Dass es sich lohnt, ihren Bedürfnissen nach Komfortgegenstück zu beweisen, weiß zur Genüge die Kommission für das Landwirtschaftsministerium zu Karlsbad. Auch in Gastwirtschaften, den Schönheiten des Orients abgesehen, die Hotelverhältnisse den Amerikaner verlieren, bevor sie noch ihre Bestimmung erreichen. Aber er kauft und kauft und feischt nicht. Auch hier *regardless of expenses*, ohne Rücksicht auf die Kosten, ist ein ebenso empfindliches als dankbares Publikum. Dass es sich lohnt, ihren Bedürfnissen nach Komfortgegenstück zu beweisen, weiß zur Genüge die Kommission für das Landwirtschaftsministerium zu Karlsbad. Auch in Gastwirtschaften, den Schönheiten des Orients abgesehen, die Hotelverhältnisse den Amerikaner verlieren, bevor sie noch ihre Bestimmung erreichen. Aber er kauft und kauft und feischt nicht. Auch hier *regardless of expenses*, ohne Rücksicht auf die Kosten, ist ein ebenso empfindliches als dankbares Publikum. Dass es sich lohnt, ihren Bedürfnissen nach Komfortgegenstück zu beweisen, weiß zur Genüge die Kommission für das Landwirtschaftsministerium zu Karlsbad. Auch in Gastwirtschaften, den Schönheiten des Orients abgesehen, die Hotelverhältnisse den Amerikaner verlieren, bevor sie noch ihre Bestimmung erreichen. Aber er kauft und kauft und feischt nicht. Auch hier *regardless of expenses*, ohne Rücksicht auf die Kosten, ist ein ebenso empfindliches als dankbares Publikum. Dass es sich lohnt, ihren Bedürfnissen nach Komfortgegenstück zu beweisen, weiß zur Genüge die Kommission für das Landwirtschaftsministerium zu Karlsbad. Auch in Gastwirtschaften, den Schönheiten des Orients abgesehen, die Hotelverhältnisse den Amerikaner verlieren, bevor sie noch ihre Bestimmung erreichen. Aber er kauft und kauft und feischt nicht. Auch hier *regardless of expenses*, ohne Rücksicht auf die Kosten, ist ein ebenso empfindliches als dankbares Publikum. Dass es sich lohnt, ihren Bedürfnissen nach Komfortgegenstück zu beweisen, weiß zur Genüge die Kommission für das Landwirtschaftsministerium zu Karlsbad. Auch in Gastwirtschaften, den Schönheiten des Orients abgesehen, die Hotelverhältnisse den Amerikaner verlieren, bevor sie noch ihre Bestimmung erreichen. Aber er kauft und kauft und feischt nicht. Auch hier *regardless of expenses*, ohne Rücksicht auf die Kosten, ist ein ebenso empfindliches als dankbares Publikum. Dass es sich lohnt, ihren Bedürfnissen nach Komfortgegenstück zu beweisen, weiß zur Genüge die Kommission für das Landwirtschaftsministerium zu Karlsbad. Auch in Gastwirtschaften, den Schönheiten des Orients abgesehen, die Hotelverhältnisse den Amerikaner verlieren, bevor sie noch ihre Bestimmung erreichen. Aber er kauft und kauft und feischt nicht. Auch hier *regardless of expenses*, ohne Rücksicht auf die Kosten, ist ein ebenso empfindliches als dankbares Publikum. Dass es sich lohnt, ihren Bedürfnissen nach Komfortgegenstück zu beweisen, weiß zur Genüge die Kommission für das Landwirtschaftsministerium zu Karlsbad. Auch in Gastwirtschaften, den Schönheiten des Orients abgesehen, die Hotelverhältnisse den Amerikaner verlieren, bevor sie noch ihre Bestimmung erreichen. Aber er kauft und kauft und feischt nicht. Auch hier *regardless of expenses*, ohne Rücksicht auf die Kosten, ist ein ebenso empfindliches als dankbares Publikum. Dass es sich lohnt, ihren Bedürfnissen nach Komfortgegenstück zu beweisen, weiß zur Genüge die Kommission für das Landwirtschaftsministerium zu Karlsbad. Auch in Gastwirtschaften, den Schönheiten des Orients abgesehen, die Hotelverhältnisse den Amerikaner verlieren, bevor sie noch ihre Bestimmung erreichen. Aber er kauft und kauft und feischt nicht. Auch hier *regardless of expenses*, ohne Rücksicht auf die Kosten, ist ein ebenso empfindliches als dankbares Publikum. Dass es sich lohnt, ihren Bedürfnissen nach Komfortgegenstück zu beweisen, weiß zur Genüge die Kommission für das Landwirtschaftsministerium zu Karlsbad. Auch in Gastwirtschaften, den Schönheiten des Orients abgesehen, die Hotelverhältnisse den Amerikaner verlieren, bevor sie noch ihre Bestimmung erreichen. Aber er kauft und kauft und feischt nicht. Auch hier *regardless of expenses*, ohne Rücksicht auf die Kosten, ist ein ebenso empfindliches als dankbares Publikum. Dass es sich lohnt, ihren Bedürfnissen nach Komfortgegenstück zu beweisen, weiß zur Genüge die Kommission für das Landwirtschaftsministerium zu Karlsbad. Auch in Gastwirtschaften, den Schönheiten des Orients abgesehen, die Hotelverhältnisse den Amerikaner verlieren, bevor sie noch ihre Bestimmung erreichen. Aber er kauft und kauft und feischt nicht. Auch hier *regardless of expenses*, ohne Rücksicht auf die Kosten, ist ein ebenso empfindliches als dankbares Publikum. Dass es sich lohnt, ihren Bedürfnissen nach Komfortgegenstück zu beweisen, weiß zur Genüge die Kommission für das Landwirtschaftsministerium zu Karlsbad. Auch in Gastwirtschaften, den Schönheiten des Orients abgesehen, die Hotelverhältnisse den Amerikaner verlieren, bevor sie noch ihre Bestimmung erre

P. P.

Die unterzeichnete Anstalt beeindruckt sich anzuzeigen, dass sie auf Veranlassung einiger Mitglieder verschiedener Hotelier- und Hotelangestelltenverbände ab 16. Oktober d. J. Spezialkurse für

Hotelbuchhaltung

Prospekte mit Referenzenliste gratis

eröffnen wird, welche unter der Leitung eines bewährten Fachmannes stehen werden.

741

Dauer des Kurses 1-6 Monate, je nach Pausum.

Widemanns Handelsschule, Basel

Gegründet 1876.

Vorsteher: Dr. jur. René Widemann.

Kohlenberg 13.

John Eugster, Zürich

Bahnhofstrasse 79, Entresol

Rideaux-Fabrik

3035) St. Gallen (C 2050 Z

DETAIL

Engros

EXPORT

Spezialgeschäft in modernen Vorhangsstoffen aller Art

Einrichtung von Hotels zu billigsten Preisen.

Vorhänge werden zum Waschen und Reparieren angenommen.

Muster zu Diensten.

Hôtelier

Sociétaire, dans la trentaine, marié, sans enfants, connaissant couramment les quatre langues principales, actuellement directeur d'un hôtel de tout premier ordre et d'une réputation universelle, dans une localité de saison de bains, cherche pour l'hiver ou à l'année avec ou sans sa dame (versée également à fond dans le métier) une occupation suivant ses capacités.

Meilleures références.

Offres sous chiffre H 382 R à l'administration du journal.

Der sterilisierte **Berner Alpenrahm**

ist monatengleich haltbar, stets tadellos süß und nie flockig, er schützt gegen die so häufigen Verlegenheitsfälle.

Berner Alpen-Rahm

ist ein vorzügliches Hilfsmittel für Hotelküchen und Pâtisseries.

Er hebt das Aroma des Kaffees

Größte Haltbarkeit

3079

Hoher Fettgehalt Feinster Geschmack

Zu beziehen durch die

Berneralpen-Milchgesellschaft Stalden (Emmenthal).

Chef de réception & 1^{er} Secrétaire

25 ans, quatre langues, connaissant toutes les parties d'hôtel, ayant premières références, cherche engagement pour l'hiver. Adresser les offres sous chiffre H 749 R à l'administration du journal.

Cacao De Jong

Der feinste und vorteilhafteste holländische Cacao.

Goldene Medaille Weltausstellung

F 2074 Z Paris 1900 St. Louis 1904 etc. 3062

Grand Prix — Hors Concours

Hygienische Ausstellung Paris 1901 Mailand 1906

Garantiert rein, leicht löslich, nahrhaft, erdig, köstl. Geschmack, feinstes Aroma.

Engros durch Paul Widemann, Zürich II.

Café - Restaurant

à louer à Lausanne, dans grand immeuble permettant de faire Hôtel, un grand Café meublé, position centrale, belle vue, peu de reprise.

Adr. les offres sous chiffre H 748 R à l'admin. d. journ.

Directeur-gérant

d'un grand hôtel, depuis plusieurs années, cherche engagement analogue pour la saison d'hiver. Expérience solide. Libre depuis le 1^{er} Novembre au 1^{er} Mai. S'adresser à l'Adm. du Journal s. Chiffre H 384 R

Käse

Export - Fabrikation - Import

C. Hürlimann & Söhne

Luzern — Mailand

G 7684 3081

Vorteilhafte Bezugsquelle für

Emmentaler-, Sbrinz- und Parmesankäse

P. P.

eröffnen wird, welche unter der Leitung eines bewährten Fachmannes stehen werden.

741

Dauer des Kurses 1-6 Monate, je nach Pausum.

Widemanns Handelsschule, Basel

Gegründet 1876.

Vorsteher: Dr. jur. René Widemann.

Kohlenberg 13.

See- und Flussfische

garantiert lebendfrisch, so-
wie geräuchert und mariniert
liefern billigst von täglich
frischen Fangen (B 5904) 3010
Heinemann & Uhde, Geestemünde.

Dampf-Hochsoef, Räucherei
und Fischkonserven-Fabrik.

Stadt Wien, 2 Gold. Med. Gold.

Spezialgeschäft in modernen Vorhangsstoffen aller Art

Einrichtung von Hotels zu billigsten Preisen.

Vorhänge werden zum Waschen und Reparieren angenommen.

Muster zu Diensten.

1118

Butter!

Garantiert reine, inländische,
feine Zentrifugenfettbutter emp-
fiehlt für Hotel und Pensionen
zu den laufenden Tagespreisen
bestens

Emma Reber
Solognuer Molkerei
Solognur.

COCHIUS & C°

CIGARREN-IMPORT

BASEL

Vorlehrerfestes

Bezugsquelle

Verlangen Sie Preisliste

des Vertriebs

Besuch des Vertriebs

Occasion — presse!

Un bon hôtel de premier ordre

de saison et passage, bien situé

dans la principale ville de la Savoie

visitées par Touristes étrangers. —

50 chambres. Grandes et belles salles

diverses. Dépendances, garage,

remise, écurie, écurie, garage électrique,

écurie, écurie. Beloyer moyen.

Racettes annuelles moyennes

Fr. 80.000.— Facultés de payement.

S'adresser à

Rusillon & Degrance

Genève, Corraterie 8.

746

1118

Wernie's Schnellglanz-
Putzpulver

ist das vorzüglichste zum Reinigen

von Koffer, Messer etc. In Hand-

ungen und Drogen zu 20 Cts.

per Paket. 1 Kg. Fr. 8.—

Bitte Muster verlangen.

Drogerie Wernle

ZÜRICH

Augustinergasse 17. B 2035 Z

Badenweiler (Schwaben)

Hotel-Verkauf.

Infolge anderweitiger Unter-

nehmung verlange mein in besserer

lage befindliches

K 8342

Hotel Elsässer Hof

mit Garten und Thermalwasser-

bewegungsrecht. Vorzügliche Rea-

bilität. 25 Zimmer. 2027

G. Blum, Badenweiler.

2977

1118

Kirsch

Die HH. Hoteliers sind freundlich

ersucht, ein Postmuster zu ver-

langen.

Alfred Schindler

Kirsch-Destillation-Schwyz.

1118

Ein kleines

Kann mit

Parkett, Parkett, Rose

Mass wischbare Bodenreiniger

Flasche & 1000 g. 100.—

</



NIZZA HOTEL DE BERNE

beim Bahnhof.

100 Betten.

Einziges nach Schweizer Art geführtes Hotel beim Bahnhof.
Feine Küche. Zimmer von Fr. 2.50 an. Gepäcktransport frei.
Deutsch sprechender Portier am Bahnhof.

369

H. Morlock, Besitzer

auch Besitzer vom Hotel de Suisse (früher Röthlin) und vom Terminal-Hotel.

Alter St. Caterina-Brunnen in Valfurva ob Bormio Veltlin (Italien)

Höhe 1776 m über Meer

Prämiertes, natürliches, eisenhaltiges, die Verdauung beförderndes Mineralwasser.
Auszug aus dem Bericht über die von Prof. A. Menozzi
ausgeführte chemische Analyse:

Das Wasser von St. Caterina seit über 200 Jahren berichtet. Tiefwasser-liegendein ist eines der eisenhaltigsten der Welt, das reichste an Eisencarbonat, also Eisen als doppel-kohlen-saures Salz – die günstigste Form des Eisens in den Wassern – enthaltend, weshalb es einen bevorzugten Platz einnimmt. Es ist ferner ein typisches eisenhaltiges Wasser, weil es viel kohlensaures Eisen und nur wenig kohlensaures Natron, Magnesium oder Calcium enthält. Gicht, Blasenkatarrh, Herz-, Leber-, Magen-schwäche, langsame und schwierige Verdauung und alle von Bluteruption herabhängenden Krankheiten. Man nehme es ungemüsst oder mit Wein nüchtern oder bei den Mahlzeiten, für Erwachsene in Flasche täglich, Kinder 1–2 Gläser. Dr. De Picchi – Dr. Casella – Dr. Dell' Acqua – Dr. Car. Emilio Buzzi. Prof. A. Monti, v. d. Universität Pavia.

Mikroskopisch-bakteriologische Untersuchung.

Das Wasser von St. Caterina ist absolut rein, d. h. beständig frei von Bakterien in der Quelle, frei für sich von jeder Verunreinigung... Vom mikrobiologischen Standpunkt aus ist also das Wasser vollkommen einwandfrei.

Prof. Dr. A. Monti, v. d. Universität Pavia.

Prof. T. Taramelli, v. d. Universität Pavia.

Urteile medizinischer Autoritäten.

Es ist ein ausgezeichnetes Trank, das verdaulichste aller bis jetzt entdeckten eisenhaltigen Wasser. Es reizt wunderbar den Appetit und ist das beste Kräftigungsmittel für Kinder. Es heilt Anämie, Dyspepsie, Hysterie, Blödsucht, hilft sich das Wasser vollkommen klar.

Prof. A. Menozzi.

Flaschen und Korken sterilisiert.

Die Füllung geschieht, ohne jede Belästigung mit der Luft und so bewahrt das im Überschuss vorhandene natürliche Kohlensäure unbegrenzt die Eigenschaft des Wassers von St. Caterina in der Flasche, wie frisch von der Quelle.

Mailand, Via Torino 61, Giongo & Cie.

J 8147 3098

General-Depot für die ganze Schweiz:

C. Macoggi & Cie, Veltliner Weine, Luzern.

Vertreter werden überall gesucht.

Wäscherei- und Bügelmaschinen
fabrizieren und liefern in unübertroffener Ausführung

Gebr. POENSGEN
Aktien-Gesellschaft
Maschinenfabrik
Düsseldorf - Rath.

Kragen- und Manschetten-Bügelmaschine.
(J 8147) 3098

Universal-Doppeltrommel-Dampfwaschmaschine mit verbessertem Dreiecksform und hinterliegenden Vorgelege (D. R. Patent und mehrfachen D. R. G. M.).

Universal-Drahtspannungs- und Plättmaschine mit gänzlicher Urführung durch mehrfachen D. R. G. M. gesetzlich. Silberne Staats- und silberne Ausstellungsmedaille Düsseldorf 1902.

Generalvertretung für die Schweiz:
Paul Grosskopf
Zürich IV
Sonneggstrasse 23.

Universal-Drahtspannungs- und Plättmaschine mit gänzlicher Urführung durch mehrfachen D. R. G. M. gesetzlich. Silberne Staats- und silberne Ausstellungsmedaille Düsseldorf 1902.

Höchste Auszeichnung der Wäschereimaschinen-Branche.

Mechanische Teppichweberei
D. & D. DINNER
Ennenda-Glarus.

Direkter Verkauf an Hotels.

la. Referenzen. (K 8317)

3096

Tapis - Ameublements



Spécialité:

Installations d'Hôtels.

3032

WEBER, COLLART & CIE

13, Rue du Rhône x GENÈVE x Rue du Rhône, 13



G. Bilger & Co.

Hauptbüro Strassburg.

FILIALE:

Zürich I

22 Göttestrasse 22.

Prospekte, Kostenanschläge
und
persönliche Besuche stets
unberechnet. R 5478

Prima Referenzen von Schweizer
Hoteliers und Metzgermeistern.

Pilsner-Urquell (Bürgerl. Bräuhaus Pilsen)

Münchner Pschorrbräu

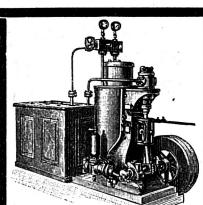
3045

liefer in Fässern und Flaschen

(D 6724)

CARL HAASE, St. Gallen und Zürich.

Generalvertreter für die Schweiz.



Kühlanlagen

für Hotels und Restaurants

mit höherer Kühl- und Eismaschine "Sabros", Kältemaschine ersten Ranges, von grosser Einfachheit, gediegener Konstruktion, leichter Bedienung und billigem Preis. Garantie. Auskünfte, Pläne und Kostenanschläge durch die Generalvertretung für die Schweiz.

C. Baechler, Molkerei-Ingenieur, Zürich I

unterer Mühlesteg 2 und 4.

C 2049 Z

**Hotel- & Restaurant-
Buchführung**

Amerikan. System Frisch.

Lehrer am erkannte die Buchführung nach meinem bewährten System durch Unterrichtsbüro. Hunderte von Erfolgen. Verlangen Sie Gratisprospekt. Prima Referenzen. Die Ausbildung ist in Hotels und Restaurants leicht. Bisher. Gehe nach auswärts. 333 Am Geschäftshaus in Zürich auf Lager. H. Frisch, Bücherei, Zürich I.

3090 Höhere Fachschule für K 8430

Hotelangestellte.

F. d. Lacroix, Frankfurt a. M.

3048 Hotelsschule

Luzern K 8488

Direction: E. Frei-Scherz.
Praktische Ausbildung im
Hotel - Bureaudienst.
Kursbeginn: Ende September.
Prospektus kostenlos!

Direktor, Kassier oder Chef-comptable.

Junger, seriöser Mann (26 Jahre) mit guten Umgangsformen, die 4 Hauptsprachen sprechend, im Hotelfach durchaus bewandert und kaufmännisch gebildet (in ungekündigter Jahresstelle), sucht sich auf kommenden Winter zu verändern. Jahresstelle bevorzugt. Prima Zeugnisse und Referenzen erstklassiger Häuser zur Verfügung.

Offerten unter Chiffre H 754 R an die Exped. ds. Bl.

Vier Jahre Garantie

leiste ich kontraktlich für den Erfolg beim Verfügen von

Wanzen samt Brut.

In 1 Stunde kann jedes Zimmer wieder bewohnt werden.

Keine Beschädigung. — Geruchs. — Diskretion. — Prospekt.

Bis dato über 40000 Zimmer gereinigt.

Konkurrenzlose Methode. (K 8202)

Basler Reinigungs-Institut J. Willmann

86 St. Albanvorstadt 86.

3 Grand Prix. — 3 goldene Medaillen. — Gegründet 1894.

Die wirkungsvollste und haltbarste

Isolierung der Kühlräume

Gefrierräume und Eiskeller

in

Metzgereien, Schlachthäusern
Comestibles-Geschäften

Hotels

etc.

erstellen wir aus den
imprägnierten

Korksteinplatten:
„Reform“

Vorzüge:

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

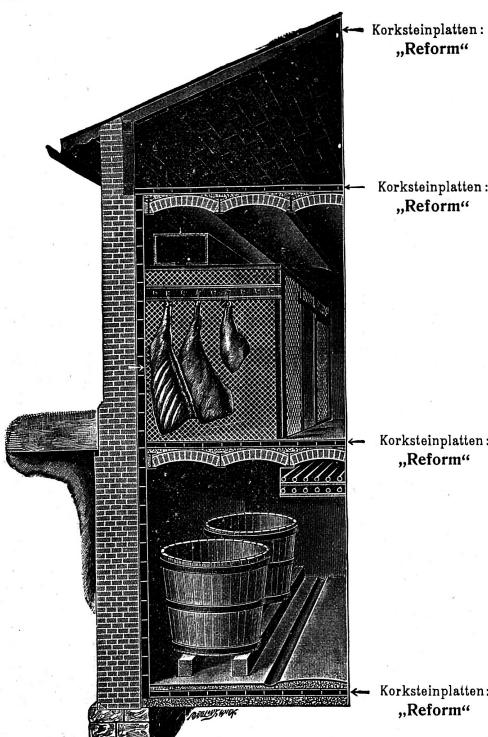
Ausführung durch eigene gut bewanderte
Fach-Arbeiter.

Vorzügliche Referenzen und Zeugnisse.

WANDER & C^o.
FÖRGEN

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

Erste und grösste Korksteinfabrik des Kontinents.



Feuerwerk

Aloys Müller's Söhne, Emmishofen (Schweiz).

Alteste pyrotechnische Fabrik und Kunsteuerwerkerie.

Beste und billigste Bezugsquelle vom kleinsten Auftrage

bis zum grössten Arrangement. 2020

Lieferung und Übernahme von bengalischen Beleuchtungen.

Spezialität in unübertroffenen Hagelraketen.

Patent im In- und Ausland.

Alarmraketen für Feuerwehren. Munition und

Viehsschussapparate aller Art. 18134

Kelvetia-Zündhölzer für Wirtschaften und Pri-

ivate bestens zu empfehlen.



mit Rohr und gestüpftem Kielbiss offeriert von M. 4.— mit M. 40.— per Mille. Muster gegen 40 Pf. in Schweizermarken. Korrespondenz möglichst deutsch. (D 6595) 3038

**Batteries de cuisines
pour HOTELS**
Restaurants, Pensions, Asiles, etc.

Exécution extra solide et soignée.

Schwabenland Frères, Zurich
Stampfenbachstrasse 9—11.

Téléphone 1316. Téléphone 1316.

London

Oxford Street W. Continentales Haus, im Zentrum der Stadt, 200 Zimmer und Salons.

Moderner Komfort. Missige Preise. 3050 The Geneva Hotels Ltd. 56770



JOHNS GERSBACH & CIE Kühlanlagen - Kühlzäune

für Speisen und Getränke mit Kalt-Trocken - Luftzirkulation bestes und bewährtestes System.

Feleshaufbewahrung 14 Tage tadellos.

REFERENZEN:

Umta^h Zürich.
Herrn E. Strübin & Wirth, Hotel Suisse, Interlaken.
Herrn H. Wyler & Cie., Hotel Savoy, Interlaken.
Herrn F. Frey, Hotel Concorde, Interlaken.
Dishausenstrasse 10, Lüttich.
Hr. Fieb, Bahnhofrestauratur Aarau.
Hr. Kühn, Bahnhofrestauratur Aarau.
Hr. Saraz, Palace-Hotel Pontresina.
Hr. Bachtal, Sils-Maria.
Hr. Stöckli, Hotel Adel und Kursaal, Adelboden und Frutigen.

Hr. Stöckli, Hotel Davos Platz, Davos Platz.
Hr. S. Marz, Hotel Davos Platz und viele andere.

Besuch und Kostenanschläge gratis.

Ausführung von Isolierungen für Maschinen-Kühung, Lieferung von Korksteinplatten u. and. isoliermaterialien.

Allein-Vertrieb für die Schweiz der Korksteinfabrik HESS, Mannheim.

AD. SCHULTHESS, ZÜRICH V.

Neueste und beste

Siede-Waschmaschine

mit patentiertem Reservoir-Ofen.

Unerreich großer Wascheffekt.

Bequemste, billigste Wascheinrichtung für

Hotels, Pensionen, Restaurants etc.

Spezialität:

Wellbleche für Bedachungen

Äusserst solid und billig.

Verlangen Sie la. Referenzen und illustrierte Kataloge.



MINISTÈRE des CHEMINS DE FER, POSTES et TÉLÉGRAPHES
DE BELGIQUE

Der beste, billige, höchst schnelle Reise-Weg

VON und NACH **LONDON**

geht über 388

Strassburg-Brüssel-Ostende-Dover.

Seefahrt nur 3 Stunden. Schnelldienst mit durchgehenden

Wagen aller Klassen zwischen Ostende und den grösseren Städten Europas.

Offizielle Vertretung: Albangraben 1, BASEL.

Für Hotels und Restaurants.
Empfehlung ganz feine (K 8443) 2040

Rahmkästli de Brie.

Beste Portionenkästli in Kisten von 36 Stück, per 1 Stück à 20 Cts. in Stanolyverpackung franco.

Emil Müller, Molkerei, Rothenburg bei Luzern.

Für die Bäder in den Hotels

unentbehrlich: Badesalze in Dosen.

Kohlensäure-Bäder „Marke Jungbrunn“

5 verschiedene Stärken. Von Aerzen warm empfohlen und überall von dem erholungsbefürchtigen Publikum verlangt. Verwendbar in allen Badezimmern.

Außenst. praktisch in der Verwendung; tadellose Kohlensäure-Entwicklung. — Billige Preise. 3063

Hans Kettiger, Chem. Fabrik, Aarau.



Champagner-Weinlager

2041 VON K 2112 Z

Ch. Binder-Broeg A. G.

Telephone No. 4165. Bureau: Oetenbachstr. 11.

vormals **Roch-Holzhalb.**

Vve Cliquot Ponsardin, Werlé & Cie. Pommery & Greno, Vve Pommery & fils Alfred de Montebello & Cie, Châtel de Mareuil Heidsieck & Cie. G. H. Mumm & Cie. Louis Roederer Moët & Chandon, Chandon & Cie. J. Bollinger Dufaut fils & Cie, Châtel de Pierry Ackermann-Laurance, Saumur Bouvier frères, Neuchâtel Louis Mauer & Cie, Motiers-Travers

Originalpreise. — Condition: Netto comptant.

A vendre

Hôtel de premier ordre

dans la station estivale la plus importante de la Haute-Savoie.

Excellentie clientèle. 94 lits. Occasion.

Adresser les offres sous chiffre H 752 R à l'administration du journal.

