

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 16 (1907)
Heft: 32

Artikel: Erwiderung an die "Rivista degli Alberghi"
Autor: T.G.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-523012>

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: 21.02.2026

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

BASEL, den 10. August 1907.

BALE, le 10 Août 1907.

N° 32.

Abonnement

Für die Schweiz
1 Monat Fr. 1.25
2 Monate " 2.50
3 Monate " 3.50
6 Monate " 6.—
12 Monate " 10.—

Für das Ausland:
(inkl. Porto-Freis.)

1 Monat Fr. 1.60
2 Monate " 3.20
3 Monate " 4.50
6 Monate " 8.50
12 Monate " 15.—

Vereins-Mitglieder erhalten das Blatt gratis.

Inserate:

8 Cts. per 1 spaltige
Millimeterzeile oder
d deren Raum. — Bei
Wiederholungen ent-
sprechend Rabatt,
Vereins-Mitglieder
bezahlen 4 Cts.
netto per Millimeter-
zeile oder deren
Raum.



N° 32.

Abonnements

Pour la Suisse:
1 mois Fr. 1.25
2 mois " 2.50
3 mois " 3.50
6 mois " 6.—
12 mois " 10.—

Pour l'Etranger:
(inclus frais de port)

1 mois Fr. 1.60
2 mois " 3.20
3 mois " 4.50
6 mois " 8.50
12 mois " 15.—

Les Sociétaires
reçoivent l'organe
gratuitement.

annonces:

8 Cts. per millimetre-
ligne ou son espace,
Rabais en cas de ré-
pétition de la même
annonce.

Les Sociétaires
payent 4 Cts. net
p. millimètre-ligne
ou son espace.

Organ und Eigentum des
Schweizer Hotelier-Vereins.

16. Jahrgang; 16^{me} Année

Erscheint Samstags.
Parall. le Samedi.

Organe et Propriété de la
Société Suisse des Hôteliers.

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

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

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

Siehe Warnungstafel!

AVIS

befreifend

Bezug der Jahresbeiträge pro 1907.

Am 10. August haben wir allen in der Schweiz domicilierten Mitgliedern einen **vollständig ausgefüllten Einzahlungsschein** zugehen lassen, mit welchem die Zahlung **kostenlos** an unser Postcheck-Konto in Basel geschehen kann.

Auf demselben Schein sind auch der **Beitrag an die Propagandakasse** (40 Cts. pro Bett) und der **Beitrag für die Annonce im Hotel-Führer 1908** notiert.

Dieser Sendung liegen diverse Drucksachen bei betr. die **Zentralisation der Hotel-Propaganda**.

Wir ersuchen die tit. Mitglieder, den **Einzahlungsschein vor dem 20. August** zu benützen, andernfalls der Betrag, wie früher, per Nachnahme und mit Zuschlag der Spesen erhoben würde.

Das Zentralbureau.

AVIS

concernant

l'encaissement des cotisations 1907.

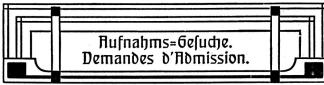
Le 10 août nous avons expédié à tous les Sociétaires, domiciliés en Suisse, un **bulletin de versement dûment rempli**, avec lequel le paiement peut s'effectuer **sans frais** à notre compte du Bureau de chèque postal à Bâle.

Sur ce même bulletin sont notés la **cotisation à la caisse de propagande** (40 cts. par lit) et le montant pour l'**annonce au Guide des hôtels 1908**.

Cet envoi contient divers imprimés concernant la **centralisation de la propagande hôtelière**.

Nous prions MM. les Sociétaires de bien vouloir utiliser le bulletin de versement **avant le 20 août**, car après cette date le montant serait pris en remboursement et au frais du destinataire.

Le Bureau central.



Frauleins Gassmann & Adler, Hotel Washington, Lugano 48

Patent: HH. C. Bueler, Hotel Rössli, S'ewen, and Ch. Landry, Grand Hotel, Brissago.

Herr E. Kohler, Bad- und Kuretablissement, Albisbrunn 80

Patent: HH. A. Geilenkirchen, Hotel Bernerhof, and E. Kohler-Büro, Basel.

Monsieur Théophile Rouge, Hôtel et Pavillon des Fougères, Caux 35

Parrains: MM. F. Buchs, Hotel Bellevue, Glion, and J. Schör, Grand Hotel Suisse, Montreux.

Wenn innerst 14 Tagen keine Einsprachen erhoben werden, gelten obige Aufnahmegerüste als genehmigt.

Si d'ici 15 jours il n'est pas fait d'opposition, les demandes d'admission ci-dessus sont acceptées.

Zum Bier-Boykott des Schweiz. Wirtevereins.

Der Verein der Hoteliers von Zürich und Umgebung, in seiner Eigenschaft als Sektion des Schweizer Hotelier-Vereins, hat in Ergänzung des in Lugano anlässlich der Generalversammlung gefassten Antrages in seiner Vorstandssitzung vom 1. August nach Anhörung eines wissenschaftlichen Referates das Vorgehen des schweizerischen Brauertrugs, dem Schweizer Wirtverein, im besondern dem kantonalen Wirtverein Zürich, seine tatkräftigste Unterstützung in weitgehendstem Masse zugesichert, und seine Mitglieder aufgefordert, sich der Bewegung in gegenwärtigen Momenten in der Weise anzuschliessen, dass Bierbezüge von den boykottierten Basler und Rheinfelder Brauereien in den Hotels der Vereinsmitglieder unverzüglich sistiert werden sollen.

Propaganda der Eisenbahnen, der Verkehrsvereine und der Hoteliers.

In Nr. 30 dieses Blattes wurde bei der Frage einer Vereinheitlichung der Hotelpropaganda kurz erwähnt, dass sich einer solchen Propaganda der Eisenbahnen und der Verkehrsvereine anschliessen müsste, wenn sie von Erfolg begleitet sein soll.

Zwischen den drei Gruppen, den Eisenbahnen, den Verkehrsvereinen und den Hoteliers, sind die wichtigsten Fragen der Propaganda schon jetzt Gegenstand einer gemeinsamen Verständigung. Für die Verkehrsvereine ist das selbstverständlich, denn Eisenbahnen und Hoteliers bilden ihre bedeutendsten Mitglieder, zahlen die grössten Beiträge, und haben daher ein Anrecht darauf, dass die Propaganda ihren Interessen dienstbar gemacht wird. Die Eisenbahnen und die Hoteliers aber sind sich wohl über Gemeinsamkeit ihrer Interessen klar, haben jedoch aus dieser Erkenntnis noch längst nicht die vollen Konsequenzen gezogen.

Le Bureau central.

Zwar leistet der Hotelierverein Beiträge zu einigen Publikationen der Bundesbahnen; auch besteht eine Kommission aller drei Gruppen, und ihre Beschlüsse werden von der Direktion der Bundesbahnen bei ihrer Propaganda berücksichtigt. Aber im übrigen ziehen alle drei Gruppen sehr häufig getrennte Wege, und es findet eine unnötige Kräftevergeudung statt.

Die Grenze zwischen Eisenbahn- und Verkehrspropaganda ist vielfach überhaupt nicht zu erkennen. Wenn die Bundesbahnen ein Plakat für Appenzell herausgeben und dieses den Erfolg hat, dass so und so viel Menschen jährlich sich dorthin wenden, geben diese Besucher nicht vermutlich mehr Geld in den dortigen Hotels aus, als für die Bahnhof? Wenn der Verkehrsverein Toggenburg eine Broschüre publiziert, fällt nicht die Einnahme an den Fahrten dorthin den Bundesbahnen zu? Und wenn ein grosses Hotel in Grindelwald in seiner Broschüre die Schönheiten des Grindelwalds preist, stellt es sich nicht zugleich in den Dienst der Berner Oberlandbahnen?

Wer will untersuchen, wem der Erfolg der solchergestalt unternommenen Propaganda eigentlich zu gute kommt? Sie dient doch dem Fremdenverkehr ganz allgemein und damit den Eisenbahnen, den Hoteliers und den Gewerbetreibenden zugleich. Was liegt also näher, als die Propaganda der Bahnen, der Verkehrsvereine und der Hotels, soweit sie sich bei Letzteren auf den Ort und nicht auf die Besonderheiten des Hauses bezieht, gänzlich mit einander zu verschmelzen?

Wenn es sich darum handelt, soll die Propaganda für die Schweiz als Reiseziel mehr als bisher einheitlich in grossem Stile zu betreiben, so werden wahrscheinlich zunächst einmal Kompetenzenfragen auferollt werden. Jeder Teil wird seine Selbstständigkeit wahren, keiner sich unterordnen wollen. Schön; aber wenn heute der Verkehrsverein für Graubünden eine reichhaltig ausgestattete Broschüre herausgibt, wenn dann die Rätische Bahn ebenfalls ein umfangreiches Buch mit Text und Abbildungen veröffentlicht, wenn die Bundesbahnen in einer Broschüre über die Ostschweiz dem Bündnerland eine grosse Reihe von Seiten widmen, und wenn dann schliesslich einzelne Hotels in ihren Prospekten auch noch Besonderheiten ihres Tales eingehend behandeln und mit Abbildungen belegen, was ist die Folge davon? Der Besucher nimmt alle diese Broschüren und Prospekte mit; vielleicht behält er sie und belastet sich mit einer Menge unnützen Papieres, vielleicht wirft er auch drei von den vier achtlos wieder fort. Welche Verschwendug von Unkosten! Ist es da nicht besser, man übt ein klein wenig Selbstverleugnung und geht von vornherein gemeinsam vor?

Die Hoteliers haben an dieser Verschmelzung ein mehrfaches Interesse. Vor allen Dingen kann es ihnen nur erwünscht sein, wenn das Propagabudget der Verkehrsvereine, das sie doch zum grossen Teil zu tragen haben, durch ein Zusammengehen mit den Eisenbahnen erleichtert wird. Dies soll nicht einmal in dem Sinne gemeint sein, dass weniger für Propaganda ausgegeben werden soll, sondern vielmehr, dass für das angewendete Geld mehr Besseres zu beschaffen ist.

Auch dass die Verschmelzung für die Eisenbahnen Ersparnisse bedeutet oder mit dem vorhandenen Budget mehr geleistet werden kann, ist für die Hoteliers von Wichtigkeit, denn jede Steigerung der Eisenbahnpropaganda kommt ihnen ebenfalls zu gute.

Das wie dirfte keinen nennenswerten Schwierigkeiten begegnen. Praktisch ist ja mit

den gemeinsamen Inseraten in England, denen sich ebensolche in Frankreich anschliessen sollen, bereits der Anfang gemacht worden. Auch besteht bereits die erwähnte Kommission zur Beratung von Propagandafragen. Ihr würde die Aufgabe zufallen, künftig über alle Publikationen zu beschliessen, die die Schweiz im allgemeinen, einen kleineren Teil derselben oder auch einen bestimmten Ort betreffen.

Die Propaganda für die einzelnen Orte und Talschaften ist jetzt ausschliesslich Sache der dort bestehenden Verkehrsvereine. Diese werden scheinbar einen Teil ihrer Selbstständigkeit verlieren, wenn sie sich für alle ihre Publikationen an die Kommission als Zentralstelle wenden müssen. In Wirklichkeit bleibt ihnen aber die Initiative für ihre Unternehmungen vollständig gewahrt; die Zentralstelle soll nicht einschränkend wirken, sondern im Gegenteil Erleichterungen bieten, teils indem sie die von den andern Teilen an die Propaganda des Einzelzertes zu leistenden Beiträge festsetzt, teils indem sie die künstlerischen und literarischen Kräfte, die technischen Hilfsmittel u. a. m. bereit hält, über die kleinere Orte nicht immer verfügen. Von der Zentralstelle kann, wenn die Leitung in den richtigen Händen ruht, ein außerordentlich segensreicher Einfluss auf die Ausstattung der Propaganda-Drucksachen ausgehen, dadurch dass sie die tiefstigen Kräfte des Landes heranzieht, die hier ständig lohnende Aufgaben werden. Allerdings wird da manches Oertchen darauf verzichten müssen, seiner Lokalgrösse für ihre schriftstellerische oder zeichnerische Betätigung billige Lorbeeren schlefen zu dürfen.

Die Eisenbahnen, in erster Linie die Bundesbahnen, die bisher zu der Propaganda der Einzelzertes im allgemeinen keine Zuschüsse geleistet haben, werden sich gewiss hierzu verstellen, in der Erwagung, dass diese nur ein Teil der allgemeinen Propaganda ist, und dass die eigentliche Eisenbahnpropaganda durch die Verschmelzung mit der Verkehrspropaganda überhaupt aufhört, zu bestehen. Die Verteilung der finanziellen Lasten wird überhaupt eine der schwierigsten Fragen bei der Verschmelzung bilden; diese unlösbar indessen, denn der bisherige Ausgabenetat der Bahnen, der Verkehrsvereine und des Hoteliervereins bietet eine feste Grundlage.

Die Verschmelzung kann sich natürlich von Ausnahmen absehnen, weder auf die Affischen oder Prospekte eines einzelnen Hotels, noch auf die Plakate und Fahrpläne von Bergbahnen erstrecken. Indessen kann die Zentralstelle auch dem einzelnen Hotelier in mannigfacher Weise zu Hilfe kommen, schon dadurch, dass ihr auch die Organisation der schweizerischen Reklame im Auslande zufällt.

Es wäre zu wünschen, wenn die hier angeschnittene Frage auf die Tagesordnung der nächsten Versammlung des Verbandes der Verkehrsvereine gesetzt würde und dann auch an die Eisenbahnen die Einladung erginge, zu der selben Stellung zu nehmen.

H. Biermann.

Erwiderung an die „Rivista degli Alberghi“.

Unsere scharfe Entgegnung an die Adresse des Herrn Morasso wegen seinen Artikeln im Neapolitaner *Mattino* und in der *Palermite Ora* hat uns italienischerseits einen Brief und einen Artikel eingetragen. Den Brief brauchen wir nicht zu beantworten, denn aus ihm ergibt ganz deutlich, dass dessen Schreiber den ver-

länderischen Artikel nicht gelesen hat und aus lauter Ritterlichkeit die Verteidigung Morassos übernahm. Der Artikel dagegen, in der *Rivista degli Alberghi* erschienen, spricht in voller Kenntnis der Tatsachen und verdient etwas näher angesesehen zu werden. Zuerst belehrt uns die italienische Schwesternorgan, dass Herr Mario Morasso nicht der erste Beste ist, sondern ein ziemlich bekannter Schriftsteller. Das macht seine Sache umso schlimmer, denn einem Menschen, der etwelchermassen angesehen ist, glaubt man eher, auch wenn er die ärgsten Verdächtigungen ausspricht, und die von einem bekannten Autor ausgestreuten Verläundungen laufen weiter als die Schmähungen einer dunklen Schreiberei.

Die *Rivista degli Alberghi* tadelt zwar tüchtig die „persönlichen und beleidigenden Urteile des italienischen Aestheten“ (1) aber nicht genug die Infamie und Gemeinheit des Artikel-schreibers hervor, der mit seinen Anklagen nicht das geringste gegen die Ehrenhaftigkeit der Schweizerbevölkerung beweisen kann, sie aber trotzdem eine Bande von Dieben und zurückgebliebenen Barbaren nennt.

Die *Rivista* erhebt nun den Vorwurf, wir seien in unserer Erwiderung in den Spuren Morassos gewandelt und hätten unsere Widerklagen, gerade wie er, verallgemeinert. Abgesehen davon, dass es in der übrigen Schweizerpresse noch schärfer geklungen hat, ist die Anklage nicht ganz richtig.

Wir waren in der Lage eines Advokaten, der einen Klient zu verteidigen hat, der so unnatürliche und zugleich lächerlicher Dinge angeklagt ist, dass eine Beweisantretung seitens des Angeklagten, abgesehen von ihrer nahezu unmöglichen Durchführung, den Schein erwecken muss, es sei etwas, wahres an der Sache. Da hat dann der Advokat das Recht zu fragen: Ja, was sind denn das für Leute, die so ungewöhnliche Anklagen vorbringen? Was sind das für Bildungshüter, die unsere Schulen verläumden, unsere Behörden beschimpfen, unsere Sitten verhöhnen, unsere Bevölkerung beleidigen? Und wenn man dann vernimmt, dass diese Anklagen nicht von dem hochstehenden moralisch gesunden Oberitalien herrühren, sondern von Neapel und Palermo, so wird auch die *Rivista* begreifen, dass wir auf diesen pikanten Kontrast aufmerksam machen durften, und auf die Bildungsstufen hinzuweisen berechtigt waren, in welcher die Bevölkerung dieser beiden Provinzen (nicht etwa von ganz Italien) steht.

Im Grunde ist es der Fall nicht wert, mit unsrer befreundeten *Rivista* deswegen eine Polemik anzufangen. Wir sind jedoch überzeugt, dass unser Ton berechtigt war, denn wenn man in Zukunft weiß, dass scharf geantwortet wird und dass der moralische Schaden auf dem Angreifer zurückfällt, so dürfen die einfältigen Anrempelungen auf unser Land nach und nach seltener werden.

Th. G.

—

Franzosen in der Schweiz?

In der „Kölner Zeitung“ vom 30. Juli wird mit sonorer Entrüstung über das Franzosenstum in der deutschen Schweiz gewettert, und es wird dabei den Deutschen der Rat erteilt, die Schweiz zu meiden, weil man hier überall — französische Speisekarten treffe — darin besteht nämlich dieses Franzosenstum!

Der entrüstete Germane hat sich in der Schweiz deswegen teuflisch geärgert. Er hat jeden Tag, bei jedem Essen, mit dem Wirt, mit dem Kellnerin, ja mit dem Koch Handel bekommen, indem er deutsche Benennung der Speisen verlangte. Er schliesst seine Epistel mit dem Satze:

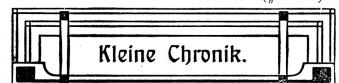
„Es handelt sich um unser Ansehen und unsere Bewertung im Auslande; denn eine französische Speisekarte in einem deutschen

Land muss jeder anständige Deutsche als eine persönliche Beleidigung empfinden. Drum ihr deutschen Reisenden, die ihr in diesem Jahre die Schweiz überfliegen, sprecht deutsch, verlangt deutsche Erwidern, und zeigt vor allem den Gasthofbesitzer, dass ihr Deutsche und keine Franzosen seid.“

Der Mann hat insoweit nicht unrecht, wenn er es lächerlich findet, dass man in deutschen Sprachgebieten sich auf das Deutsche so wenig zu besinnen scheint, wenn man den Gästen sagen will, was ihnen zu Tische vorgesetzt wird. Das ist aber nicht nur in der Schweiz so. Wir haben erst berichtet, wie sich einer in den „M. N. N.“ über die in Deutschland herrschende Unsittlichkeit der französischen Speisezettel lustig gemacht. Als guter, kerngesunder Deutscher machte er sich darüber lustig. Der Dütfler der Kölnerischen dagegen ärgert sich, ärgert damit auch andere, und das ist dumm. Wie würde er sich erst ärgern, wenn er im Schwarzwald, im bayerischen Oberland oder im „urdeutschen“ Tirol, ja selbst in Berlin, von den Rheinländern gar nicht zu reden, die Speisekarten mit jenem schrecklichen Französisch oder jenem oft total verhunzten Deutsch lesen müsste!

Darum wird man gut tun, auf allen Reisen den kleinerlichen Sinn zu Hause zu lassen, sich an Speise und Trank gütlich zu tun und nur dann zu schimpfen, wenn diese schlecht sind — dann ist einem wohl auf Reisen, und umso wohler, je schöner das bereiste Land ist!

(L. T.)



Kleine Chronik.

Furkastrasse. Das Hotel Belvédère ist mit elektrischem Licht und Heizung versehen. Die Aufstellung eines Scheinwerfers ist in Aussicht genommen.

Leysin. Suivant décision de l'Assemblée générale de la Société anonyme du Grand Hôtel Anglo-Américain et les Chamois celui-ci s'appellera désormais Sanatorium Les Chamois à Leysin.

Bordighera. Herr G. W. Kohl, langjähriger Direktor des Hotel Belvédère in Beaulieu, hat von Herrn Puccetti, dem Hotel de Londres in Bordighera einen Antrag erworben und will dort es unter dem Namen Hotel d'Albion weiter führen. Eröffnung am 1. Oktober.

Marienbad. Hier drohen die Kollegen mit Streiken. Sie verlangen bessere Kost- und Schafstafeln im Hause und fordern, dass der Servierkellner auch das Inkasso bei jenen Tischen habe, wo er bedient. Die Kellner von Karlsbad sollen sich mit den Marienbadern solidarisch erklären. (N. Fr. Pr.)

Köln. Das an das Hotel Ernst rückwärts grenzende, 600 qm grosse Grundstück Bahnhofstrasse 6, auf dem ein statiger Patrizierbau neuerer Zeit steht, ist für 450.000 Mk. zu dem Hotel hinzugekauft worden und soll in den geplanten modernen Neubau einbezogen werden. Mit letzterem soll, wie jetzt bestimmt verlautet, alsbald begonnen werden.

Vom Flaschenhändler. Im Gegensatz zu Basel ist diese Frage in der Waadt auf friedlichem Wege gelöst worden, indem der waadtässische Wirtverein in seiner jüngst stattgefundene Jahresversammlung die Vertrag mit dem schweizerischen Brauereiverband unterschrieben hat. Die Waadt enthielt u. a. den Verbot, Bier in Flaschen in der Zahl von weniger als 12 abzugeben. Konflikte sind einem Schiedsgericht zu unterbreiten, das Strafen von 100 bis 2000 Fr. verhängen kann. — In Luzern hat der Wirtverein beschlossen, gegen sämtliche Basler und Bernfelder Brauereien den Boykott energisch durchzuführen.

Falsch gerechnet. Der *Gaulois* in Paris rechnet aus, dass jährlich 3 Millionen Touristen die Schweiz bereisen. Der Durchschnitt ihrer Ausgaben betrage aber nur 50 Fr. pro Kopf, die Gesamtausgabe somit 150 Millionen Franken. An diesen Betrag ist die Zahl der Touristen, denn soll in den Jahren mit ausgezeichneten Saison wird die Besucherzahl eine halbe Million nicht überschreiten. Es will uns scheinen, der *Gaulois* habe seine Neuigkeit aus einem Eisenbahnbüro geschöpft, wo es sich nicht nur um Touristen, sondern um Reisende überhaupt handelt. Damit verliert auch die angegebene Zahl von 50 Fr. als Gesamtausgabe pro Kopf ihren Wert; denn allein in den Hotels werden jährlich 150—180 Millionen Franken verausgabt, also nicht mitgerechnet Eisenbahnen, Schiffe, Einkäufe etc.

Verband der bündnerischen Verkehrsvereine.

Am Montag tagt in Chur die kantonalen Wegmarkenkommissionen zur Bearbeitung der Organisation des neuen Posten-Durchgangsvertrages und der beschlossenen allgemeinen und einheitlichen Markierung der wichtigsten Pässe des Kantons. Das Projekt, welches in seinen allgemeinen Grundzügen von der Delegiertenversammlung angenommen wurde, stellt sich als erweiterungsbefürdig in bezug auf die Anzahl der zu markierenden Pässe heraus. Eine auf Ende August oder Anfang September einzuberufende zweite Versammlung soll auf Grund der Anträge der Sektionen die Liste der zu markierenden Pässe festsetzen. Die Durchführung der Markierungsschritte dürfte 2—3 Jahre in Anspruch nehmen. Der Kanton wird in mehrere Bezirke geteilt, die soweit möglich, gleichzeitig in Angriff genommen werden sollen.

Schweizerische Landes-Ausstellung. Das vorberatende Komitee für die Schweizerische Landesausstellung in Bern hat folgendes Budget aufgestellt: Vorausgesetzt sind ca. 10.000 Aussteller und 1.600.000—1.800.000 Besucher. Einnahmen und Rückvergütungen — es werden nur die Hauptposten erwähnt —: Subventionen à fonds perdu: Bund 1.500.000 Fr., Kanton Bern 100.000 Fr., Stadt Bern 350.000 Fr., Burgergemeinde 100.000 Fr., andere Kantone 150.000 Fr., Privatbetriebe 150.000 Fr., Garantiekapital 300.000 Fr., Bauten, Anlagen 300.000 Fr., Platzgelder, Versorgungskosten 100.000 Fr., Bruttogelder 1.600.000 Fr., Drucksachen 350.000 Fr., Wirtschaftsabgaben 300.000 Fr., Verlosung 1.200.000 Franken, besondere Ausstellungen 600.000 Fr., Total 8.730.000 Fr. Unter den Ausgaben figuren folgende Hauptposten: Garantiekapital 600.000 Fr., Zentraleleitung 300.000 Fr., Bauten 3.500.000 Fr., Installationen 700.000 Fr., Aufsicht, Reinigung 800.000 Franken, Drucksachen 470.000 Fr., Verlosung 800.000 Franken, besondere Ausstellungen 600.000 Fr. Total 8.730.000 Fr.



Polizei. Leider roch aber der Kerl auch Lunte und bevor die Polizei und die Antret von Locarno da waren, schoss er plötzlich auf Herrn Alberti auf Nimmwiederstrasse. — Und wir wissen nicht, ob er die *Duchessa*. Der Schwindler konnte unseres Wissens noch nicht festgenommen werden. Er ist mittelgross, proportionierte Statue, mit graumeliertem Schnurrbart, trug graue Kleidung mit schwärztem, weichem Hut. — Möge niemand hereinfallen.

Am der Red. Dieser Wunsch ist leider nicht in Erfüllung gegangen, denn wie uns vom gleichen Orte gemeldet wird, ist es dem Schwindler gelungen, mit dem lächerlichen Manöver ein Hotel um 450 Fr. zu beschwindeln. Der Bestohlene gibt nachstehende Schilderung des herzoglichen Couriers: Er ist von kleiner Statur, 40—45 Jahre alt, trägt blaugrauen Anzug, grauen Schnurrbart, Italiener, spricht gebrochen französisch.



In Sachen der Firma Zündorf & Cie., als Verleger des Albums „Die Hotels und Bergbahnen der Schweiz“ können wir den Interessenten mitteilen, dass das von ihr herausgegebene Album nun wirklich erschienen und vertragsgemäss zum Versand gebracht ist. Ein Verzeichnis der 1000 Hotels, denen das Album zum Auslegern in die Ausstellung nicht wird, wird jedem Interessenten zugestellt und es wird ein amtlich beglaubigtes Exemplar in unserem Bureau, sowie in den Verkehrsbüros von Genf, Montreux, Interlaken, Luzern, St. Moritz, Davos, Lugano und bei der Verlagsfirma in Zürich zur Einsicht aufliegen; so lautet die Erklärung der Firma. Ob dem so sein wird, wird sich jeder in den nächsten Tagen mit Leichtigkeit (telephonisch) überzeugen können. In der Versandliste vermissen wir allerdings die Reisebüros, von denen im Vertrag ebenfalls die Rede ist.

Was die vortrüglich versprochene Vervollständigung der Liste in der gelesenen Hotelzzeitung betrifft, so hatte die Firma die Absicht, hier den Inserentenstiel der „Hotel-Revue“ zu benutzen und es wurde in der Tat auch eine bezügliche Anfrage an uns gestellt; wir haben uns aber veranlasst gesehen, die Aufnahme eines solchen Inserates aus prinzipiellen Gründen abzulehnen.

Gegen die innere und äussere Ausstattung des Albums lässt sich nichts einwenden, dagegen haben die Inserenten guten Grund unbehagen zu sein darüber, dass es einige Monate zu spät erschien, um seine Wirkung — Propagandamittel — nach für dieses Jahr auszuüben. Es ist eben bedauerlich, dass die Reisenden solcher Unternehmen den Hoteliers gewöhnlich das Blaue vom Himmel herunter versprechen, wohl wissend, dass es nicht gehalten werden kann. Ob das Ganze den von jedem einzelnen zu leistenden Betrag von 200 Fr. wird, ist das muss die Zukunft Lehren.

Vertragsbruch. — Rupture de contrat.

Emanuel Richard, Kellner.

C. Savatz, Palace Hotel, Pontresina.

Gustav Bachmann, Officier.

E. Bob, Direktor, Hotel Waldstätterhof, Luzern.



Herbst- und Winter-Saison.

P. P.

Den ffs. Mitgliedern des Schweizer Hotel-Derwells hiermit zur ges. Kenntnahme, da unsre, im Einerstand und unter Mitwirkung des Centralbureaus des Hotel-Derwells unternommene Doraarbeiten zur

Centralisierung der Hotel-Propaganda so weit vorgeschritten sind, dass wir ab heute Propaganda-Rufräge zu den vorerthalteten Bedingungen auszuführen in der Lage sind. Reisende zur Verfügung.

Union-Reklame, Luzern
Konzeptionär des Publicitätsdienstes des S. f. V.
Telephon 1276.



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

An die tit. Inserenten!

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

Seide

Messaline-
u. Radium-

Gestreifte
u. karrierte

Seide

Louisine-
u. Taffet-

Seide

Satin Chine-
u. Ajourée-

Seide

G. Henneberg, Seiden-Fabrikant, Zürich.

Wegen Wegzug

zu verkaufen

in aufführendem Luftkurort Graubündens ein bestrenommtes HOTEL mit schönem Bauterrain und gegenwärtig bis auf den letzten Platz besetzt.

Offerten unter Chiffre H 758 R an die Exped. ds. Bl.

Für Hotels und Restaurants.

Empfehl. ganz feine (K 8443) 2040

Rahmkästli de Brie.

Beste Portionenkästli in Kisten von 36 Stück, per 1 Stück à 20 Cts. in Stanziolverpackung franko.

Emil Müller, Molkerei, Rothenburg bei Luzern.



Vins fins de Neuchâtel

SAMUEL CHATENAY

Propriétaire à Neuchâtel

Marque des hôtels de premier ordre

Depot à Paris: V. Pâder, au Chale Suisse, 41 rue des Petits Champs.

Depot à Londres: J. & R. McCracken, 38 Queen Street City EC.

Depot à New-York: Cusener Company, 110 Broad Street.

BAHNHOF-HOTEL
in bedeutender Stadt Süddeutschlands billig zu verkaufen. Gut gelegenes, nett eingerichtetes und brillant arbeitendes Geschäft, das leicht vergrössert werden kann. Nütziges Kapital mindest. Fr. 30.000.—. Agenten erhalten keine Antwort.

Offerten unter Chiffre H 358 R an die Expedition ds. Bl.

Zu verkaufen
besonderer Umstände halber eine in vollem Betrieb stehende
Fremdenpension
mit ca. 70 Betten, grossem Umfelde, prächtigem Naturpark, Schiff- und Bahnhof am Vierwaldstättersee. Anzahlung nicht unter 50 Mille.

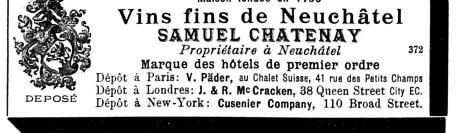
Offerten befördert unter Chiffre H 767 R die Expedition dieses Blattes.



MONTRÉUX EAU ALCALINE
En vente dans tous les hôtels de premier ordre.

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

355



Maison fondée en 1796
Vins fins de Neuchâtel
SAMUEL CHATENAY
Propriétaire à Neuchâtel
Marque des hôtels de premier ordre
Depot à Paris: V. Pâder, au Chale Suisse, 41 rue des Petits Champs.
Depot à Londres: J. & R. McCracken, 38 Queen Street City EC.
Depot à New-York: Cusener Company, 110 Broad Street.