

| | |
|---------------------|---|
| Zeitschrift: | Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels |
| Herausgeber: | Schweizer Hotelier-Verein |
| Band: | 16 (1907) |
| Heft: | 35 |
| 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: 24.08.2025

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

Schiveizer Hotel-Revue

La Revue Suisse des Hôtels

Les Agences de Publicité et la Centralisation de la propagande d'hôtel. (Une autre réponse.)

Comme suite à l'article publié à ce sujet dans le dernier numéro de notre "Revue", nous reproduisons aujourd'hui la réponse de l'Union-Réclame à Lucerne et celle de la Société Suisse des hôteliers aux insinuations répandues par quelques journaux affirmées aux agences de publicité Haasenstein & Vogler et Rudolf Mosse.

Divers journaux dont la légitimité est affirmée à l'Agence Haasenstein et Vogler, ont accueilli il y a quelques jours, une correspondance anonyme, dirigée contre l'Union de journaux suisses pour la publicité (Union-Réclame) à Lucerne. Cette correspondance contient des allégations tout à fait inexacts quant aux rapports de l'Union-Réclame soit avec les éditeurs de journaux, soit avec la Société suisse des hôteliers; elle ne saurait donc demeurer sans réponse.

L'auteur de la correspondance prend prétexte d'une note parue le 11 juillet dans le *Zeitungsvorlag* de Hanovre. Mais il n'en cite qu'une seule phrase. Pourquoi n'a-t-il pas reproduit aussi la conclusion: "En somme nous espérons que le questionnaire de l'Union-Réclame trouvera un accueil favorable auprès des journaux"? Voilà ce que dit l'organe officiel des éditeurs allemands.

Le devoir le plus élémentaire obligeait, semble-t-il, l'auteur à reproduire également la rectification insérée, à la demande de l'Union, dans le numéro du 18 juillet; le *Zeitungsvorlag* reconnaît que l'Union ne s'est pas intitulé bureau central des éditeurs de journaux, mais simplement bureau central d'éditeurs de journaux. Le numéro du 8 août contient une seconde rectification; le *Zeitungsvorlag* déclare une fois de plus que l'Union n'a jamais prétendu être le bureau central des éditeurs de journaux suisses, que, bien au contraire, elle a spontanément demandé que la chose fut remise au point.

L'Union a d'ailleurs le droit de s'appeler bureau central d'éditeurs de journaux. Elle a été fondée en 1905 par des éditeurs suisses et a recueilli, en peu de temps, l'adhésion de 178 éditeurs, représentant environ 300 publications. Son but est de mettre à la disposition du public un intermédiaire impartial, qui travaille dans des conditions strictement déterminées et sous le contrôle des éditeurs eux-mêmes. Il est vrai que l'entreprise a été reconstituée il y a quelques semaines; mais son but n'a été modifié en rien.

L'Union, bien que le bureau central d'éditeurs de journaux, n'a rien de commun avec la Société suisse des éditeurs de journaux, ni avec la journaliste de cette société. La raison en est fort simple: la société des éditeurs ne s'occupe pas de publicité, tandis que telle est précisément l'activité de l'Union.

En ce qui concerne la publicité des hôtelières, il nous suffira de reproduire la déclaration suivante:

Bâle, le 15 août 1907.

Quelques journaux ont publié une correspondance, qui traite dans sa dernière partie des rapports entre l'Union-Réclame de Lucerne et la Société suisse des hôteliers. Comme le correspondant assure qu'il est inspiré par "l'intérêt même des hôteliers", nous nous permettrons une courte rectification.

L'auteur de la correspondance donne à entendre que l'Union se fait passer à tort, "comme le bureau central de la Société suisse des hôteliers pour la propagande d'hôtel". Or, l'Union s'est simplement intitulée "seule concessionnaire pour la Suisse et l'étranger du service de publicité de la Société suisse des hôteliers", comme nous lui avons expressément accordé le droit de le faire.

L'autre affirme également que la Société suisse des hôteliers "n'a nullement conféré à l'Union un monopole quelconque pour le service de sa publicité". Il n'a jamais été dit nulle part qu'un tel monopole ait été accordé. Puisqu'on estime qu'il importe au public d'être entièrement édifié sur ce point, voici ce que porte l'article 1^{er} du contrat passé entre l'Union et la Société suisse des hôteliers:

"La Société suisse des hôteliers concède à l'Union l'organisation et l'exploitation d'un service général de publicité, mis à la disposition de tous ses membres."

"Ne pouvant lier, par le présent contrat, ses adhérents individuellement, ni leur imposer d'étreinte obligation, la Société suisse des hôteliers s'engage cependant à faire tout ce qui sera matériellement et moralement en son pouvoir pour que l'ensemble de la publicité faite par ses membres dans les journaux, revues, horaires, guides et publications quelconques, tant en Suisse qu'à l'étranger, passe par l'entremise de l'Union."

Nous avons aussi ainsi mettre fin à des abus criants dont ses membres se plaignaient.

Quand aux conditions de tarifs obtenues, c'est affaire — chacun le comprendra — entre l'Union et les hôteliers. Il nous suffira de déclarer que nous les considérons comme également avantageuses pour les éditeurs de journaux et les hôteliers, leurs clients. Il restera peut-être un peu moins d'argent entre les mains des intermédiaires, aussi nous ne nous étonnons nullement que ceux-ci ne manifestent pas une satisfaction sans mélange; mais en quoi cela peut-il bien intéresser le public?

Au nom de la Société suisse des Hôteliers:

Le Président: F. Morlock.

Le Secrétaire: O. Amsler.

Nous n'avons nullement l'intention d'entamer une polémique. Nous avons simplement tenu à repousser une attaque injustifiée. Pour cela nous sommes vus à regret dans la nécessité de constater publiquement que l'auteur de cette attaque n'a tenu aucun compte d'une importante rectification que nous avons déjà faite et a cherché à induire le public en erreur au moyen d'affirmations inexactes.

Lucerne, le 17 août 1907.

Union de Journaux suisses pour la Publicité S. A.

Les origines de l'industrie hôtelière en Suisse.

Dans les *Berliner Neueste Nachrichten*, Monsieur le Dr. J. Wiese publie une étude sur les premières hôtelières en Suisse. Il démontre comment l'hôtel confortable, dont notre industrie peut être fière à juste titre, est une création relativement moderne. Nous reproduisons ici cet article fort intéressant presque en entier:

"Les hommes ne comprenaient pas autrefois la beauté des Alpes. Dans l'antiquité et au moyen-âge, elles les épouvaient et, les terrifiant, elles leur semblaient diaboliques. Liviis exprime l'impression que produisaient les Alpes sur les Romains par le mot connu "l'horreur des Alpes". Pour les Romains, les Hautes-Alpes étaient la contrée de dangers sans nom et de l'abomination de la désolation. On ne voyait alors que les difficultés de l'ascension, l'escarpement des flancs de la montagne. On redoutait l'étroit passage qui serpentait à une hauteur vertigineuse, au-dessus de l'abîme, où craignait les avalanches et la solitude de ces hautes déserts, couvertes de glaces et de neiges éternelles. Cependant les Romains continuaient de nombreuses routes dans les Alpes.

Les Alamans, héritiers des Romains en Suisse, ne comprirent pas mieux la beauté des Alpes. Leurs descendants les peuplèrent d'esprits surnaturels, créèrent tout un monde fantastique qui, dans leur imagination, rendait l'accès de ces hauteurs dangereux. Malgré cela, les chevaliers et les croisés, les troubadours et les écoliers, les marchands et les contrebandiers franchissaient les Alpes et, lorsque tout l'Occident alla combattre le croissant, ces passages alpestres étaient très fréquentés. Mais tous ces voyageurs ne comprenaient pas la beauté des Alpes. Aucun poète du moyen-âge ne les a chantées et cependant plus d'un d'entre eux les avait franchies. En général, la solitude de la haute montagne laissait une impression pénible au voyageur. Les hommes au moyen-âge avec leurs sentiments naïfs croyaient percevoir partout les traces du diable; ils s'imaginaient que des esprits malfaits se cachaient sur la montagne pour faire périr le voyageur audacieux. Même aux siècles suivants, les admirateurs des Alpes sont encore bien rares. Ce n'est que lors des ascensions célèbres du savant H. B. de Saussure et surtout sous l'impression de la "Nouvelle Héloïse" de Rousseau que, peu à peu, un plus grand public commence à comprendre les beautés et les merveilles de la nature alpestre.

Aujourd'hui, où les Alpes sont de plus en plus le but de pèlerinage de tout le monde, où des milliers de personnes viennent y chercher la santé et la joie de vivre, aujourd'hui où l'on vient fortifier le corps et l'esprit en surmontant les obstacles que la nature y a créés, nous ne pouvons que difficilement nous représenter ce qu'était un voyage dans les Alpes, il y a mille ans. Les voyageurs prudents suivait l'exemple de cet évêque de Spire qui, en chemin pour Rome, longeait le Lac de Constance et le Rhin et qui commanda à l'avance 6 pots de vin et 30 pots de bière dans une hôtellerie à Bâle.

La situation s'améliora quand par un édit de Charlemagne, les fondations pieuses, les églises et les couvents furent tenus de fonder des hospices pour les voyageurs, et c'est là l'origine des hospices existant encore aujourd'hui. Ces hospices ou asiles, où les pèlerins et les

vagabonds étaient recueillis, nourris, soignés gratuitement, où ils pouvaient même prendre des bains, étaient sous le patronage de St. Jacques, patron des pèlerins. Jusqu'au temps de la Réforme, nous en trouvons sur toutes les routes alpestres fréquentées et dans les villes. Il y en avait à Bâle, Berne, Zurich, Zofingen, Lucerne, Schaffhouse, St-Gall et Genève. De tous les hospices bâti sur les cols alpestres en Suisse et existant encore aujourd'hui, celui du St-Bernard est le plus connu; il a été chanté par le poète Rogers, car il accueille tout voyageur, quelle que soit sa patrie, quelle que soit sa religion.

L'affluence des étrangers était énorme dans beaucoup de ces hospices, ainsi que dans plusieurs couvents qui accueillaient aussi les voyageurs. Ils recevaient souvent cent personnes par jour et avaient les installations voulues pour nourrir tout ce monde. Ainsi, en 872, l'abbaye de St-Gall pouvait cuire 1000 pains d'une journée dans sa boulangerie, et la cuisine de ce couvent devint "l'école de l'art culinaire en Allemagne."

Peu à peu des auberges furent créées, l'on distinguait bientôt 3 classes d'aubergistes: l'aubergiste seigneurial, l'aubergiste des marchands, et le rotisseur. À Bâle, par exemple, les aubergistes de premier ordre recevaient les seigneurs ecclésiastiques et laïques en voyage ou habitant la ville. En 1495, un repas chez un aubergiste de première classe ne devait pas coûter moins de 10 centimes; en 1556, le prix d'un repas avec viande fut fixé à 3 shillings et celui d'un repas avec poisson à 2 batz. Les aubergistes des marchands avaient la clientèle de la classe moyenne. Les rotisseurs ne devaient vendre à leurs clients, outre les produits de leur rotisserie que du vin fourni par les cabaretiers. Nous pouvions nous faire une idée d'une auberge au début du 14^e siècle, en lisant les "chants d'automne" du poète zurichois Hadloub. Pour avoir la clientèle des joyeux compagnons, il fallait que l'aubergiste puisse leur servir "le meilleur rôti de porc", de bon vin, des saucisses, des cervelles de mouton, des tripes, des canards, des chapons, des poulets, des oies, des faisans, des pigeons, du sancisson, du jambon, de la fraise de veau, et un abat d'oie. Ce n'est qu'alors qu'ils disaient tous: "L'automne vaut plus qu'une gemme, heureux l'aubergiste qui nous offre tout cela".

Les auberges d'autrefois étaient sombres, car les fenêtres étaient petites et recouvertes de parchemin ou d'étoffe. Ce n'est qu'au quinzième siècle que ces fenêtres firent place aux vitres en fond de bouteille, ornées d'armoiries peintes sur verre qu'on suspendait au-dessus et à côté de ces vitres. Une auberge ne pouvait se passer de cet ornement. Le grand humaniste Erasmus de Rotterdam fit un tableau un peu sombre des moeurs d'auberge en Allemagne, en Italie et en Suisse et beaucoup de ses contemporains certifient que ce tableau était juste. Il trouve en particulier les aubergistes suisses outrecuidants et peu aimables et leurs auberges malpropres. Jamais un aubergiste allemand n'accueillait bien ses hôtes. En général, on ne leur répondait pas quand ils demandaient s'il y avait de la place pour coucher; du moment qu'on ne les mettait pas à la porte, ils pouvaient admettre qu'il y avait une couche à disposition. Quand le voyageur demandait où était l'écurie, on lui montrait du doigt un hangar. Dans le règne, l'aubergiste ne servait pas chaque hôte à part, les repas étaient servis en commun pour tous les voyageurs et l'on en retardait l'heure jusqu'au moment où l'on n'attendait plus personne.

Erasmus de Rotterdam raconte qu'en attendant, les hôtes faisaient leur toilette dans la salle de l'auberge, ils ciraient leurs souliers et leurs bottes et changeaient même de chemise. Puis on faisait asseoir toujours 8 voyageurs à une table couverte d'une nappe grossière. Pour faire passer le temps, les voyageurs nettoyaient les assiettes en bois, les cuillers en bois et même le pain. Un sommelier barbu qui s'occupait de la comptabilité à côté de son service, apostrophait tous ceux qui osait lui demander un meilleur vin. Ce n'est que quand le repas était terminé (le menu était invariably le même) que chaque client pouvait commander le vin qui lui convenait. Le grand humaniste se plaint vivement de ce que l'on servit du fromage "vivant" et sentant mauvais.

Ce n'est qu'après les repas que la vraie vie d'auberge commençait et la soif germanique ne faisait pas défaut. A la fin, l'aubergiste envoyait tout ce monde, il y avait souvent 80—90 voyageurs, dans le grand dortoir, où ils étaient en général entassés comme des fagots. A l'écurie, chaque voyageur souffrait lui-même sa monture, l'aubergiste n'aimait pas vendre du foin et quand il le faisait, il en demandait le même prix que pour l'avoine. Il faut croire que malgré sa bonne foi, Erasmus a un peu exagéré et un peu trop généralisé.

Ce n'est que beaucoup plus tard que les hôtels, tels que nous les entendons se dével-

loppeurent. Dans ses lettres bien connues sur la Suisse, C. Meiners mentionne en 1782, qu'il existe quelques hôtels à Unterseen près d'Interlaken, mais il ajoute, "qu'on faisait mieux de ne pas y aller en trop nombreux compagnie, si l'on voulait avoir un bon lit, l'affluence des étrangers étant très grande". Une légère carrière transportait les touristes d'Unterseen à Lauterbrunnen quand ils ne préféraient pas faire la route à pied. En 1791 Lauterbrunnen avait déjà une auberge passable. Meiners lui-même préfère user de l'hospitalité du pasteur, homme "très aimé et très loquace", qui pouvait loger dans sa cure spacieuse, un certain nombre de personnes et leur offrir des lits excellents. Meiners trouve la table du pasteur aussi bien servie, "qu'on pourrait l'exiger dans une grande ville" et comme il était conseiller royal de la cour de Grande-Bretagne et professeur ordinaire de philosophie à l'université de Gottingue il savait ce qu'était une table bien servie. La viande de chamois et le jambon séché étaient les plats les plus recherchés du menu et le savant professeur de Gottingue trouvait ce dernier "plus tendre et plus savoureux" que le meilleur jambon de Westphalie qu'il eut jamais mangé.

Dans le pays, l'on se plaint bientôt que la munificence de certains voyageurs corrompt la population et invite les aubergistes à hausser leurs prix. Heidegger, par exemple, se plaint en parlant de Brunnens dans ces termes: "Les voyageurs blasés, vaniteux et peu intelligents nuisent en Suisse au touriste honnête, voyageant d'une manière raisonnable, mais n'ayant ni guinées, ni livres sterlin, ni louis-d'or à gaspiller. Ces gens ont rendu les hôtelières, les bateliers, les charretiers et les guides après au gain vis-à-vis de l'étranger. Depuis que les voyages en Suisse sont à la mode et que des caravanes entières de gens riches vont consulter le célèbre docteur empirique Michel Schupbach, grâce aux bons hôtels suisses, ces gens trouvent partout des chambres propres et une nourriture bien préparée, ainsi qu'un service bien fait, ce qu'on ne trouve pas toujours dans des villes assez importantes. Trop heureux d'être si bien reçus, ces richards prodiguent leur ou leurs Suisses. C'est ainsi que les prix modestes, fixés pour le transit par les autorités du pays ont été dépassés à beaucoup d'endroits."

Un auteur bien connu, Jeanne, raconte qu'en 1840 l'on payait 14 à 16 francs dans les hôtels en Suisse et que la cupidité des hôteliers n'avait plus de bornes. Ce n'est qu'en 1843 que quelques hôteliers s'entendent pour fixer un tarif uniforme et pour introduire une industrie hôtelière rationnelle. Les bateaux à vapeur sur les plus grands lacs suisses, les communications plus faciles et un réseau de chemin de fer toujours grandissant, rendirent les voyages moins longs et par là même meilleur marché. Peu à peu la classe moins aisée put se permettre un voyage en Suisse. Ces changements dans la clientèle amenèrent des changements dans les hôtels mêmes. Dans les villes toujours plus populaires, ils se distinguèrent bientôt par une apparence toujours plus élégante, par une cuisine plus recherchée, par un service toujours plus soigné et aujourd'hui, ils cherchent à s'assurer une clientèle par une propreté irréprochable et des installations répondant à toutes les exigences du temps moderne.

Opinion d'un premier-ministre sur le mouvement des étrangers.

Il est instructif pour nous, de suivre les efforts qui sont faits chez nos voisins d'Autriche, pour développer le mouvement des étrangers là où il existe déjà en partie, et pour le créer là où il n'existe pas encore, en lui frayant la route et en l'aider à surmonter les difficultés premières. Cela est d'autant plus intéressant par le fait que ce n'est pas uniquement l'initiative privée qui se met énergiquement en avant, mais en premier lieu l'Etat lui-même, lequel considère comme de son devoir de soutenir la prospérité générale, en appuyant l'introduction de nouvelles sources de gain. La preuve du sérieux avec lequel cette question est envisagée, nous est fournie par les différentes circonstances que nous avons déjà signalées précédemment. Ce qui frappe le plus, c'est que les promoteurs de ce mouvement se trouvent être des personnalités officielles haut placées, qui travaillent dans un but bien déterminé, et dont les propositions et les vues démontrent une étude approfondie de la question.

Le Président du Conseil des ministres lui-même s'y intéresse. A l'occasion de la discussion du budget, au Parlement, il a parlé des associations centrales concernant le mouvement des étrangers, et a développé à ce propos

une série d'idées pratiques. „Pour résoudre le problème du mouvement des étrangers.“ a-t-il dit, „deux points apparaissent comme d'une importance fondamentale: premièrement la propagande à l'étranger et deuxièmement le perfectionnement de l'industrie hôtelière à l'intérieur. Et comme le public voyageur le plus sûr, le plus capable de payer, mais aussi le plus conservateur et le plus reconnaissant est formé d'Anglais et d'Américains, on doit se demander en premier lieu: qu'est-ce que l'Anglo-Saxon en voyage exige, pour se trouver bien, et que lui est-il offert chez nous sous le rapport des chemins de fer et des hôtels? Il n'y a pas lieu ici de faire entrer en ligne de compte les hôtels de premier ordre. Ceux-ci sont en effet installés sur la base d'un accord tacite international, et l'Anglais riche, pour lequel le prix de pension ne joue aucun rôle, sera certainement logé et reçu à Pétersbourg et à Colombo aussi bien qu'à Londres, à Paris, à Nice, ou au Caire. Le système du confort est le même dans tous les établissements distingués. Mais en Autriche, où nous cherchons à attirer l'étranger dans le Tyrol, dans le Salzkammergut, aux stations de bains de Bohême, à la

Riviera autrichienne, il nous faut vouer aussi notre attention à l'organisation de bons hôtels d'importance moyenne. L'Anglais désirera avant tout un parloir, soit une sorte de hall, muni de sièges larges et pratiques, et où il puisse commodément fumer sa pipe et lire son journal. Il est recommandable qu'on trouve au bureau un petit comptoir de change et, si possible, une station de poste et télégraphie. Comme les Anglais ne se privent pas volontiers de whisky, non pas tant comme boisson, mais surtout comme apéritif et aussi comme remède universel contre toute espèce de douleurs, il sera bon de munir sa cave des marques les plus courantes de cette liqueur. Une chose à laquelle l'Anglo-Saxon qui voyage sur le continent, tient beaucoup, est l'eau chaude, dont il a besoin chaque matin pour se raser. Il se pliera de bonne grâce aux us et coutumes indigènes, même lorsqu'ils diffèrent beaucoup de ceux de son pays, mais il ne voudra pas renoncer à cette habitude de la maison paternelle et de l'hôtel anglais. Là, où il trouvera, le matin de bonne heure, un petit pot d'eau chaude devant la porte de sa chambre, il se déclarera certainement satisfait. Il va sans dire que, même dans

le plus petit nid de montagne, il ne faudra pas oublier la chambre de bain, au moment de la construction d'un hôtel.

On a déjà tant écrit au sujet de l'abus des bonnes-mains, qu'il semblerait qu'on pût se dispenser de nouvelles recommandations à ce propos; mais actuellement où le gouvernement veut prendre l'organisation en mains, ou tout au moins est en droit d'y exercer un certain contrôle, par l'aide matérielle qu'il y apporte, il serait temps de rompre énergiquement avec la mauvaise habitude, qui existe en Autriche, de la triple bonne-main. L'anglais ne regimbre pas contre les bonnes-mains, car il lui faut payer en Angleterre des tips plus élevés, il ne proteste que contre la distribution triple qu'il doit faire, et qui l'oblige en outre à se rappeler le visage de trois personnes distinctes, de façon que la bonne-main soit remise à qui de droit. Dans les nouveaux hôtels anglais, installés sur la base du système coopératif, le système des bonnes-mains a été radicalement modifié: au moment du départ, l'hôte remet dans une cassette qui se trouve dans le bureau de l'hôtel une certaine somme destinée au personnel tout entier de l'hôtel; cet argent est ensuite réparti

entre les employés, suivant leur rang et leur fonctions, par les soins de la direction de l'hôtel.

Il est nécessaire aussi de porter remède à certaines choses sur nos lignes de chemins de fer. Entr'autres il y aurait lieu de prendre garde à la façon rude et au manque de précautions dont on use à l'égard des coffres — et en ce qui concerne le manque de soins des cabinets de toilette et de nécessité, dans les gares et les trains, non seulement les Anglais qui ont des habitudes de propriété, mais encore tous les voyageurs autrichiens ont fréquemment l'occasion de s'en plaindre."

Ces idées ne sont pas nouvelles pour nous, mais il est bon qu'elles nous soient rappelées de temps à autre, et cela a lieu le plus efficacement lorsqu'elles nous parviennent par la bouche d'un sérieux concurrent.

Zur gefl. Beachtung.

Bevor Sie ein Hotel, Pension oder Kurtablissement kaufen oder mieten, verfehlen Sie nicht, vorher vom Hotels-Office in Genf Auskunft und Schätzung über das Ihnen proponierte Geschäft zu verlangen. Das Hotels-Office in Genf ist von einer Gruppe bestbekannter Hoteliers geleitet und beweckt, Käufer durch erfahrene, uninteressierten Rat zu unterstützen.

Gegründet 1842.

Telephon 3691.

Monopol

für die
Schweiz, Elsass-Lothringen, Riviera und Italien
von

A. de Luze & Fils, Bordeaux

Bordeaux-Weine und Cognacs

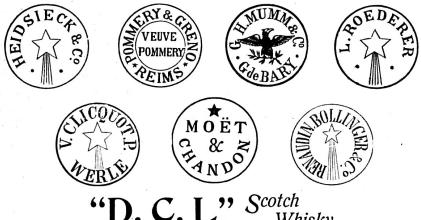
Schweizer-Weine

Spezialität: Rein gehaltene Weine aus dem Zürcher Weinland.

Monopol von Schloss Wart-Neftenbach — Schloss Goldenberg
Burgunder Weine, Rhein- und Mosel-Weine.

Champagner

Grösstes Lager in allen prima Marken.



D. C. L Scotch Whisky.

Hôtelier

(Suisse), propriétaire d'un hôtel de 1^{er} ordre, ne travaillant que l'été, cherche à reprendre la direction d'un hôtel d'hiver en Suisse ou à l'étranger.

Adresser les offres sous chiffre H 386 R à l'administration du journal.

Zur Reinigung von Fussböden, Badewannen, Kochgeschirren steht unser
PRIMOR

sowohl in Anbetracht seiner Sparsamkeit, wie auch der unübertroffenen Putzfähigkeit halber als konkurrenzlos im Handel.

Hess & Güsching
Fabrik chem. tech.-Produkte, Zürich u. Kempten.

Zu verkaufen.

Gelegenenes Kurhaus mit Badanstalt und sehr reicher Mineralquelle (ähnlich Weissenburg, warm), im Kant. Graubünden, 1200 m über Meer. Besichtigung im Monat August oder Anfang September erwünscht. 60 Betten.

Offerten unter Chiffre Za. 262 Ch. an Rudolf Mosse, (ML. 8595) 2064 Chur.

Batteries de cuisines pour HOTELS
Restaurants, Pensions, Asiles, etc.
Exécution extra solide et soignée.

Schwabenland Frères, Zurich
Stampfenbachstrasse 9—11.
Téléphone 1316. Téléphone 1316.

DIREKTOR

(Schweizer), 32 Jahre alt — 5 Sprachen — ernsthafter, fachkundiger Mann, wünscht Direktion in entsprechendem Hause zu übernehmen.

Kaufsfähig. * Prima Referenzen.
Offerten unter Chiffre H 786 R an die Exp. d. Bl.



Maison fondée en 1796
Vins fins de Neuchâtel SAMUEL CHATENAY
Propriétaires à Neuchâtel 372
Marque des hôtels de premier ordre
Dépôt à Paris: V. Pâder, au Chalet Suisse, 41 rue des Petits Champs
Dépôt à Londres: J. & R. McCracken, 38 Queen Street City EC.
Dépôt à New-York: Cusenier Company, 110 Broad Street.

Bauterrain.

Die Bezirksgemeinde Buchs beabsichtigt den Quai neben der Dampfschiffbrücke ca. 3400 m² hält als Bauterrain zu verkaufen. Geeignet für Hotelbaute. Plan und Bedingungen können bei Gemeindepräsident Th. Fuchs eingesehen werden.

Die Gemeindekanzlei.



Salberg & Cie. zur Werdmühle Zürich
Vornehmste und grösste Auswahl.

Prima Referenzen erstklassiger Hotels stehen zur Verfügung.

Ceylon Tee

Marke „Böhringer“ (R 5851)
von Fr. 3.— bis Fr. 8.— per Kilo.

Ceylon Cacaopulver Fr. 4.— per Kilo.

Muster auf Wunsch gratis und franko.

Conrad Böhringer, Grenzacherstrasse 83, Basel

Vertretung in Ceylon-Artikeln der Firma

Ch. & A. Böhringer, Colombo (Ceylon).

Chef de réception oder Sekretär-Kassier

Schweizer, die 4 Hauptsprachen vollkommen beherrschend, z. Z. Chef de réception in einem der feinsten Hotels des Berner Oberlandes, sucht Winter-Engagement. Prima Referenzen.
Offerten unter Chiffre H 795 R an die Exped. ds. Bl.

Zu pachten event. zu kaufen gesucht

von kapitalkräftiger Witwe, mit drei Töchtern, ein gutgehendes, nachweisbar rentables

HOTEL mittlerer Grösse.

Nur wirklich empfehlenswerte kleinere Objekte könnten event. Berücksichtigung finden. Übernahme nach Belieben. Offert. mit genauen Angaben an: Postfach 4472, Basel.

Comestibles
Gebr. Clar, Basel
Filiale in St. Moritz.

Metall-Bettstellen

in einfacher bis zur feinsten Ausführung, solid, elegant u. preiswürdig.
(Gesetzlich geschützte Muster.)

Patent-Stahlfederndraht-Matratzen
unübertroffen, praktisch, hygienisch.
H 7468 Unbegrenzte Garantie. 3073
Eigenes schweizerisches Fabrikat.
Kataloge werden gratis zugestellt.

Suter-Strehler & Cie., Eisenmöbelfabrik, Zürich.

HOTELIER

sprachenkundig, in den 30er Jahren, mit eigenem Sommerhotel, 110 Betten, wünscht mit oder ohne seine Frau über den Winter Vertrauensposten, auch nach Spanien oder Madeira. Bescheidene Ansprüche. Gutes Personal kann mitgebracht werden.

Offerten sub. H. 200, poste restante, Interlaken.

Kaffeemühle „Motomil“

OHNE

Transmission

OHNE

Schwingräder

OHNE

Treibriemen etc.

OHNE

Befestigung

„Motomil“ ist an jeden Steckkontakt Ihrer elektrischen Leitung anschließbar.

Verlangen Sie gratis und franko ausführlichen Prospekt und Preisliste von (A2017Z)

Maschinenfabrik Com.-Ges. Ferd. Petersen

(gegründet 1857)

3005

Hamburg 5 — Zürich IIa

P

Eingetragene

Marken

Fabrikmarke

Spezialität:

Hotelkleinerges-Maschinen aller Art, für Hand- und Kraftbetrieb.

Im Gebrauch u. a. im:

Hôtel Schweizerhof, Interlaken.

Grand Café Metropole, Basel.

Hotel Gerber-Terminus, Arau.

A céder

Hôtel de tout premier ordre, dans une grande ville sur la Rivière; 100 lits, grand jardin. Très long bail; affaire de toute confiance. Adresser les offres sous chiffre H 378 R à l'administration du journal.

Berndorfer Metallwaren-Fabrik
ARTHUR KRUPP
BERNDORF, Nieder-Oesterl.
Schwerverzilberne Besteckie und Tafelgeräte
für Hotel- und Privatgebrauch.
Rein-Nickel-Hodgeschirre. Kunstbronzen.
Niedrigere und Verträgliche für die Schweiz bei:
Jost Wirz,
Luzern
Pilatushof
gegenüber Hotel Victoria.
Preis-Courant gratis und franko.

