

**Zeitschrift:** Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels  
**Herausgeber:** Schweizer Hotelier-Verein  
**Band:** 16 (1907)  
**Heft:** 42  
  
**Rubrik:** Fremdenfrequenz

### **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:** 23.02.2026

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

Theorie und Praxis müssen sich zur Aufstellung von solchen Lehrplänen vereinigen, die dem so vielgestaltigen Hotel- und Wirtschaftswesen Rechnung tragen unter Berücksichtigung der Gewohnheiten und Besonderheiten der verschiedenen Gegenden und Länder. Wird dann an dem Aufbau der Zentral- und Lebensorgane ernstlich gearbeitet, so muss auch eine gegenseitige Aussprache der berufenen Männer, eine Mitteilung der Erfahrungen, eine Aufzählung der Wünsche und Beschwerden, kurz eine bislang so gut wie fehlende Literatur entstehen. Und diese muss sich zu einem Lehrbuch verdichten, denn das ist uns vor allem nötig. Eine vorzügliche Grundlage hierzu besitzen wir in dem Guyer-Freulenschen Werke: „Das Hotelwesen der Gegenwart“. Besondere Abschnitte über die Rechtsverhältnisse beim Kauf und Verkauf von Hotels und Grundstücken, überhaupt die eigenen Verhältnisse: Konzessionswesen, Eintragung ins Firmenregister, Beziehung zu den Handelskammern; über Bank- und Hypothekenwesen; über die Rechtsverhältnisse zwischen Arbeitgeber und -nehmer; über Sozialpolitik und Versicherungswesen; über die rechtlichen Verhältnisse zwischen Hotelbesitzer und Gast; Haftpflicht für Personen und Sachen, Miete und Kündigung, Verhalten bei Krankheiten und Todesfällen u. a. sollten angeführt werden. — Von grossem Nutzen wird es sein, sich die Erfahrungen der bereits bestehenden Schulen zu eigne zu machen. Da sind zunächst die von Hotelbesitzern gegründeten und gehaltenen Anstalten: Lausanne, ein Internat mit Gelegenheit zu praktischen Übungen und 34 Schülern (Eigentümer: Schweizer Hotelier-Verein); dann die von den Genossenschaften der Hotelbesitzer und Gastwirte in Innsbruck und Wien unterhaltenen, ein Mittelglied zwischen Handels- und Gewerbeschulen bildenden Anstalten mit 20 bezw. 40 Schülern.

Das planmässige Weiterarbeiten an der Heranbildung eines tüchtigen Nachwuchses wird für unsere Stellung unter den Völkern — und unter unserem eigenen Volke — stets von entscheidender Wichtigkeit sein: Bildung macht frei! und Wissen ist Macht! Ein gebildeter Hotelbesitzerstand wird überall willig das Ansehen und den Einfluss besitzen, der ihm vermöge der Bedeutung seines Geschäftes — meist eines der grössten am Platze — zusteht; der ihm aber leider noch manchmal vorenthalten wird. Wo aufgeblasener Dünkel oder rückständige Querköpfe dies versuchen, da muss der Hotelbesitzer der Gegenwart fähig sein, durch Wissen und Können es sich zu erringen, zu erkämpfen; der Angreifer muss mit wuchtigen geistigen Hieben zur Strecke gebracht werden — sich wehren bringt Ehre!

Deshalb, gibt es für unser Ansehen und unseren Stand kein schöneres und höheres Ziel als die heranwachsende Generation zu erziehen, zu bilden; keine besser angelegten Ausgaben, als die für Unterrichtszwecke. „Hier sichert er sich, hier erzieht er, hier entwickelt er die Kräfte, die später mit Naturnotwendigkeit in seinem Dienste tätig werden müssen und ihm mit Zins und Zinsszinsen heimzahlen, was er in ihrer Entwicklungsperiode an sie gewendet hat.“

Zum Schlusse sei noch erwähnt, dass auf Anregung der Vereinsleitung die Direktoren der Fortbildungsschulen in Köln und Düsseldorf ihre Bereitwilligkeit dazu erklärt haben, gastwirtschaftliche Fachklassen in unserem Sinne auszubauen.

Auch wird vom Sommersemester 1908 an eine Vorlesung über „Personenverkehrsweisen und Personenverkehrsindustrie“ in den Studienplan der Handelshochschule zu Köln aufgenommen werden.

## Hotelnamen.

Welche Wandlungen, so plaudert ein Mitarbeiter des „Neuen Wiener Tagblatts“, haben sich seit jener Zeit an den Schildern vollzogen, da die Bezeichnung „Gasthaus“ noch einen respektvollen Klang hatte und noch nicht durch das stolze „Hotel“ verdrängt war.

Dieses ehemalige Gasthaus hatte seine Namen mit Vorliebe aus der Tierwelt genommen und auch in grösseren Städten begegnete man dem „Schwarzen Adler“ und „Roten Ochsen“, dem „Weissen Rössel“, dem „Weissen Lamm“, dem schweizerischen „Lämmlen“ und dem „Goldenen Löwen“, bis und da kehrte man auch bei den „Tauben“ ein, wie in Verona, oder beim „Blauen Hecht“ im schweizerischen St. Gallen, wo es wirklich die besten Hechte gab und die feinsten Felchen aus dem Bodensee. Daneben gab's in allen kleineren Städten und entlang den Post- und Landstrassen die „Sonne“ und den „Stern“, das „Goldene Kreuz“ und den „Brunnen“.

Das Gasthaus strebte aber stets nach höherer, nach vornehmerer Titulatur und so wurde in Frankreich die „Auberge“ zum Hotel und in Deutschland zum „Hof“. In Polen wollten sie nie einen „Russischen Hof“ dulden, sonst aber hatte man ihn bereits in den ersten Jahrzehnten des vorigen Jahrhunderts allenthalben. Daneben den österreichischen und deutschen Hof, den sächsischen, bayerischen, den Frankfurter und den Darmstädter, den fränkischen und den rheinischen Hof. Der stillste Erdwinkel, wohin alle Jahre zweimal, zur Erntedank- und zur Herbstzeit, ein Reisender mit Lederwaren oder Stickereien sich verirrt, hatte seinen stolzen „Hof“. Und noch kürzer fasste man die monarchische Huldigung in der Hotelparole Imperial und Royal. Als weiland Königin Viktoria des britischen Reiches den Höhepunkt ihrer Popularität erreicht hatte, fing man jenseits des Kanals an, jedes neue Hotel mit dem Namen Viktoria zu beehren, und schnell kam dieser Name auch in Deutschland, Oesterreich und der Schweiz in Kurs. Ohne ein Hotel Viktoria konnte sich fast keine grössere Stadt Mitteleuropas sehen lassen. Plötzlich jedoch kam vor etwa dreissig Jahren eine Pariser Hotelgesellschaft auf den Gedanken, ihr neues und übriges im vornehmsten Stil gedachtes und gehaltenes Haus Grand Hotel zu taufen. Das zündete schnell und sicher; der jüngste Titel imponierte ganz gewaltig. Im Nu hatten sich Hunderte von kontinentalen Fremdenasylen das stolze Wörtchen „Grand“ beigelegt, vielmehr ihren früheren beiseitenden Schildern vorgesetzt, und nun war alles Grand Hotel. Das primitivste Haus im dunkelsten Provinzstädtchen scheute vor dem prächtigen „Grand“ nicht zurück und liess die Buchstaben sogar noch dick und dauerhaft vergolden. Grand Hotel des Alpes, Grand Hotel des Bains, Grand Hotel de la Ville — alles Grand, alles in grossem Stil mit grossen Ansprüchen und möglichst hohen Preisen. Übrigens wusste die neue Devise ihre Vorrangschafft ziemlich lange zu behaupten, denn über das Grand hinaus wollte sich nichts Neues, in die Augen Springendes und an die Ohren Gellendes finden lassen. Bis man auf eine ganze Reihe neuester Erfindungen stiess: Auf Monopole und Metropole, auf Central und Continental, auf „Eden-“ und Parkhotel und auf City. Und so war man denn wieder für einige Zeit versorgt, zumal Deutschland nach seinem grossen Kriege seinen zahlreich auftauchenden „Kaiserhof“ bekam.

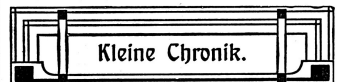
Der neueste Zug, die „Moderne“ in der Hotelbenennung, geht von England aus, weht vom Aermelmeer herüber. Mit Westend fing es an, dann schoss es die Bristol, Osborne, Balmoral und Windsor wild in die Höhe. Je englischer, desto pikanter und neuer. England und das durch seine Sprache eng mit verbundene Amerika über alles, zumal speziell die amerikanischen Gäste stets so gern in den europäischen Hotels gesehen wurden und fortwährend gerne gesehen werden. Der Engländer ist, wenn er in der Schweiz oder in Italien herumswärmt, schon Rechner geworden und hat eine gewisse Gabe, als Ausbeutungsobjekt behandelt zu werden. Der Amerikaner hat sich nach dieser Richtung noch immer eine gewisse Naivität bewahrt und verhält sich sehr oft manchen Uebergriffen gegenüber ziemlich passiv. Im ganzen und grossen genommen jedoch wird sowohl die englische als die amerikanische Flage von der Direktions-office bis zur Portierloge sehr warm begrüsst. Von einem Londoner Theater hat wohl ein Hotel den Namen „Savoy“ übernommen. Savoy — das klingt ziemlich exotisch, hatte einen prägnanten Charakter und wurde gerne akzeptiert. Jedes distinguirte Quartier hatte für seine Gäste ein Savoyhotel, und schon mit dem Briefpapier, das an seiner oberen Ecke mit dem Wort Savoy geschmückt ist, verband oder verbindet sich mit Recht oder Unrecht der Begriff des Aussergewöhnlichen.

Dasselbe lässt sich vom Palace-Hotel und neuerlich von dem „Carlton“ sagen. Carlton, von dem so vernünftigen Londoner Klub gleichen Namens übernommen, ist noch nicht sehr verbreitet, wird es aber zweifellos auch werden, bis die allerneueste Ueberfrachtung kommt. Auch das Hotel und seine Namen folgen der Mode.

## Ein schweiz. Automobilführer.

Im Verlag der Automobil-Revue in Bern ist im schmucken Gewand ein Führer erschienen, der sicherlich in den Kreisen der reisestüchtigen Automobilisten dieses und jenseits der rotweissen Grenzpfähle volle Anerkennung und Beachtung finden dürfte. Wir meinen den Guide de l'Automobiliste, der zum erstenmal ins praktische Leben eintritt. Dieser Führer wird wohl schon von vielen sehnsüchtig herbeigewünscht und sein Erscheinen muss lebhaft begrüssed werden. Besonders die ausländischen Automobilisten werden mit Interesse zu einem Buche greifen, das ein vollständiges Verzeichnis aller Strassen enthält, die mit dem Auto befahren werden können, wobei die denkbar grösste Genauigkeit in bezug auf Angabe von Steigungen und Entfernungen obwaltet. Wie die

vielen Reisehandbücher dem Fussreisenden und Eisenbahnfahrer mit allen möglichen Ratschlägen betr. Ausrüstung, Unterkunftsverhältnissen und Verkehr mit den Eingebornen, ratend und helfend zur Seite stehen, so will auch der Guide de l'Automobiliste seinem Inhaber auf dessen Touren durch die Schweiz nützlich sein. Wenn alle Ratschläge, die da erteilt werden, von einheimischen und fremden Autolern befolgt werden, wird sich auch in den „reaktionären“ Gegenden der Schweiz, wo die Eingebornen starr automobillindig angehaucht sind, die Automotilität wesentlich beschleunigen, d. h. wenn die Automobilisten sich mehr aufs Reisen als aufs Rasten verlegen werden. Der Guide de l'Automobiliste wendet sich an die Reisenden und macht dieselben auf zahlreiche Reiseunterstützungen mit allen schönen Orten der Schweiz bekannt, legt ein besonderes Gewicht auf die Sehenswürdigkeiten, selbst kleinerer Ortschaften. Allerdings wäre es angenehm gewesen, wenn diese auf den Reiseunterstützungen angegebenen Ortsnamen auf der am Schlusse des Führers befindlichen Generalkarte (Carte routière) figurirt hätten, so finden wir z. B. in Route 27 den Flecken Vernayaz angeführt, während wir auf der grossen Karte vorgebeugt nach ihm Ausschau halten. Auch dürfte in Zukunft das beigegebene Kartenmaterial besser ausgearbeitet werden, was namentlich auf die farbigen Karten, die als Beilage zum Guide gedruckt werden; denn bei fast allen macht sich die Druckerschwärze allzulebhaft auf Kosten der Deutlichkeit und Übersicht; auch die Carte routière hätte eine sorgfältigere typographische Behandlung erfahren dürfen; dadurch, dass man sie etwas farbiger gehalten hätte, hätte sie gewiss nur gewonnen. Manche Angaben hätten noch einer genaueren Durchsicht unterzogen werden können, so ist z. B. auf Seite 226 die Einwohnerzahl der Stadt Basel mit 120,000 angegeben, während auf pag. 227 diese Zahl auf 128,500 angewachsen ist. Vorgebeugt suchen wir auch auf unserer Karte von Basel und Umgebung die Ortschaft Fluten, nur der Geographiekunde wird erraten, dass damit das Dorf Flühlen gemeint ist. Bei einer Neuauflage werden diese Unexaktheiten gewiss ausgemerzt werden. Vom ästhetischen Standpunkte aus begreiflich, um ästhetischen aus betrachtet dagegen durchaus verwerflich, erscheint uns das eingeschlossene Kartenmaterial, das sich verliert, entschuldigt viel durch diese Untersuchungen des Textes mit Annoncen; es ist ungeschön, weniger lesbar geworden. In einem Anhang hätte das alles untergebracht werden können, am besten aber wäre dieser Ballast ganz weggelassen. Es ist bedauerlich, dass ein von so vielen Lesern und Lesenden so sehr geschätztes und massgebendes Stellen nicht durchgedrungen ist. Durch Vermittlung des Verlegers wurde nämlich dem Automobil Club Suisse, in dessen Auftrag der Führer herausgegeben wurde, an die Herstellungskosten des Führers eine Subvention in Aussicht gestellt, falls von einer Aufnahme von Annoncen Abstand genommen werde. Die Proposition fand keine geneigten Ohren, oder sie ist vielleicht dem A. C. S. gar nicht unterbreitet worden. Das alles aber soll uns nicht davon abhalten, den neuen Führer mit Interesse gegenüberzustehen, das Gute, das das Buch enthält, freudig anzuerkennen und dessen Mängel weniger zu beachten, in der angenehmen Erwartung, dass diese bei einer Neuausgabe behoben werden. G. A. B.



## Kleine Chronik.

**Graubünden.** Die Abstimmung vom Sonntag über das Gesetz betreffend den Automobilverkehr ergab 702 Ja und 1,545 Nein. Somit ist die Vorlage mit grosser Mehrheit abgelehnt.

**Florenz.** Durch Vermittlung des Hotels-Office in Genf ist das hiesige „Hotel de Rome“ in den Besitz des Herrn A. von Guntens, ehemaliger Inhaber des Hotel „Victoria“ in Montreux, übergegangen.

**Chamonix** will „Winterstation“ werden. Zu diesem Zwecke hat die Hotel-Syndikat vereinbart, von Oktober bis Mai die Preise herabzusetzen und in der ersten Januarwoche ein Internationales Skiwettrennen nebst Eislaufen zu veranstalten.

**Wiesbaden.** Der Allgemeine Deutsche Bäderverband beschloss in seiner letzten Sitzung, eine dreigliedrige Kommission einzusetzen, welche mit der Gesetzgebungs-Kommission über eine gründliche Einigung betreffs der Aufführung der Musikwerke durch die Kurkapellen verhandeln soll.

**Neuerung im deutschen Banknotenswesen.** Neue Zehnmarkkassenscheine sollen demnächst durch die Reichsbank in den Verkehr gebracht werden. Die alten Zehnmarkkassenscheine entsprechen einem allgemeinen Bedürfnis, da trotz der gesteigerten Ausprägungen seit geraumer Zeit über einen Mangel an Zehnmarkstücken in Gold geklagt wurde.

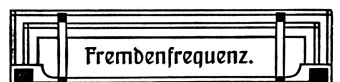
**Ein neuer Breitstreif in Sicht.** Zwischen den Wirtvereinen von Bern und Solothurn und den Zehnmarkkassenscheine-Händlern und auch in den Fremdenvereinen kommen Ueberlegungen zur Ausführung. — Frau Neukomm erstellt zwischen den vier Gebäuden ihres Hotel-Pension Tivoli einen vorzüglichen vierstöckigen Mittelbau, wodurch dann sämtliche Bauten zu einem architektonischen Ganzen vereinigt werden. Auch noch andere Hotels in Luzern sollen grössere bauliche Veränderungen vorbereiten.

**Das Temperenzhotel.** Man schreibt den M.N.N. aus New-York: An der fashionable Fifth Avenue erhebt sich ein imposanter 24stöckiger Prachtbau, der künftige „Zehnmark-Hotel“, das gleich am Eingang gegenüber stehenden „St. Regis“ den Millionären gestatten soll, sich ganz unter sich zu bewegen. Während das „St. Regis“ jedoch nach anfänglichen Kämpfen zu rentieren scheint, konnte das „Gotham-Hotel“ durch seine Ueberanstrengungen einen der bekanntesten Hoteliers der Vereinigten Staaten

nicht auf eine sichere Basis gestellt werden. Und der Grund dafür? Das „Gotham“ konnte keine Lizenz für den Ausschank von Spirituosen erlangen, da es sich innerhalb 200 Fuss von einer Kirche befindet. Unter den Aktionären des Hotels befinden sich bekannte Politiker und viele Multimillionäre, aber der vereinigte Einfluss konnte das „Gotham“ nicht durchdringen, trotzdem ein New-York Senator seinen ganzen Einfluss dafür in die Wagschale geworfen hatte.

**Une bordée de gros calottes.** Il y a environ deux ans un certain H. Gutjahr de Genève publia un livre intitulé *La Suisse intime*, dans lequel il s'attaqua avec la dernière violence aux institutions politiques et sociales. A l'entendre elle ne valaient pas même un rouge liard. Il va sans dire que l'hôtelier et les hôteliers en particulier n'étaient pas ménagés et le chapitre qui traitait d'eux sonnait d'apôthèse, très qu'on les bandits, brigands, etc. La presse suisse toute entière et une partie de la presse étrangère taxèrent heureusement ce pamphlet à sa juste valeur et relevèrent avec succès ses côtés ridicules. Mais voilà qu'un journal anglais pisa à nouveau dans ce livre et reproduit les invectives que M. H. Gutjahr lance contre les hôteliers. Il ne vaut pas la peine de poursuivre la chose, car les mensonges et les calomnies sautent aux yeux du lecteur avisé, par contre nous constatons que c'est le *Westminster Gazette* qui a été l'auteur de ces sentiments si aimables à notre égard et qu'on c'est *La Clientèle étrangère*, un journal mensuel, fondé dernièrement à Paris qui se fait un plaisir de reproduire ces invectives dans ses colonnes. Il sera bon de rappeler les procédés de ces journaux au moment où les hôteliers suisses feront leur budget de propagande.

**Amerikanische Hoteldebié.** „Vielleicht zählt jede gute amerikanische Hausfrau unter ihren Bekannten zum mindesten eine, die sich rühmt, dass sie ihren Tisch vollständig mit „Erinnerungen“ decken kann, die aus den verschiedensten Ländern stammen, in denen sie logiert hat.“ Mit dieser erstaunlichen Feststellung eröffnet die englische Zeitschrift „Good Housekeeping“ eine Betrachtung über die ausserordentliche Zunahme der Hoteldebié in Amerika. Die Dame, die sich so stolz ihrer Behendigkeit im Mitnehmen von allerlei Tischgeräten rühmt, würde sich auf's tiefste verletzt fühlen, wenn sich jemand erdreisten sollte, sie eine Diebin zu nennen. Wenn sie sich aber den Wert der allmählich entwendeten Dinge in bar Geld umrechnen wollte, so käme eine ganz ansehnliche Summe heraus. Sie nie und nimmer in barer Münze mitnehmen heissen würde. Die amerikanischen Hoteliers aber erleiden durch diese langsam zur Manie gesteigerte Angewohnheit beträchtliche Verluste. Die Unsitte, aus Hotels allerlei beiseite zu schaffen, ist zu einer harmlosen Weise mit dem Sammeln von Souvenirs, die sich die Eigentümer wohl mitnehmen, um eine Erinnerung an all die verpassten guten Dinge zu haben. Jetzt aber hat das Stehlen in Hotels eine solche Ausdehnung angenommen, dass nichts mehr sicher ist. Einige Vorfälle der letzten Zeit mögen als Beweis dafür dienen. Nach einem grossen Bankett wurde konstatiert, dass kaum die Hälfte der Löffel, die bei dem Kaffee nach dem Diner mit den Tassen gereicht worden waren, in die Hände der Gäste überliefen, und auch eine beträchtliche Anzahl von Tassen fehlte. Diese niedlichen kleinen Kaffeetassen sind besonders beliebte Trophäen, die man aus den Hotels heimbringt. In einem Hotel verschwanden fünfzehn Tassen solcher Tassen, die bestimmt waren, um Muster innerhalb dreier Monate, und dabei hatten die Kellner noch sehr aufgepasst. Aber das sind nur Kleinigkeiten. Bedenklischer jedoch ist es, dass wertvolle silberne Saatenkannen, Zuckerdosen usw. verschwinden, und zwar in beträchtlicher Anzahl. Einige erklären, sie müssten eigentlich jedes wertvollere Stück mit einer Kette am Tisch befestigen, wie es in alten Zeiten mit wertvollen Büchern geschah. Ein Paar, das kürzlich in einem Restaurant gestohlen wurde, wurde dabei beobachtet, wie eine silberne Zuckerdose verschwinden liess. Als es dann zum Bezahlen kam, wurde ihnen in höflicher Weise bedeutet, dass auch die Zuckerdose auf Rechnung gesetzt werden müsste. Natürlich waren beide auf's höchste entrüstet. „Ich glaube“, sagte der Oberkellner, „es liegt Ihnen nichts daran, dass die Öffentlichkeit davon erfährt.“ Dann wandte er ihnen den Rücken und ging fort. Als er wiederkam, stand die Zuckerdose wieder ruhig auf dem Tische.



## Fremdenfrequenz.

**Bern.** Laut Mitteilung des offiziellen Verkehrs-bureaus verzeichnete die stadtbüchrischen Gasthöfe im September 1907 17,570 registrierte Personen (1906 16,022). Schweiz 6156, Belgien 4489, Frankreich 2578, Oesterreich 802, Russland 476, England 1179, Amerika 880, andere Länder 1023.

**Davos.** Amtl. Fremdenstat. 28. Sept. bis 4. Okt.: Deutsche 712, Engländer 168, Schweizer 268, Franzosen 101, Holländer 83, Belgier 21, Russen und Polen 159, Oesterreicher und Ungarn 143, Portugiesen, Spanier, Italiener, Griechen 89, Dänen, Schweden, Norweger 29, Amerikaner 49, Angehörige anderer Nationalitäten 58. Total 1890.

**Luzern.** Verzeichnis der in den Gasthöfen und Pensionen Luzerns abgesehenen Fremden vom 1. bis 15. Oktober 1907. Deutschland 2,250, Oesterreich-Ungarn 210, Grossbritannien 638, Vereinigte Staaten (U.S.A.) und Canada 373, Frankreich 461, Italien 314, Belgien und Holland 263, Dänen, Schweden, Norweger 76, Spanien und Portugal 37, Russland (mit Ostsee-provinzen) 236, Balkanstaaten 21, Schweiz 2230, Asien (Indien) und Afrika 69, Australien 43, Verschiedene Länder 82. Total 7,277.

## Vertragsbruch. — Rupture de contrat.

Georg Sontheimer, Saalkellner, Robert Schmid, Casserolier.

Ch. Staehle, Hotel du Paradis, Cannes.

## An die tit. Inserenten!

Ein in allen Branchen des Hotelfaches erfahrener und energischer **Hoteller**, anfangs der 30er Jahre, **sucht**, gestützt auf prima Referenzen, Winterengagement als

**Direktor, Chef de réception oder Sekretär.**

(Wintersportplatz der Schweiz bevorzugt). Gefl. Offerten unter Chiffre H 875 R an die Expedition dieses Blattes.

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

**MONTREUX**  
**EAU**  
**MALCAINEZ**  
En vente dans tous les hôtels de premier ordre.

**Engländerin.** zurzeit Haushälterin in erstklassigem Hotel, durchaus erfahren, mit prima Referenzen, 32 Jahre alt, **sucht** für den Winter Engagement in grossem Hause in Südrussland, Italien oder Ägypten. Salär Nebensache. Offerten an Miss Ramsey, Cavendish Hotel, Eastbourne (England). (882)

**London**  
Oxford Street W.  
Continental Haus, im Zentrum der Stadt, 200 Zimmer und Salons. Moderner Komfort. Mässige Preise.  
**The Geneva Hotels Ltd.** P. 6770