

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 15 (1906)
Heft: 11

Vereinsnachrichten: Les inscriptions = Anmeldungen

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 14.03.2025

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

Abonnement

Für die Schweiz: 1 Monat Fr. 1.25, 3 Monate " 3.—, 6 Monate " 5.—, 12 Monate " 8.—

Für das Ausland: (inkl. Portozuschlag) 1 Monat Fr. 1.50, 3 Monate " 4.—, 6 Monate " 7.—, 12 Monate " 12.—

Vereins-Mitglieder erhalten das Blatt gratis.

Inserate: 7 Cts. per 1 spaltige Millimeterzeile oder deren Raum. — Bei Wiederholungen entsprechend Rabatt.



Organ und Eigentum des Schweizer Hotelier-Vereins

15. Jahrgang | 15^{me} Année

Erscheint Samstags. Parait le Samedi.

Organe et Propriété de la Société Suisse des Hôteliers

Abonnements

Pour la Suisse: 1 mois Fr. 1.25, 3 mois " 3.—, 6 mois " 5.—, 12 mois " 8.—

Pour l'Étranger: (inclus frais de port) 1 mois Fr. 1.50, 3 mois " 4.—, 6 mois " 7.—, 12 mois " 12.—

Les Sociétaires reçoivent l'organe gratuitement.

Annonces: 7 Cts. par millimètre-ligne ou son espace. Rabais en cas de répétition de même annonce.

Les Sociétaires payent 3/4 Cts. net p. millimètre-ligne ou son espace.

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

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

Ecole professionnelle

Société Suisse des Hôteliers à Cour-Lausanne.

Les inscriptions

pour le prochain cours annuel, durant du 1^{er} Mai 1906 au 15 Avril 1907 seront reçues jusqu'au 31 Mars.

Pour le règlement contenant les conditions d'admission ainsi que pour toute autre correspondance s'adresser à la Direction de l'Ecole hôtelière à Cour-Lausanne.

Pour la Commission de l'Ecole: Le président: J. Tschumi.

Fachliche Fortbildungsschule

Schweizer Hotelier-Vereins in Cour-Lausanne.

Anmeldungen

für den vom 1. Mai 1906 bis 15. April 1907 dauernden Jahreskurs sind bis 31. März einzureichen.

Für Reglemente mit Aufnahmebedingungen sowie für alle weiteren Korrespondenzen sich zu adressieren an die Direction de l'Ecole hôtelière à Cour-Lausanne.

Für die Schulkommission: Der Präsident: J. Tschumi.

Les détenteurs de délégations de notre Ecole professionnelle

qui seraient désireux de vendre leurs titres, sont avisés qu'un capitaliste et protecteur de notre école accepterait de les reprendre au prix de fr. 50 chaque.

Les possesseurs qui sont disposés à céder leurs parts, aux susdites conditions, sont priés d'en informer notre Bureau central à Bâle, ou pour simplifier, d'y envoyer leurs titres, dont ils recevront ensuite la contrevaloir.

Ouchy, Février 1906.

Au nom de la Commission de l'Ecole Le Président: J. Tschumi.

Den Besitzern von Anteilscheinen unserer Fachschule,

welche dieselben gerne verkaufen möchten, diene hiermit zur gefl. Notiz, dass ein Kapitalist und Gönner der Schule geneigt wäre, solche zum Preise von Fr. 50 per Stück abzunehmen.

Ouchy, im Februar 1906.

Namens der Schulkommission: Der Präsident: J. Tschumi.

An die Düpierten der sogen. Schweiz. Speisewagen-Gesellschaft.

(Fortsetzung von No. 44, 1905 und No. 6 und 8, 1906.)

Wenn wir in den beiden letzten Nummern nichts mehr in dieser Angelegenheit haben verlauten lassen, so geschah es einestells, um der Gesellschaft Zeit zu lassen, auf Mittel und Wege sinnen zu können, wie sie aus dem Engpass, in den wir sie durch unsere Enthüllungen getrieben, am besten den Ausweg finde.

Auch hat vorige Woche eine Erhebung im Publizitätsbureau der Speisewagen-Gesellschaft in Basel stattgefunden, deren Ergebnis ein weiteres wichtiges Aktstück bildet, worüber wir jedoch, weil zu den Prozessakten gehörend, heute nichts näher berichten können.

In der Betriebsleitung dieser Gesellschaft muss überhaupt eine sehr mangelhafte Organisation herrschen, denn, wenn unter ihren Augen alles das passieren kann, was wir bis jetzt geschildert haben, ohne dass sie ein energisches Halt gebietet, dann darf man mit Fug und Recht das Tun und Lassen dieser Direktion kritisieren und ihr entweder Mangel an gutem Willen oder grobe Fahrlässigkeit, oder aber totale Unkenntnis in Reklamesachen vorwerfen.

Dabei wollen wir vorläufig annehmen, dass die obersten Spitzen dieser Gesellschaft, die gleichzeitig zu den Mitgliedern unserer Bundesversammlung zählen, bis zum Momente der Veröffentlichung durch unser Blatt keine Kenntnis hatten von den vorgekommenen Mächtigkeiten und Unregelmässigkeiten.

Die Zahl der geschädigten Inserenten und Interessenten, die sich die Handlungsweise der Schweizer. Speisewagen-Gesellschaft nicht gefallen lassen wollen, wächst immer mehr, wie wir aus den uns direkt zugehenden Mitteilungen uns überzeugen können. Auch die sogenannten Lieferanten der Speisewagen, die einzeln mit Summen bis zu Fr. 6000 pro Jahr an der Reklame beteiligt sind, wachsen allmählich auf.

Hiermit schliessen wir für einstweilen unsere Erörterungen. Es wird schon noch Gelegenheit geben, sich mit der Sache zu befassen. O. A.

Eine grosse Tat!

Unter diesem Titel schreibt die „Wochenschrift“, das Organ des Internationalen Hotelbesitzer-Vereins:

Als mit dem neuen Zolltarif Teuerung und Aufschlag auf Aufschlag allerorten eintraten und verkündet wurden; als dann, um das Mass voll zu machen, das Gespenst der Fleischnot dräuend sich Haupt erhob und nicht nur der Hotellerie, sondern dem ganzen Wirtsgewerbe sicherer Untergang drohte, — da berief der allzeit wachsame Vorsitzende des IHV. eine ausserordentliche Generalversammlung nach Braunshweig: — Es sollten Mittel und Wege gefunden werden, um der Gefahr zu begegnen. — Dort hörte man die Vorschläge des Berichterstatters, wie das Hotelgewerbe wieder ein „lohnendes und geldverdienendes“ werden könne, um damit „seinen Zweck zu erfüllen“ — wie Geheimrat Kirdorf vernünftiger und klarer Weise die Bestimmung jeder Industrie erklärt hatte.

Der Wortlaut der Vereinbarung ist folgender:

Gegenseitige Vereinbarung für das Geschäftsjahr 1906.

Die Unterzeichneten verpflichten sich gegenseitig, ab 1. Januar 1906 folgende Vereinbarungen aufrecht zu erhalten und zwar vorläufig auf ein Jahr.

A. Bezüglich Weine im Hotel und Restaurant.

- 1. Bei sämtlichen Weinen ausser den moussierenden, kosten im Detailverkauf 2/2 Flaschen fünfzig Pfennig mehr als eine ganze Flasche.
2. Bei den deutschen und französischen Schaumweinen kosten im Detailverkauf zwei halbe Flaschen eine Mark mehr als eine ganze Flasche.
3. Im Detailverkauf figuriert der billigste deutsche Wein mit drei Mark fünfzig, der billigste französische Wein mit drei Mark auf der Weinkarte.
4. Für deutsche Schaumweine im Detailverkauf werden folgende Minimumpreise per Flasche festgesetzt:
Burgell: Grün M. 7.50, extra cuvée extra dry M. 8.50
Jubiläums-cuvée " 10.—
Eckel Sillery " 8.—
Grand Verzenay sec " 9.—
Feist: Trocken " 7.50
Kabinett mittelsüss " 8.—
Fromm: Demi-sec " 8.—
See " 8.—
Hasen: Red Star extra dry " 8.50
Henkell: Trocken " 7.50
Privat cuvée " 9.—
Hoehl: Kaiserblume trocken " 8.—
Kupferberg: Gold " 7.50
Auslese, sehr trocken " 9.—
C. Lauteren Sohn: Sparkling Moselle " 8.—
Mathus Müller: Champagne trocken " 8.—
Rheinberg u. Co.: Gold M. 7.50, herb " 8.—
C. H. Schulz: Adresset sec " 8.—
Söhline: Carte blanche " 8.—
Rheingold sec " 9.—
Hausmarke " 7.—
Kroté sec " 8.—

Es darf kein deutscher Schaumwein unter 7 M. per Flasche im Detail verkauft werden.

Für französische Champagner werden im Detailverkauf folgende Minimumpreise per Flasche festgesetzt:

- Ayla: Extra quality goût américain M. 16.—
Brut " 20.—
Vve. Clicquot: Sec, goût améric. " 17.—
Rich England " 18.—
1895 Rich England " 22.—
1899 Dry England " 18.—
1898 Brut " 18.—
Deutz u. Geldermann: 1895 Grand vin sec " 16.—
Gösel: Demi-sec " 15.—
1895 Extra superior dry " 17.—
George Goulet: Sec " 16.—
Extra quality dry " 17.—
Brut " 17.—
Charles Heidsieck: Imperial sec " 15.—
Imperial extra dry, goût améric. " 16.—
Heidsieck u. Co.: Monopoli " 15.—
Monopoli sec " 16.—
Monopoli extra sec " 16.—
Iroy u. Co.: Goût améric. " 17.—
Carte d'or brut " 18.—
Moët u. Chandon: White Star sec " 22.—
1893 Brut Imperial extra sec " 22.—
1884 Dry Imperial " 34.—
Crémant d'AY Rosé " 16.—
G. H. Mumm u. Co.: Carte blanche " 15.—
Extra dry, goût américain " 17.—
Cordon rouge " 17.—
Extra dry Magnum " 35.—
Perrier u. Jouët: Extra quality dry " 16.—
Extra quality brut " 18.—
Pieper-Heidsieck: Sec " 15.—
Sec américain " 18.—
1892 Brut extra " 17.—
Pommery u. Greno: Carte blanche sec " 15.—
Amer flag sec " 16.—
Extra sec " 16.—
1893 nature " 30.—
1893 extra sec " 30.—
1880 extra brut " 45.—
Louis Roederer: Carte blanche " 16.—
Grand vin sec " 16.—
St. Marcou: Dry Imperial " 15.—
Wachter u. Co.: 1893 Royal Charter sec " 16.—
Ruinat: Goût américain " 15.—
Der billigste Verkaufspreis für französischen Champagner darf im Detail nicht unter 16 M. per Flasche sein.

- 6. Für Liköre werden nachstehende Verkaufspreise per Glas festgesetzt:
Neue Chartreuse gelb M. 1.—, grün " 1.25
Bénédictine " 1.—
Grand Marrier cordon rouge " 1.25
Martell X. X. " 1.25
V. S. O. P. " 1.50
Hennessy X. S. O. " 1.75
X. X. X. " 1.25
7. Für Südweine pro Glas ist der niedrigste Preis 1 M.

- 8. Für Mineralwasser werden folgende Minimumverkaufspreise vereinbart:
Apollinaris 1/2 Flasche M. 1.25, 1/4 Flasche M. —.75;
Bilner Sauerbrunn, 1/4 Flasche M. 1.50; Evian 1/4 Flasche M. 2.50; Fachinger 1/4 Flasche M. 1.50;
Giesshübler 1/4 Flasche M. 1.50, 1/2 Flasche M. 1.—;
Kaiser Friedl-Quelle 1/4 Flasche M. 1.—, 1/2 Flasche M. —.50; Kronthal 1/4 Flasche M. 1.—, 1/2 Flasche M. —.50; Nassau-Selters 1/4 Flasche M. 1.25, 1/2 Flasche M. —.75; Selzerbrunnen Gr. Karben 1/4 Flasche M. 1.—, 1/2 Flasche M. —.50; St. Galmier Source Badoit 1/4 Flasche M. 2.—.
Vichy Célestins oder Grande Grille 1/4 Flasche M. 2.—, Soda 1/4 Flasche M. —.50, Siphon " —.50
9. Für Flaschenbiere werden vereinbart:
Export-Tafelbier " M. 1.25 die Flasche
Münchener Bier " 1.50
Pilsener Bier " 2.50 " Karaffe
Pale ale " 1.50 " 1/2 " Flasche
Stout " 2.— " 1/2 "
" " 1.25 " 1/2 "

B. Bezüglich Speisen im Hotel und Restaurant.

- 1. Der Preis für das erste Frühstück „komplett“ wird auf M. 1.50 pro Person festgesetzt. Für das Frühstück im Appartement serviert, wird nach Möglichkeit M. 1.75 bis M. 2.— berechnet. Der festgesetzte Preis für ein Oeuf à la coque ist 30 Pf.
2. Der Preis für das Lunch ist mindestens 4 M. und darf höchstens aus vier Platten und Käse oder Obst bestehen. Im Appartement serviert, wird eine Person 7 M., für mehrere Personen 6 M. pro Kopf.
3. Der Preis für das Mittags-Diner à part ist entwerter 5 M. und besteht in diesem Falle aus fünf Platten und Käse und Obst oder 6 M. und besteht