

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. 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: 16.03.2025

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

N^o 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. Portozuschlag)
1 Monat Fr. 1.60
2 Monate " 2.90
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 deren Raum. — Bei Wiederholungen entsprechend Rabatt. Vereins-Mitglieder bezahlen 4 Cts. netto per Millimeterzeile oder deren Raum.



N^o 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'Étranger:

(inclus frais de port)
1 mois . Fr. 1.60
2 mois . " 2.90
3 mois . " 4.50
6 mois . " 8.50
12 mois . " 15. —

Les Sociétaires reçoivent l'organe gratuitement.

Annonces:

8 Cts. par millimètre-ligne ou son espace. Rabais en cas de répétition 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. Parait le Samedi.

Organe et Propriété de la Société Suisse des Hôteliars.

Redaktion und Expedition: Sternengasse No. 21, Basel. * TÉLÉPHONE 2406. * Rédaction 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-Reclame“ 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
betreffend
Bezug der Jahresbeiträge pro 1907.

Am 10. August haben wir allen in der Schweiz domizilierten 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 **Betrag 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 benütigen, andernfalls der Betrag, wie früher, per Nachnahme und mit Zuschlag der Spesen erhoben würde.

Das Zentralbureau.

AVIS
concernant
l'encasement 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.

Aufnahms-Gesuche. Demandes d'admission.

- | | |
|--|----|
| Fräulein Gassmann & Adler, Hotel Washington, Lugano | 48 |
| Patron: HH. C. Bueler, Hotel Rössli, S. ewen, und Ch. Landry, Grand Hotel, Brissago. | |
| Herr E. Kohler, Bad- und Kuretablissem. Albisbrunn | 80 |
| Patron: HH. A. Geilenkirchen, Hotel Bernerhof, und E. Kohler-Büro, Basel. | |
| Monsieur Théophile Rouge, Hôtel et Pavillon des Fougères, Caux | 35 |
| Parrains: MM. F. Buchs, Hôtel Bellevue, Gilon, et J. Schöri, Grand Hôtel Suisse, Montreux. | |
- Wenn innert 14 Tagen keine Einsprachen erhoben werden, gelten obige Aufnahmsgesuche als genehmigt.
Si d'ici 15 jours il n'est pas fait d'opposition, les demandes d'admission ci-dessus sont acceptées.

Zum Bier-Boycott 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 ausführlichen Referates über das Vorgehen des schweizerischen Brauertrasts, dem Schweizer Wirtverein, im besondern dem kantonalen Wirtverein Zürich, seine tatkräftigste Unterstützung in weitgehendstem Masse zugesichert, und seine Mitglieder aufgefordert, sich der Bewegung im gegenwärtigen Momente 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 unbedingt die Propaganda der Eisenbahnen und der Verkehrsvereine anschliessen müsse, 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.

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 unnütze Kräftevergeudung statt.

Die Grenze zwischen Eisenbahn- und Verkehrspropaganda ist vielfach überhaupt nicht zu erkennen. Wenn die Bundesbahnen ein Plakat für Appenzel herausgeben und dieses den Erfolg hat, dass so und so viel Menschen jährlich sich dorthin wenden, gehen diese Besucher nicht vermutlich mehr Geld in den dortigen Hotels aus, als für die Bahnfahrt? 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 Grindelwaldtales 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 handeln soll, die Propaganda für die Schweiz als Reiseziel mehr als bisher einheitlich in grossem Stile zu betreiben, so werden wahrscheinlich zunächst einmal Kompetenzfragen aufgerollt werden. Jeder Teil wird seine Selbständigkeit 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 ungenutzten Papiers, vielleicht wirft er auch drei von den vieren achtlos wieder fort. Welche Verschwendung 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 Propagandabudget 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 auszugeben werden soll, sondern vielmehr, dass für das angewendete Geld mehr und 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 dürfte keinen nennenswerten Schwierigkeiten begegnen. Praktisch ist ja mit

den gemeinsamen Inseraten in England, denn sich ebensolche in Frankreich anschliessen sollen, bereits der Anfang gemacht worden. Auch besteht bereits die erwählte 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 Selbständigkeit 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 Einzelortes 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 tüchtigsten Kräfte des Landes heranzieht, die hier ständig lohnende Aufgaben finden werden. Allerdings wird da manches Oerthen darauf verzichten müssen, seiner Lokalgröße für ihre schriftstellerische oder zeichnerische Betätigung billige Lorbeeren flechten zu dürfen.

Die Eisenbahnen, in erster Linie die Bundesbahnen, die bisher zu der Propaganda der Einzelorte im allgemeinen keine Zuschüsse geleistet haben, werden sich gewiss hierzu verstehen, in der Erwägung, 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; keine unlösbare indessen, denn der bisherige Ausgabenetat der Bahnen, der Verkehrsvereine und des Hoteliervereins bietet eine feste Grundlage.

Die Verschmelzung kann sich natürlich, von Ausnahmen abgesehen, 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 derselben Stellung zu nehmen.

H. Behrmann.

Erwidrung 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 ergiebt ganz deutlich, dass dessen Schreiber den ver-

länderischen Artikel nicht gelesen hat und aus lauter Ritterlichkeit die Verteidigung Morasso übernahm. Der Artikel dagegen, in der *Rivista degli Albergati* erschienen, spricht in voller Kenntnis der Tatsachen und verdient etwas näher angesehen zu werden. Zuerst belehrt uns das italienische Schwesterorgan, 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 Vermutungen laufen weiter als die Schmähungen einer dunklen Schreiberseele.

Die *Rivista degli Albergati* tadelt zwar tüchtig die „persönlichen und beleidigenden Urteile des italienischen Aestheten“ (!) hebt aber nicht genug die Infamie und Gemeinheit des Artikelschreibers 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 Morasso gewandelt und hätten unsere Widerlagen, gerade wie er, verallgemeinert. Abgesehen davon, dass es in der übrigen Schweizerpresse noch schärfer gelungen hat, ist die Anklage nicht ganz richtig.

Wir waren in der Lage eines Advokaten, der einen Klient zu verteidigen hat, der so unnatürlicher und zugleich lächerlicher Dinge angeklagt ist, dass eine Beweisanstrengung 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 ungeheuerliche Anklagen vorbringen? Was sind das für Bildungshüter, die unsere Schulen verläumdern, unsere Behörden beschimpfen, unsere Sitten verhöhnen, unsere Bevölkerung beleidigen? Und wenn man dann vernimmt, dass diese Anklagen nicht von dem hochstehenden moralischgesunden Oberitalien herrühren, sondern von Neapel und Palermo, so wird auch die *Rivista* begreifen, dass wir auf diesen pikanten Kontrast aufmerksam machen dürfen, und auf die Bildungsstufe hinzuweisen berechtigt waren, in welcher die Bevölkerung dieser beiden Provinzen (nicht etwa von ganz Italien) steht.

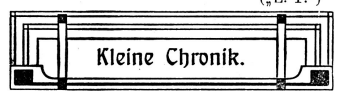
Im Grunde ist es der Fall nicht wert, mit unserer befreundeten *Rivista* deswegen eine Polemik anzufangen. Wir sind jedoch überzeugt, dass unser Ton berechtigt war, denn wenn man in Zukunft weiss, dass scharf geantwortet wird und dass der moralische Schaden auf den Angreifer zurückfällt, so dürften die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

Landes muss jeder anständige Deutsche als eine persönliche Beleidigung empfinden. Drum ihr deutschen Reisenden, die ihr in diesem Jahre die Schweiz überflutet, sprecht deutsch, verlanget deutsche Erwiderung, und zeigt vor allem den Gasthofbesitzern, dass ihr Deutsche und keine Franzosen seid.⁴

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 vorgesezt 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 Unsitte der französischen Speisezettellustig machte. Als guter, kerngesunder Deutscher machte er sich darüber lustig. Der Döfler der Kölnischen 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 verunthunten Deutsch lesen müsste!

Darum wir man gut tun, auf allen Reisen den kleinsten 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. *)



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

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

Bordighera. Herr G. W. Kohl, langjähriger Direktor des Hotel Bristol in Beauville, hat von Herrn Parodi das Hotel de Londres in Bordighera käuflich erworben und wird es unter dem Namen Hotel d'Alban weiter führen. Eröffnung am 1. Oktober.

Rienbad. Hier drohen die Kellner mit Streiks. Sie verlangen bessere Kost und Schlafstellen 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 Marienbader solidarisieren erklären.

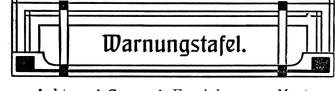
Esln. Das an das Hotel Ernst rückwärts grenzende, 600 qm grosse Grundstück Bahnhofstrasse 6, auf dem ein stattliches Patrizierhaus neuerer Zeit steht, ist für 450,000 Mk. zu dem Hotel hinzugekauft worden und soll in den geplanten modernen Neubau einbezogen werden. Mit letzterem soll, wie jetzt bestimmt verlautet, alsbald begonnen werden.

Vom Flaschenbierhandel. Im Gegensatz zu Basel ist diese Frage in der Waadt auf friedlichem Wege gelöst worden, indem der waadländische Wirtverein in seiner jüngst stattgefundenen Jahresversammlung den Vertrag mit dem westschweizerischen Brauerverband ratifiziert hat. Derselbe enthält u. a. das Verbot, Bier in Fässern an Private, Pensionen, Vereine und Verbände von Vereinen für Waldreste usw., sowie Bier in Flaschen in der Zahl von weniger als 12 abzugeben. Konflikte sind einem Schiedsgericht zu unterbreiten, das Strafen von 100 bis 200 Fr. verhängen kann. — In Luzern hat der Wirtverein beschlossen, gegen sämtliche Basler und Rheinfelder Brauereien den Boykott energisch durchzuführen.

Falsch gerechnet. Der *Gaulois* in Paris rechnet aus, dass jährlich 3 Millionen Touristen die Schweiz bereisen. Der Durchschnit ihrer Ausgaben betrage aber nur 50 Fr. pro Kopf, die Gesamtausgabe somit 150 Millionen Franken. An dieser Berechnung ist die erste Zahl grundfalsch; denn selbst in den Jahren mit auszeichneter Saison wird die Besucherzahl eine halbe Million nicht überschreiten. Es will uns scheinen, der *Gaulois* habe seine Neuigkeit aus einem Eisenbahnbericht 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 tagte in Chur die kantonale Wegmarkierungskommission zur Besprechung der Organisation der von der letzten Delegiertenversammlung beschlossenen allgemeinen und einheitlichen Markierung der wichtigsten Pässe des Kantons. Das Projekt, welches in seinen allgemeinen Grundzügen von der Delegiertenversammlung angenommen wurde, stellte sich als erweiterungsbefähigt in bezug auf die Anzahl der zu markierenden Pässe heraus. Eine auf Ende August oder Anfang September einzubehufende zweite Versammlung soll auf Grund der Anträge der Sektionen die Liste der zu markierenden Pässe festsetzen. Die Durchführung der Markierungsarbeiten dürfte 2—3 Jahre in Anspruch nehmen; der Kanton wird in mehrere Bezirke geteilt, die, soweit möglich, gleichzeitig in Angriff genommen werden sollen.

Schweizerisches Landes-Ausstellung. Das beratende Komitee für die Schweizerische Landesausstellung in Bern hat folgendes Budget aufgestellt: Vorausgesetzt sind ca. 10,000 Aussteller und 1,900,000—1,800,000 Besucher. Einnahmen und Rückvergütungen — es werden nur die Hauptposten erwähnt — Subventionen *à fonds perdus*: Bund 1,500,000 Fr., Kanton Bern 500,000 Fr., Stadt Bern 350,000 Fr., Burggemeinde 100,000 Fr., andere Kantone 150,000 Fr., Privatbeiträge 150,000 Fr., Garantiebeiträge 600,000 Fr., Bauten, Anlagen 300,000 Fr., Platzgelder, Versicherungen usw. 600,000 Fr., Eintrittsgelder 1,600,000 Fr., Drucksachen 350,000 Fr., Wirtschaftsabgaben 300,000 Fr., Verlosung 1,200,000 Franken, besondere Ausstellungen 600,000 Fr., Total 5,750,000 Fr. Unter den Ausgaben figurieren folgende Hauptposten: Die Durchführung der Zentralleitung 400,000 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 5,750,000 Fr.



Achtung! Gauner! Es wird uns aus Montreux geschrieben: „Dieser Tage wurde bei uns ein Gaunerstreich versucht, der zur Warnung die Veröffentlichung wert sein könnte. Es war am letzten Donnerstag (1. August), da traf eine Depesche ein folgenden Wortlauts:

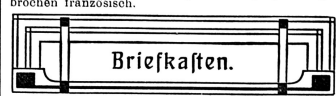
„Favorite tenere mia disposizione appartamento due camere solotto possibilmente comunicanti. Compiacetevi attendervi istruzioni mio magiorano, che mi precedera coeli.“

Was auf deutsch bedeutet: „Halte zu meiner Verfügung kleines Appartement: zwei Zimmer, Salon, möglichst ineinandergehend. Erwartet Instruktionen meines Hofmeisters, der vor mir eintreffen wird.“

Herzogin Alberta Ascoli.“

Die gewünschte Wohnung wurde vorgemerkt und zwei Tage später, also am Samstag, rückte der *Magiorano* auch wirklich an, um sich dieselbe anzusehen. Alles war in Ordnung, der Preis vereinbart und Herr Mercedes Alberta (so hiess er nämlich) hatte ausserdem die Güte, uns verschiedene Ratschläge und Empfehlungen zu erteilen, die uns bei der Bedienung der hohen Herrschaft zu statten kommen sollten. So müssten die Damen stets in ihrem Salon und durch den gleichen Kellner bedient werden. Die Mahlzeiten würden je abends für den darauf folgenden Tag bestellt und ausserdem empfahl er uns die Gesellschaftsname noch ganz besonderer Aufmerksamkeit. Diese zu behandeln müsse man namentlich verstehen: Sie wäre sehr anspruchsvoll und nervös, dabei aber eine gute, ganz traktable Dame. Montags wird also die Herrschaft kommen, die Zimmer aber zahlt sie selbstredend, weil reserviert, schon vom Tage der telegraphischen Bestellung ab. Schlusslich zieht der gute Mann noch seine an uns gerichtete Empfehlung der *Duchessa* (*Dama Thonour de S. M. la Reine Mere d'Italie*) aus der Tasche, die er uns als fast überflüssig so ganz nebenbei unter die Augen führt. Dasselbe tut er auch mit einem Frachtbrief auf ca. 700 Kilos im Bahnhof Montreux lagernden Gepäck läutend. Es sind lauter wertvolle Sachen darin und diese müssen baldmöglichst ausgeliefert und hierher gebracht werden. Zur Auslösung dieser Preziosen hat die *Duchessa* geruht, einen 1000-fränkigen Check auf Locarno auszustellen. Da es zu fälligerweise Samstag nachmittags ist, so kann derselbe bei der zuständigen Bank natürlich nicht eingelöst werden. Diese ist heute zum grossen Bedauern des Herrn Alberta bis Montag früh geschlossen und ausserdem braucht man (die Hotelkassa) ihm nicht den ganzen Betrag zu geben; — Hülfe geniesse schon für den Augenblick. Wahrheit, ein sehr bescheidener Mann. — Wir sehen uns den Mann näher an, verlangen telephonische Verbindung mit der betreffenden Bank in Locarno (die selbstredend unsere Ahnung bestätigte) und benachrichtigten die

Polizei. Leider noch aber der Kerl auch Lunte und bevor die Polizei und die Antwort von Locarno da waren, verschwand plötzlich Herr Alberta auf Nimmerwiedersehen. — Und wir warten immer noch auf die *Duchessa*. Der Schwinder konnte unseres Wissens noch nicht festgenommen werden. Er ist mittelgross, proportionierte Statur, mit grau meliertem Schnurrbart, trag grau Kleidung mit schwarzem, weichen Hut. — Möge niemand hereinfallen!



In Sachen der Firma Zündorf & Cie., als Verlegerin 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 gelangt ist. Ein Verzeichnis der 1000 Hotels, denen das Album zum Auflegen im Lesezimmer zugeschickt wurde, wird jedem Inserenten zugestellt und es wird ein amtlich beglaubigtes Exemplar in unserem Bureau, sowie in den Verkehrsburauen von Genf, Montreux, Interlaken, Luzern, St. Moritz, Davos, Lugano und bei der Verlagsfirma in Zürich zur Einsicht auflegen; 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 Reiseburauen, von denen im Vertrag ebenfalls die Rede ist.

Was die vertraglich versprochene Veröffentlichung der Liste der gelesenen Hoteliers angeht, trifft, so hatte die Firma die Absicht, hierzu den Inserenten 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, ungehalten zu sein daran, dass es um einen Monat zu spät erschienen, um seine Wirkung als Propagandamittel noch 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 Gange der von jedem einzelnen zu leistenden Betrag von 200 Fr. wert ist, das muss die Zukunft lehren.

Vertragsbruch. — Rupture de contrat.

Emanuel Richard, Kellner.
C. Saratz, Palace Hotel, Pontresina.
Gustav Bachmann, Offizier.
E. Bob, Direktor, Hotel Waldstätterhof, Luzern.

Herbst- und Winter-Saison.
P. P.
Den Hh. Mitglieder des Schweizer Hoteliers-Vereins hiermit zu gegl. Kenntnis nahe, daß unsere im Einverständnis und unter Mitwirkung des Zentralbureaus des Hoteliers-Vereins unternommenen Vorbereitungen zur
Zentralisierung der Hotel-Propaganda
so weit vorgeschritten sind, daß wir ab heute Propaganda-Flugfrage zu den beteiligten Bedingungen auszuführen in der Lage sind. Folgende zur Verfügung:
Union-Reklame, Luzern
Konzessionär des Publizitätsbefehles des S. F. D.
Telephon 1276.

Franzoesium in der Schweiz?

In der „Köln. Ztg.“ vom 30. Juli wird mit sonorer Entrüstung über das Franzoesium in der deutschen Schweiz gewortet, und es wird dabei den Deutschen der Rat erteilt, die Schweiz zu meiden, weil man hier überall — französische Speisekarten treffe — darin besteht nämlich dieses Franzoesium!
Der entrüstete Germane hat sich in der Schweiz deswegen tüchtig geigert. Er hat jeden Tag, bei jedem Essen, mit dem Wirt, mit der Kellnerin, ja mit dem Koch Händel 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

„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. karierte Louisine- u. Taffet- Satin Chine- u. Ajourée-
G. Henneberg, Seiden-Fabrikant, Zürich.

BAHNHOF-HOTEL
in bedeutender Stadt Süddeutschlands billig zu verkaufen. Gut gelegenes, nett eingerichtetes und brillant arbeitendes Geschäft, das leicht vergrössert werden kann. Nötiges Kapital mindest. Fr. 80,000. — Agenten erhalten keine Antwort.
— Offerten unter Chiffre H 358 R an die Expedition ds. Bl.

MONTREUX ALCALINE
En vente dans tous les hôtels de premier ordre.

HOTEL zu verkaufen
in aufblühendem Luftkurort Graubündens ein bestrenommiertes mit schönem Bauerrain und gegenwärtig bis auf den letzten Platz besetzt.
Offerten unter Chiffre H 758 R an die Exped. ds. Bl.

Zu verkaufen
besonderer Umstände halber eine in vollem Betrieb stehende
Fremdenpension
mit ca. 70 Betten, grossem Umgelände, prächtigem Naturpark, Schiff- und Bahnstation am Vierwaldstättersee. Anzahlung nicht unter 50 Mille.
Offerten befördert unter Chiffre H 767 R die Expedition dieses Blattes.

BOUVIER FRÈRES NEUCHÂTEL.
SWISS CHAMPAGNE.
Se trouvant dans tous les bons hôtels suisses
HORS CONCOURS (membre du jury)
EXPOSITION UNIVERSELLE PARIS 1900.

Für Hotels und Restaurants.
Empfehle ganz feine **Rahmkäsi de Brie.** (K 8443) 9400
Beste Portionenkäse in Kisten von 36 Stück, per 1 Stück à 20 Cts. in Staniolverpackung franko.
Emil Müller, Molkerei, Rothenburg bei Luzern.

Vins fins de Neuchâtel SAMUEL CHATENAY
Propriétaire à Neuchâtel
372
Marque des hôtels de premier ordre
Dépôt à Paris: W. Péter, au Café Suisse, 41 rue des Petits Champs
Dépôt à Londres: J. & R. McCracken, 38 Queen Street City E.C.
Dépôt à New-York: Cusenier Company, 110 Broad Street.