

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 2 (1893)
Heft: 5

Rubrik: Feuilleton

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: 13.02.2026

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

Basel, den 28. Januar 1893.

Bâle, le 28 Janvier 1893.

Erscheint Samstags.

N^o 5.

Paraissant le Samedi.

Abonnement:

Schweiz:

Fr. 5.— jährlich.

Fr. 2.— halbjährlich.

Ausland:

Unter Kreuzband

Fr. 7.— (6 Mark) jährlich.

Dentschland,

Oesterreich und Italien:

Bei der Post abonniert:

Fr. 5.— (6 Mark) jährlich.

Vereinmitglieder

erhalten das Blatt gratis.

Inserate:

20 Cts. per 1 spaltige Petit-

zeile oder deren Raum.

Bei Wiederholungen

entsprechenden Rabatt.

Vereinmitglieder

bezahlen die Hälfte.

Abonnements:

Pour la Suisse:

Fr. 5.— par an.

Fr. 2.— pour 6 mois.

Pour l'étranger:

Envol sous bande:

Fr. 7.— par an.

Pour l'Allemagne,

l'Autriche et l'Italie:

Abonnement postal:

Fr. 5.— par an.

Les sociétaires reçoivent

l'organe gratuitement.

Annances:

20 cts. pour la petite ligne

ou son espace.

Rabais en cas de répétition

de la même annonce.

Les sociétaires

payent moitié prix.

Hôtel-Revue

2. Jahrgang

2^{me} ANNEE

Organ und Eigentum

des

Schweizer Hotelier-Vereins.

Organe et Propriété

de la

Société Suisse des Hôteliers.

Redaktion und Expedition: Sternengasse No. 23, Basel.
Telegraph-Adresse: „Hôtelrevue Basel.“

TÉLÉPHONE No. 1573.

Rédaction und Expedition: Rue des Etoiles No. 23, Bâle.
Adresse télégraphique: „Hôtelrevue Bâle.“

Nachdruck der Originalartikel nur mit Quellenangabe gestattet.

Offizielle
Mitteilungen.

Nouvelles
officielles.

Avis an die Mitglieder.

Im Anschluss an unsere Mitteilung in letzter Nummer der „Hôtel-Revue“ benachrichtigen wir die Mitglieder, dass Herr Kollege F. Wegenstein, Hotel Schweizerhof in Neuhausen, in liebenswürdigster Weise die Vorprüfung aller im Verkehr mit dem Schweizer Handels- und Industrie-Verein zur Verhandlung gelangenden Angelegenheiten übernommen hat.

Es können deshalb die uns zukommenden Druckschriften des genannten Vereins — ausser bei den bekannt gegebenen Stellen — auch bei Herrn Wegenstein eingesehen und entlehnt werden. Ebenso können demselben auch direkt Wünsche und Mitteilungen etc. hinsichtlich der zeitweise in Behandlung befindlichen Angelegenheiten oder der unsererseits zur Behandlung zu bringenden Interessenfragen zugestellt werden.

In den Verein wurden aufgenommen:

	Fremden-
	zimmer.
Hr. Fr. Mürsch, Hotel de la Roseraie à Champel-les-Bains, Genf	32
Hr. J. Tännler, Hotel Bären und Zum Stein, Gaden	15

Lucern, den 25. Januar 1893.

Schweizer Hotelier-Verein,
Der Präsident:
J. Döpfner.

Avis à nos Sociétaires.

Comme suite à notre communication insérée dans le dernier numéro de l'„Hôtel-Revue“, nous avons l'honneur de vous informer que notre collègue M. F. Wegenstein de l'Hôtel Schweizerhof à Neuhausen, a déclaré avec la plus grande obligeance, vouloir se charger de l'examen préalable de toutes les questions

que nous aurons à traiter de concert avec l'Union suisse du commerce et de l'industrie

En conséquence, les documents que transmettra l'Union pourront être consultés et empruntés, non seulement aux trois dépôts déjà indiqués, mais encore auprès de M. Wegenstein également. De même, nos sociétaires ont la faculté de lui adresser directement leurs vœux et communications au sujet des affaires en discussion ou bien des questions que nous aurons lieu de soumettre à l'étude de nos membres.

Ont été admis comme sociétaires:	Chambres de maîtres
M. Fr. Mürsch, Hôtel de la Roseraie à Champel-les-Bains, Genève	32
M. J. Tännler, Hôtels de l'Ours et Zum Stein, Gaden	15

Lucerne, le 25 janvier 1893.

Pour le Comité
de la Société suisse des Hôteliers:
Le Président:
J. Döpfner.

Wahrheit und Dichtung.

Es ist nun bald ein Jahr her, dass wir begonnen haben, die Geissel zu schwingen im Reiche der Reklame. Nur einen kleinen Teil von der grossen Masse der zweifelhaften Reklamemittel haben wir bis jetzt behandeln können, um so wichtiger aber fielen die Hiebe, von denen mancher bis auf das Mark der betr. Unternehmen traf, zu Nutz und Frommen unserer Leser. Die Schweiz dürfte für manches dieser fragwürdigen und zum Teile schwindelhaften Unternehmen eine gemähte Wiese sein, wo nichts mehr zu grasen ist. Nichtsdestoweniger aber wird es angezeigt sein, die ins wahre Licht gestellten Reklamemittel Revue passieren zu lassen:

1. *Annuaire International d'Hôtels Elites*, von Jean Wierer, Portier, Wien, erscheint auch unter dem Titel: *Erstes Internationales Hotel-Adressbuch*, ist aber identisch mit ersterem.
2. *Internationales Hoteltaschenbuch* von Max Czerni, Wien.
3. *Amliches Breslauer Fremdenblatt in Breslau*.
4. *Internationale Agentur für Touristen in Genua*.

5. *Association for the Promotion of Homes and Foreign Travel in London*. (Fünfzehnprozentige Rabattkompanie.)

6. *Internationales Reise- und Bäder-Bureau „Kaiser Wilhelm“ in Berlin*. (Rabattkompanie.)

7. *Hotelkalender von A. Pitron & Cie. in Paris*.

8. *„The Hotel“ in London*, sogenannte offizielle internationale Organ der Hotels und Hoteliers.

9. *Internationale Schlafwagen-Kompagnie* (als 10^oige Rabattgesellschaft.)

10. *Almanach für Bühnenangehörige*.

11. *Verzeichnis der Namen aller Speisen auf französischen und englischen Menüs*, herausgegeben von der Anglo-American Banking-Kompagnie in Paris.

12. *„Servietten-Automaten“*, installiert von einer anonymen Pariserfirma.

Für alle vorstehenden Unternehmen gilt nur der eine Ratschlag: „Du sollst Dich nicht erwischen lassen.“

Wie wäre es nun, wenn wir in Bezug auf Reklame, inzwischen einmal ein anderes Thema behandeln, bei welchem auch manches nicht ist, wie es sein sollte?

Wem sind nicht schon Adresskarten, Briefköpfe oder clicherte Inserate von Fabriken, gleichviel welcher Branche, unter die Augen gekommen, auf welchen vor lauter Kaminen und Rauch, die eigentliche Fabrik kaum sichtbar war? Welch grossartiges Geschäft, denkt man still für sich und wenn einem der Zufall oder die geschäftlichen Verbindungen einmal in die Gegend einer solchen Fabrik führen, so sieht man wohl das oder die Gebäude, wenn auch in bedeutend geringeren Proportionen; ein oder auch zwei Kamine und das übrige, was einem die Adresskarte ins Gedächtnis gesetzt? — „Rauch“, nichts als „Rauch“.

Wie sieht es in dieser Beziehung bei den Hoteliers aus? Wie schon gesagt, nicht immer wie es sein sollte. Wohl spielen bei Hotel-Adresskarten oder bildlichen Darstellungen die Kamine keine Rolle, aber etwas „Rauch“ (sinbildlich genommen) läuft doch mancherorts mit unter, sei es in Gestalt von „günstiger, freier Lage“ oder von „schattigen Anlagen“, „modernem Comfort“ oder aber „unmittelbar in Nähe von Bahn und Schiff“ und wie die Vorzüge alle heissen. Kommt man hin, so entdeckt man in erster Linie den „Rauch“: die „schattigen Anlagen“ entpuppen sich als zwei Orleanderbäumchen vor dem

Feuilleton.

Der „Wildgeschmack“ — Fleischgift.

In einem sehr interessanten, im „Archiv für anim. Nahrungs-“ veröffentlichten Artikel beschäftigt sich Professor Mariot aus Berlin mit dem Wildgeschmack, dem sogenannten Hautgout, auf den die Feinschmecker soviel Werth legen und welchen der genannte Professor einfach als das Kennzeichen eines bereits eingetretenen Zersetzungsprocesses in Folge des während der Jagd der Tiere eingetretenen Angstgefühles des Wildpret bezeichnet. Sehr lehrreich sind die für die Beweisführung aus dem Vorgehen der Tiere herbeigebrachten Beispiele.

Jedem Liebhaber von Wildpret — schreibt Prof. Mariot — ist bekannt, dass manchmal der Wildgeschmack sehr stark, manchmal sehr schwach ist; es rührt dies daher, dass im letzteren Falle das Tier durch einen unvernünftigen, rasch tödenden Schuss, im ersteren nach längerer Verfolgung erlegt wurde, bzw. erst nach längerem Todeskampfe verstarb. Kein Schlichter duldet es, dass ein Thier einen

längeren Todeskampf zu überstehen hat, weil ihm wohl bewusst ist, dass dadurch das Fleisch schlechter wird, ja selbst ungeniessbar werden kann. Bekannt ist ja auch, dass das frische Fleisch von Hirschen, die auf der Parforcejagd erlegt werden, „wild“, d. h. derartig bitter und ekelhaft schmeckt, dass es für den menschlichen Genuss absolut unvernünftig ist und überall den Hunden vorgeworfen wird.

Jeder Angler weiss auch aus Erfahrung, dass selbst solche Fische, die auf dem Markte gemeinhin als unedle verachtet werden, einen vortrefflichen Geschmack haben, wenn man sie unmittelbar nach der Entreissung aus ihrem Element tötet, während sie allen Wohlgeschmack verlieren, wenn man sie im Trocknen sich zu Tode zappeln lässt. Auch die Edelfische, wie Hecht und Forelle, sind frisch aus dem Wasser viel besser, wie aus dem Fischkasten, in dem sie sich abtöten.

Es steht sonach fest, dass im Zustande der Angst der Fleischgeschmack der Tiere verändert wird. Weiter nehmen wir an, dass durch die psychischen Affekte eine Eiweiss-Zersetzung im Gehirn stattfindet, deren Produkte diese Veränderungen bedingen, bzw. verursachen. In der That ist denn auch nachgewiesen, dass im Zustande der Angst eine stärkere Eiweiss-Zersetzung stattfindet, als bei blosser Muskel-Arbeit. Es ist längst festgestellt, dass das Fleisch des zu Tode geätzten Wildes grosse Mengen

des der Eiweiss-Zersetzung entstammenden Kreatins, sogar bis zu 3 Percent der Trocken-Substanz, enthält. Professor Dr. O. Schmidt, Chemiker der tierärztlichen Hochschule zu Stuttgart, hat diese Veränderung, bzw. Eiweiss-Zersetzung auch am toten Gehirn nachgewiesen. Während beim Hühner-Eiweiss erst die Kochhitze nach Zusatz starker Säuren eine Zersetzung bewirkt, treten im Gehirn schon sehr leicht Zersetzungen ein bei blossen Zusatz von Säure (Phosphor-, Oxal-, Schwefel-Säure) ohne Erhitzung. Sofort nach dem Zusatz der Säure tritt blitzartig schnell ein ekelhafter Wildgout auf, der sich aber wieder verflüchtigt. Von da ab erscheint nur der Bouillonduft, der an jedem gekochten Gehirn auftritt.

Viele Personen lieben am Fleisch den Wildgout, der ihnen sympathisch ist, jedoch darf derselbe nur mässig sein, denn ein allzustarker Wildgeschmack macht das Fleisch einfach verdorben. Es gibt auch Tiere, welche auf demselben Wege in primitivster Form ihre Nahrung schmackhaft herzurichten versuchen. Die Katze will die Beute geschmackvoller haben, deshalb hetzt sie dieselbe ab, bevor sie ihr den Genickfang gibt. Darum trägt der Tiger die lebendige Beute weite Strecken im Rachen fort, obgleich sie durch ihre krampfhaften Bewegungen den Tiger im Laufen sehr behindert, und er seinem Opfer durch einen Tatzenschlag oder einen tiefen Biss ein jähes Ende machen könnte. Sie wollen

Hause. Die „freie Lage“ befindet sich inmitten eines Häuserkomplexes; vorn, hinten und seitwärts enge Gassen. „Bahnhof und Schiff sind in solch unmittelbarer Nähe des Hotels“, dass man sich nach dem Wege dahin erkundigen muss. „Haus ersten Ranges“ tituliert sich manches Hotel, wogegen es im Interesse des Eigentümers läge, sein Etablissement als zweiten Ranges zu taxieren, denn gerade diese werden je länger je besuchter und zudem ist es doch entschieden besser, unter Hotels zweiten Ranges oben zu stehen, als unter Häusern ersten Ranges das letzte zu sein. Viele bezeichnen gar keinen Rang und das ist wiederum ein Fehler, denn der Rang des Hauses zieht in einer Annonce den ersten Blick des Lesers auf sich und giebt ihm die sofortige Wegleitung. Die Bezeichnung zweiten Ranges bedeutet noch lange keinen Ausschluss der eigentlichen Fremden, im Gegenteil sind es gerade diese, von welchen ein grosser Teil mit Vorliebe Hotels zweiten Ranges aufsuchen, um ihre Auslagen in besserem Einklang zu bringen mit ihren pekuniären Verhältnissen. Diese Klasse von Fremden, so sparsam sie leben, wenn sie sich in ein Hotel ersten Ranges verirren, können in einem Hotel zweiten Ranges zu den besten Gästen zählen, weil die Preise desselben ihrer Börse grössern Spielraum lassen.

Also weg mit der falschen Scham, etwas mehr Wahrheit und weniger Dichtung, weniger „Rauch“. Es mag dieser Tabak vielleicht manchem etwas scharf in die Nase riechen, es ist aber doch so, es wird viel gesündigt oder besser gesagt, wenig vorbedacht bei Abfassung von Annoncen oder bei Bestellung von Clichés. Die Fabrikanten der letztern sind wie die Photographen, sie lieben zu flattieren in ihren Produkten.

Es ist uns erst kürzlich die clichirte Karte eines Schweizer Hotels zu Gesicht gekommen, ein Prachtbau, links und rechts 10 Meter breite Strassen, nein Boulevards mit Baumpflanzungen und breiten Trottoirs, vor dem Hause prächtige Gartenanlagen — und in natura? — Nichts von alledem. Warum diese Verödung? „Es ist das Zukunftsbild, so wird es mit der Zeit aussehen“ war die Antwort auf unsere Frage. Die bauliche Entwicklung jener Gegend lassen dieses Zukunftsbild als gesichert erscheinen, so viel wissen wir, aber erst in 8 bis 10 Jahren oder noch später.

Welche Enttäuschung für den Fremden, wie eine kalte Douche trifft sie ihn. Muss er sich in diesem Falle nicht fragen: „Bin ich hier am richtigen Ort? Ist das das Hotel mit den schattigen Anlagen, ist das der stolze Bau mit der reizenden Umgebung? Da muss ich wohl in der fünften Etage logieren, um diejenige Aussicht zu geniessen, die mir bildlich veranschaulicht worden.“

Mit gewissen Vorurteilen betritt er als Gast das fragliche Hotel. Ist die Bedienung und der Komfort darnach, so wird sein Vorurteil nach und nach schwinden, im andern Falle aber heisst: „Er ging und — kam nicht wieder“. Man sucht nach Gründen und findet sie nicht und doch liegen sie so nah: Selbstverschulden durch übergrossen „Rauch“, zu viel Dichtung.

Wir gestehen, dass dieser Fall zu den Ausnahmen zählt, aber so ein bisschen Dichtung läuft gar manchenorts in Wort und Bild mit, wo es besser unterbleiben würde. Wenn Einer sein Hotel von oben bis unten hat renovieren und auch innerlich neu ausstatten lassen, so ist es sehr begreiflich, dass er dies der Öffentlichkeit zu wissen thut. Wenn dann aber nach 10 und noch mehr Jahren die Bezeichnungen „Ganz neu renoviert“ oder „newly furnished“ immer noch in den Anzeigen vorhanden, dann gehen sie schon mehr in „Rauch“ über. Sogar das Wort „Lift“ haben wir schon einmal in einer Annonce gesehen, einige Jahre vorher, ehe ein solcher installiert wurde. „Sie haben doch einen Lift in Ihrem Hause?“ „Bedaure, mein Herr, er ist gegen-

wärtig in Reparatur“ (im „Rauch“?). Auch in Bezug auf Ankündigung von Zimmer- und Pensionspreisen nimmt man es hie und da nicht sehr genau. Zimmer von 1 Fr. 50 an und wenn man ankommt? „Schon besetzt“ etc. etc.

Man verüble uns diese Kritik nicht, es liegen ihr wohlgemeinte Gedanken zu Grunde und gar mancher, der diese Zeilen liest, wird denken: Der Mann hat Recht, aber er braucht es nicht zu sagen.

><<> Konserven.

Von einem Konservenfabrikanten der Schweiz, dem die bezügliche Korrespondenz samt Anhang in No. 3 der „Revue“ zu Gesicht gekommen, erhalten wir ein längeres Schreiben, dessen Hauptmomente wir unsern Lesern nicht vorenthalten wollen.

Es heisst darin u. A.: „Wenn die Hoteliers sich über die Leistungsfähigkeit einer oder aller Konservenfirmen der Schweiz überzeugen wollen, so giebt es nur einen richtigen Weg, zum Ziele zu gelangen, nämlich mit den Fabriken in direkte Verbindung zu treten, mit andern Worten, sich von den Fabriken direkt Muster vorlegen zu lassen und zwar unter genauer Bezeichnung, ob *fin*, *très fin* oder *extra fin*. Auf ganz irrige Wege würden sie geführt werden, wenn sie in ein Detailgeschäft gehen und sich von einer gangbaren Sorte ein Muster geben lassen, wie dies bei den Basler Hoteliers der Fall gewesen sein soll. Ein solches Vorgehen muss unbedingt zu unrichtigen Schlussfolgerungen führen. Ganz feine Sorten Konserven werden von jeder Fabrik erstellt, jedoch mehr oder weniger in geringen Quantitäten. Das Vorgehen der Herren Hoteliers in Basel scheint mir noch in anderer Hinsicht umfassend, da es ja in Basel wie überall nicht nur Hotels I. Ranges, sondern auch solche II. Ranges giebt. Es würden daher auf alle Fälle verschiedene Qualitäten der Produkte zu prüfen sein, denn derjenige Hotelier, welcher Mittagessen zu 2 Fr. 50 verfolgt, wird kaum diejenige Qualität Konserven gebrauchen können, die Derjenige bedarf, dessen Mittagstisch mit 4 Fr. bezahlt wird.“

Das Allerrichtigste wäre, wenn der Schweizer Hoteliersverein während der Erntezeit einen Abgeordneten in eine Fabrik schickte, welcher die Qualitäten persönlich in Augenschein nehmen und z. B. zwei Qualitäten auswählen würde. Hierauf könnte er an sämtlichen Fabriken Preisangeben für die betr. Sorten stellen und sich beim Geschäftsabschluss ein Minimalgewicht und hohe Konventionalstrafe ausbedingen, letztere für Mängel in Qualität, Gewicht etc.

Um die Angelegenheit noch eingehender zu behandeln, würde einfach dem Fabrikanten die Grösse der Sieböffnungen vorgeschrieben, nach Einsichtnahme der jetzt gelieferten Erbsen, in dem Sinne, dass er sagen würde, die *Pois fins* sind zu grob, die *Pois très fins* zu klein, wir wünschen eine mitten drin liegende Qualität. Wer am vorteilhaftesten, was Preise anbelangt, liefern könnte, hängt einerseits von der Leistungsfähigkeit der Fabrik, anderseits von den Unkosten ab, als da sind, Arbeitslöhne, Landzins und Reisespesen.

Nach Berechnungen, die ich angestellt habe, bezieht sich der Bedarf an Erbsen seitens der Mitglieder der Schweizer Hoteliers-Vereins approximativ auf 22,500 Büschel pro Jahr. (Wenn Sie diese Zahl verdoppelt hätten, wären Sie der Wahrheit jedenfalls näher gerückt. D. Redakt.) Ein Abkommen unter günstigen Bedingungen liesse sich insofern leicht treffen, als es absolut nicht notwendig wäre, den ganzen Bedarf auf einmal zu decken, sondern jedes Mitglied hätte von zwei Qualitäten die ihm konvenierende zu bezeichnen und die successive Lieferzeit schriftlich zu bestimmen, in welchem Falle für beide Teile die Kosten der Reisespesen in Wegfall kämen.

schädigend und gar ungeniessbar macht, — so liegt die Vermuthung des Zusammenhangs oder gar der Identität zwischen den durch die Affekte ausgelösten Zersetzungs-Produkten und den eigentlichen Fleischgiften sehr nahe, so dass auf diesem Wege sowohl die Frage der Entstehung der Ptomaine, wie auch das Auftreten so vieler Fleischvergiftungen ohne direkt nachweisbare Ursachen einer Erklärung näher gerückt werden dürfte.

Um so auffallender ist die weitverbreitete Geschmacksvorurtheil, das Wildpret erst dann für den menschlichen Genuss begehrenswert und reif zu erklären, wenn dasselbe vollständig reif zum Fortwerfen ist. Der gesunde Menschenverstand sagt es eigentlich selbst, dass Fleisch, welches riecht und seine Farbe verändert hat, verdorben ist und zum Genuss für den Menschen nicht mehr zugelassen werden dürfte, weil es nicht nur zur Ernährung wertlos, sondern sogar gesundheitsschädlich ist. Wohl kann man durch Versuche unter Anwendung von Natron, Salicyl oder Borsäure den Fäulnisgeruch teilweise entfernen, allein dieses Verfahren berührt nur das Aeusserliche, nicht das Innere des Fleisches und vermag keineswegs die Ptomaine zu entfernen. Um das Wildfleisch mürbe zu machen, braucht es nicht Tage lang zu hängen und zu verderben; durch zweckmässiges Verfahren lässt es sich gedeihlich und auch schmackhaft bereiten, ohne dass es eine Spur von Fäulnis-Geruch annimmt. Faules Wild darf gesundheitspolizeilich nicht anders behandelt

Gasthofbesitzer-Verein am Bodensee und Umgebung. (Eingesandt.)

Am 17. ds. fand in Bregenz eine Versammlung von Hoteliers statt behufs Gründung eines Vereins unter obigem Titel. Der erwählte Ausschuss besteht aus den Herren Ettenberger, Thönen in Bregenz; Späth, Hauber in Lindau; Deeg, Schmalzkuhn in Friedrichshafen; Halm sen., Oschwald in Konstanz; Moosherr (Moser? D. Red.) in Heiden und Witta in Rorschach. Dieser Ausschuss wurde mit der Vorberatung der Statuten und dem Entwurf eines Arbeitsprogrammes für den neuen Verein betraut. Als Vortort für die nächste General-Versammlung wurde Konstanz bestimmt. Wünschen besten Erfolg. Die Red.

Rundschau.

Hotel Gurnigel. Die am Donnerstag vormittags im „Hotel Schweizerhof“ in Bern stattgefundene Aktionärversammlung dieses Unternehmens genehmigte einstimmig Jahresbericht und Rechnung für 1892. Der Reinertrag von Fr. 94,670.55 wird verwendet wie folgt: statutarische Amortisation Fr. 20,000, dem ordentlichen Reservefonds Fr. 37,333.65, Dividende an die Aktionäre 5% gleich Fr. 55,000, Tantième zu Händen des Verwaltungsrates Fr. 3187.75. Die Restanz, unter Zurechnung des letztjährigen Saldos, Fr. 15,007.40 betragend, wird verwendet wie folgt: Fr. 11,000 zur Bildung eines Spezialreservefonds, Fr. 4007.40 als Vortrag auf neue Rechnung. Die bisherigen Mitglieder des Verwaltungsrates und die Rechnungsrevisoren wurden auf eine neue Amtsdauer bestätigt. In der Versammlung wurde alleseitig und mit Befriedigung konstatiert, dass das ganze, grosse Etablissement seitens der Pächter in mustergründiger Weise geführt und unterhalten wird.

Bern. Der neue Gesandte Nordamerikas, C. Cheney, überreichte heute Donnerstag dem Bundespräsidenten sein Beglaubigungsschreiben.

Telephon. Die Eröffnung der Telephonlinien Berlin-Triest-Rom, und Berlin-Brüssel-Paris wird demnächst zur Ausführung gelangen.

Basel. Diese Woche ist der neue nordamerikanische Gesandte bei der Eidgenossenschaft mit seiner Familie im Hotel Victoria abgestiegen.

Davos zählt gegenwärtig 1780 Kuranten.

Vevey. Seit 14 Tagen hat die Station Vevey eine Bahnhofrestauration. Herr Schwarz, Besitzer des Hotel du Pont (Mitglied), dessen Garten an den Bahnhof stösst, hat daselbst ein hübsches Gebäude im Chaletstil erstellt und als Restauration eingerichtet.

In Biarritz ist Gladstone mit seiner Familie eingetroffen und logiert im Grand Hotel.

Briefkasten.

E. G. in H. Auf Ihre freundliche Anregung hin haben wir die Rettungsleiter (Protektor) am Hause des Fabrikanten besichtigt; dieselbe verdient wirklich das weiteste Interesse und allgemeine Einführung im Sinne grösstmöglicher Sicherheit der Gäste. Wir waren erstaunt über die leichte und sichere Handhabung der ganz in Eisen gebauten und daher ausserordentlich stabilen Leiter. Sinnreich ist auch das damit in Verbindung gebrachte elektrische Läutewerk, welches beim Öffnen der Leiter die in den einzelnen Etagen angebrachten intensiv und anhaltend klingenden Alarmglocken betätigt. Wir haben uns auch davon überzeugt, dass die geschlossene Leiter die Fassade eines Gebäudes wirklich nicht verunziert, da dieselbe etwa wie ein Känelrohr aussieht und erst in nächster Nähe von einem solchen unterschieden werden kann. Der Preis richtet sich natürlich nach der Höhe des Gebäudes und scheint uns derselbe nach dem eingesehenen Tarif verhältnissmässig sehr bescheiden.

eben durch die längere Prozedur den Wohlgeschmack der Beute erhöhen. In gleicher instinktiver Absicht verstreut der schreckliche Feinschmecker, der ostindische Rüsselbär, seine in Qualen sich windende Beute stückweise, Glied um Glied, kauend und saugend, ohne vorher das gemarterte Opfer mit einem Hiebe zu töten — um nicht die Würze des Wildgout beim Mahle zu entbehren.

Genauer betrachtet ist aber wohl der in gewissen Kreisen so wohl beliebte Wildgout nichts anderes als Fleischfäulnis, denn das Faulwerden beginnt da, wo die Zersetzung und Umgestaltung des Eiweiss beginnt, womit das Fleisch überliechend wird und eine andere Farbe annimmt. Die Produkte der Eiweiss-Zersetzung aber sind die putriden Fleischgifte, die Ptomaine, welche von verschiedenster Seite seit einem Jahrzehnt Gegenstand eingehender experimenteller Untersuchungen geworden sind, welche die Gefährlichkeit dieser Gifte unzweifelhaft dargethan haben.

Da nun das Fleisch geängstigter Tiere weit schneller in Fäulnis übergeht, als das Fleisch normal geschlachteter Tiere; da ferner im faulenden Fleisch bestimmt sogenannte Fleischgifte (Ptomaine) nachgewiesen sind, und deren Gesundheits-Gefährlichkeit für den Menschen dargethan ist; da endlich vielfach Fleisch-, Fisch- oder Muschelvergiftungen vorkommen, ohne dass in den genossenen Objekten Fleischgift nachweisbar ist, da schliesslich der Hautgout bei starkem Auftreten das Fleisch ebenfalls gesundheits-

werden als faules Fleisch überhaupt. Ein Unterschied zwischen geringgradiger und hochgradiger Fäulnis ist auch hier durchaus unzulässig. Die in manchen Kreisen anzutreffende Meinung, Wild müsse einen gewissen Grad von Verwesung (Hautgout) besitzen, bevor es für die Tafel reif sei, ist nur ein Beweis dafür, welchen Entartungen selbst die natürlichsten Empfindungen unter dem Einfluss einer unverständigen Mode ausgesetzt sind. Alle Welt hat einen unüberwindlichen Ekel vor stinkenden Nahrungsmitteln und der gebildete Mensch isst dennoch Wild, weil er glaubt, es gehöre das zum guten Ton. Wenn auch die Wissenschaft von der Fleischfäulnis noch viele Lücken hat, so steht doch jetzt schon soviel fest, dass der Genuss von faulem Fleisch die Gesundheit schädigen kann. Es darf deshalb nicht im Handel geduldet werden. Die Polizei des Fleischmarktes hat das faule Fleisch unnachsichtlich zu verfolgen. Der Einwand, dass das mit Hautgout versehene Wildpret den Feinschmeckern besonders zusage, ist für die Handhabe der Polizei völlig bedeutungslos. Wer faules Fleisch für seine Küche braucht, der mag das angekaufte frische Fleisch so lange hinstellen, bis es den begehrenden Geruch angenommen hat. Die Befriedigung eines solchen Gelüstes ist Privat-Angelegenheit (wird aber Gegenstand des Strafrichters, wenn andere, selbst Familien-Angehörige, durch den Genuss in Mitleidenschaft gezogen werden). Im Handel soll kein überliechendes Fleisch geduldet werden. („D. Fleischer-Ztg.“)