

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 7 (1898)
Heft: 45

Buchbesprechung: Ein neues Hotel-Adressbuch

Autor: [s.n.]

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: 20.02.2026

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

Erscheint
• • • Samstags

Abonnement:

Für die Schweiz:
12 Monate Fr. 5.—
6 Monate „ 3.—
3 Monate „ 2.—Für das Ausland:
12 Monate Fr. 7.50
6 Monate „ 4.50
3 Monate „ 3.—Vereins-Mitglieder
erhalten das Blatt
gratis.

Insertate:

20 Cts. per 1 spalt-
ige Petitzeile oder
deren Raum. — Bei
Wiederholungen
entsprech. Rabatt.
Vereins-Mitglieder
bezahlen 10 Cts.
netto per Petitzeile
oder deren
Raum.Paraissant
• • • le Samedi

Abonnements:

Pour la Suisse:
12 mois Fr. 5.—
6 mois „ 3.—
3 mois „ 2.—Pour l'Etranger:
12 mois Fr. 7.50
6 mois „ 4.50
3 mois „ 3.—Les Sociétaires
reçoivent l'organe
gratuitement.

Annonces:

20 Cts. pour la pe-
tite ligne ou la pe-
tite annonce. — Rabais en
cas de répétition de
la même annonce.
Les Sociétaires
payent 10 Cts. net
par petite-ligne ou
son
espace.Organ und Eigentum des
Schweizer Hotelier-Vereins7. Jahrgang | 7^{me} AnnéeOrgane et Propriété de la
Société suisse des Hôteliars

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

Mitglieder-Aufnahmen.
Admissions.Herr F. Infanger, Hotel Terminus, Win-
terthur 40
Herr Albert Müller, Hotel Cassandra am
Rheinfall, Neuhausen 44

Ein neues Hotel-Adressbuch

für Deutschland, Oesterreich-Ungarn, Schweiz
und die Donauländer ist von der „Ersten
Internationalen Adressen-Verlagsanstalt“ in Zü-
rich soeben herausgegeben worden. Der Heraus-
geber ersucht uns, dasselbe einer dem Werte
desselben entsprechenden Kritik zu unterziehen,
welchem Wunsche wir uns so lieber nach-
kommen, als wir damit unseren Hoteliers einen
Dienst erweisen.Der Herr Redakteur und Leiter der „Ersten
Internationalen Adressen-Verlagsanstalt“ schildert
im Vorwort die Schwierigkeiten und den
Indifferentismus seitens der Hoteliers, mit
welchen er zu kämpfen gehabt habe und welchen
Umständen es zuzuschreiben sei, wenn das
Adressbuch Unvollständigkeiten und Irrthümer
aufweise. Wir selbst kennen diese Schwierig-
keiten und wissen nur zu gut, dass es nicht
nur schwer hält, ein vollkommenes Adressbuch
herzustellen, sondern dass dies überhaupt ein
Ding der Unmöglichkeit ist, weil erstens die
gewünschten Auskünfte nicht alle erhältlich
und weil schon während der Zeit des Druckens
wesentliche Änderungen im Bestand der Dinge
eintreten.Nach dieser Richtung hin wäre also dem
Herausgeber kein Vorwurf zu machen, dagegen
weist das Vorwort Versprechungen auf, die im
schärfsten Widerspruch zu dem Gebotenen
stehen. So ist z. B. gesagt: „Jeder Hotelier,
Gastwirt etc. kann seinen Gästen vermittelt
dieses Buches geeignete Einkäufer- und Auf-
enthaltsorte in den verschiedenen Gegenden der
benannten Länder angeben.“ Und: „Jeder
Reisende, der im Besitze des Büchleins ist,
kann, ohne Jenen fragen zu müssen, seinem
Zweck entsprechende Hotels finden, eventuell
sein jeweiliges Absteigequartier zum Voraus
bestimmen“, und dann weiter: „Kaufleute,
welche mit Hotels arbeiten oder mit solchen in
Verbindung zu treten wünschen, können die
gegebenen Adressen zum Versandt von Zirku-
laren benutzen, wobei es sich als ratsam er-
weist, auch da, wo der Name des Inhabers von
Hotels beigefügt ist, nur den Titel des Hotels
zu schreiben etc.“Fasst man diese drei Punkte ins Auge und
prüft das Buch auf seinen Inhalt, so muss man
zu dem Schlusse kommen, dass dasselbe
weder für den Hotelier, noch für den Rei-
senden, noch für den Kaufmann von prak-
tischem Wert ist. Für den Hotelier deshalb
nicht, weil es seinem Hauptinhalte nach nur
die Namen der Hotels aufweist und auch nicht
die geringsten Anhaltspunkte enthält, aus
welchen ersichtlich wäre, ob dieses oder jenes
Hotel für diesen oder jenen Reisenden geeignet
ist. Aus demselben Grunde kann das Buch
auch dem Reisenden nicht als Führer oder
Ratgeber dienen, höchstens dann, wenn er
wissen will, wie viele Hotels an diesem oder
jenem Ort überhaupt vorhanden sind. Von der
Möglichkeit, ein für seine Ansprüche geeignetes
Absteigequartier an Hand dieses Buches aus-
zuwählen, keine Spur, es sei denn, dass er sie
alle kenne in Bezug auf Rang, Preise und Ein-
richtung, in diesem Falle aber ist für ihn ein
Adressbuch überflüssig.Des ferneren ist hervorzuheben, dass dieses
Buch sozusagen alle mit Beherbergungsrecht
versehene Etablissements in der Schweiz an-
führt, auch solche an Orten, wo die Hasenund Füchse einander „Gute Nacht“ sagen,“ und
weil nun besondere Merkmale unter den Hotels
I. und V. Rang in diesem Buche nicht vor-
handen, so sieht man vor lauter Bäumen den
Wald nicht.Was nun vollends die Kaufleute anbetrifft,
für welche das Büchlein ebenfalls wertvoll sein
soll zur Versendung von Zirkularen, so müssen
wir dem Verfasser bemerken, dass er denselben
einen geradezu verkehrten Rat erteilt, wenn er
sagt, die blosse Anführung des Hotelnamens
auf Adressen sei besser, als auch noch den
Namen des Besitzers anzuführen. Das gerade
Gegenteil ist richtig. Die Erfahrung hat zur
Genüge gelehrt, dass die Papierkörbe in den
Hotelbüros sich hauptsächlich mit derartig
adressierten Drucksachen füllen und zwar mei-
stens, ohne dass dieselben nur geöffnet werden.
Steht jedoch auf der Adresse auch der Name
des Hoteliers, so liegt die Wahrscheinlichkeit
vor, dass wenigstens nach dem Inhalt des
Briefumschlages gesehen wird. Es bestehen in
der Schweiz ca. 5000 herbergsberechtigte Etab-
lissements. Für den mit Hotels in Geschäfts-
verbindung stehenden Kaufmann wäre es Geld-
vergeudung, wollte er allen diesen Etablisse-
menten auf dem Zirkularwege seine Ware an-
bieten, für ihn genügen in der Regel diejenigen,
die mit dem Fremdenverkehr (worunter auch
die Geschäftsreisendenhäuser) in Verbindung
stehen, von diesem Gesichtspunkt aus, ist mit
der Zahl 1500 mehr als genug gesagt, aber
auch von diesen wird der Kaufmann noch
manchen als nutzlos streichen. Wie soll er
nun aus einem Chaos von 5000 Adressen
die wünschbaren herausfinden, wenn ihm
auch der aller geringste Fingerzeig vor-
erhalten wird? Also auch in dieser Beziehung
hat das Buch seinen Zweck verfehlt.Aufällig muss auch erscheinen, dass so-
wohl im Titel wie im Buche selbst die
Schweiz nach Deutschland und Oesterreich
geführt ist, und doch sind der Schweiz 183
Seiten gewidmet, wogegen Oesterreich-Ungarn
mit 20 und Deutschland sogar schon mit 14
Seiten abgethan ist. Die Schweiz bildet also
den Hauptbestand desselben.Der Preis des Buches, elegant in Leinwand
gebunden, ist 4 Fr. 4 heisst es in den be-
züglichen Annoncen. Wir wollen denselben
nicht bekräftigen, aber an dem uns vorliegenden
Revisions-Exemplare haben wir vergebens nach
dem Leinwand gesucht.Zum Schlusse müssen wir nochmals auf die
„grosse Mühe“ zu sprechen kommen, welche dem
Verfasser, wie er selbst sagt, die Beschaffung
des Materials verursacht haben soll. Diese
grosse Mühe, soweit sie sich auf die Beschaffung
der Hoteladressen der Schweiz bezieht, hat einzig
und allein nur darin bestanden, die Hotelnamen
aus dem im Jahre 1896 vom Schweizer Hotelier-
Verein herausgegebenen Adressbuche einfach ab-
zuschreiben; dabei hat aber der Verfasser ganz
ausser Acht gelassen, dass seit 1896 verschiedene
Hotels eingegangen und viele neue entstanden
sind, von alledem ist in seinem Buche nichts
ersichtlich. Selbst Irrthümer, welche das Buch
des Hotelier-Vereins aufwies (sie sind leider
unvermeidlich), hat der Verfasser „gewissenhaft“
in sein „Werk“ übergetragen.Damit hätten wir den schriftlich geäußerten
Wunsch des Verfassers, sein Buch dem Werte
entsprechend zu kritisieren, erfüllt.Das neue französische Gesetz
über Arbeitsnachweis.Wir enthalten uns aller Bemerkungen dazu,
betonen aber, dass es wünschenswert wäre,
wenn auch bei uns durch ein gleiches oder
ähnliches Gesetz endlich eine Regelung und
Besserung der unhaltbaren jetzigen Verhältnisse
eingeführt würde.§ 1. Die Stellenvermittlung der Arbeiter
und Angestellten findet statt:a) Durch kostenlose Stellen-Vermittlungs-
Bureaus,
b) durch Gebühren erhebende Vermitt-
lungs-Bureaus.§ 2. Keiner Konzession bedürfen die kosten-
losen Vermittlungs-Bureaus, errichtet durch
den Stadt- oder Gemeinderat, die gewerblichen
Arbeiter-Syndikate, Arbeiter-Börsen, Arbeiter-
Vereine, Vereine zu gegenseitiger Hilfe-Leistung
und Wohltätigkeits-Gesellschaften.§ 3. Die in vorstehenden Paragraphen er-
wähnten, kostenlosen Vermittlungs-Bureaus,
ausser den durch die Stadt- und Gemeinderäte
errichteten, sind verpflichtet, die Gründung
ihrer Stellenvermittlungs-Bureaus vor deren
Errichtung dem Bürgermeister-Amte ihres Be-
zirks anzuzeigen und betreffendes Bürgermeis-
teramt von jedem Lokal-Wechsel sofort in Kennt-
nis zu setzen.§ 4. In jeder Gemeinde wird in deren
Bürgermeisterei ein Verzeichnis der zur Stellen-
vermittlung angemeldeten Arbeitgeber und
Arbeitnehmer angelegt, das zur kostenlosen
Benutzung des Publikums auf dem Bürger-
meisteramt ausliegt. In allen Gemeinden von
mehr als 30,000 Einwohnern ist das Bürger-
meisteramt verpflichtet, ein kostenloses Stellen-
vermittlungsbüro zu errichten.§ 5. Befreit sind von der Stempelpflicht
alle gedruckten oder ungedruckten Anschläge,
Zettel, die von den kostenlosen Stellen-Vermitt-
lungs-Bureaus oder durch die Beteiligten
selbst angelegt werden und ausschliesslich
Stellennachweise und Stellengesuche betreffen.§ 6. Jeder Leiter oder Angestellte eines
kostenlosen Stellen-Vermittlungs-Bureaus, der
bei der Stellen-Vermittlung eines Arbeiters
oder Angestellten ein Honorar in irgend einer
Form erhebt, wird bestraft.§ 7. Niemand darf unter irgend welchem
Titel und für irgend welchen Gewerbs-Zweig
ein Gebühren erhebendes Stellen-Vermittlungs-
Büro errichten, ohne die spezielle Erlaubnis
der betreffenden Stadtverwaltung. Die Erlaub-
nis wird nur erteilt an Personen von makel-
losem Lebenswandel und die im Besitze aller
bürgerlichen und politischen Rechte sind. Die
gegenwärtigen Inhaber von Stellen-Vermitt-
lungs-Bureaus haben eine Frist von 3 Monaten
zur nachträglichen Einholung vorstehend besagter
Erlaubnis.§ 8. Die Stadt-Verwaltungen überwachen
die Stellen-Vermittlungs-Bureaus zwecks Wahr-
ung der Ordnung, der Vorschriften der Hygiene
und der Unparteilichkeit der Verwaltung. Sie
treffen zu diesem Behufe die erforderlichen Be-
stimmungen und regeln den Tarif der zu er-
hebenden Gebühren. Die Stadtverwaltungen
sind angehalten, dem Stadtrat alljährlich einen
Bericht über die in ihren Bezirken gegründeten
Stellen-Vermittlungs-Bureaus zu unterbreiten,
der vom Stadtrat dem Arbeitsministerium ein-
zusenden ist.§ 9. Kein Hotelier, Zimmer-Vermieter, Res-
taurateur oder Verkäufer von Getränken darf
neben seinem Geschäft ein Stellen-Vermittlungs-
Büro betreiben.Vom Tage der Inkraftsetzung der vor-
stehenden Bestimmungen ab dürfen die Stellen-
vermittler keine industrielle Geschäfte mehr
betreiben.

Das Umgähren bereits vergohrener Weine.

(Aus der „Deutschen Wein-Zeitung.“)

Mehr als seit langer Zeit versetzt der 1896“
Jahrgang die Besitzer in die Notlage, die Weine
nach ihrer erstmaligen Gährung zwecks Ver-
besserung derselben nochmals umgähren zu
lassen. Die 1896“ Naturweine z. B. sind oft
derart sauer geblieben, dass solche in ihremZustand unverkäuflich wurden, falls man sie
nicht zu Verschnittzwecken geeignet verwenden
konnte. Nicht nur Weinändler, die im Herbst
ihre neuen Weine selbst einlegten, sondern auch
viele Produzenten sehen sich nunmehr veran-
lasst, ihre Naturweine, nachdem die verbesserten
1896“ allgemein verkäuflicher und verhält-
nismässig besser bezahlt werden, einer nochmaligen
Gährung bei gleichzeitiger Verbesserung zu
unterziehen.Um das bewerkstelligen zu können, muss
der betr. Wein vor allen Dingen wieder Nahrung
für die Hefe bekommen, damit diese ihre
Arbeit beginnen und die Gährung einzuleiten
vermag, worauf wir noch zurückkommen. Es
unterliegt keinem Zweifel, dass die Umgährung
der Weine trotz ihrer Vorteile, auch gewisse
Nachteile in Bezug auf Fertigkeit und Ent-
wickelung der Weine besitzt, die jedoch im
Gegensatz zu der leichten Verkäuflichkeit und
den dafür bezahlten Preisen derartig verbesser-
ungsbedürftiger Weine nicht besonders in die
Wagschale fallen.Insbesondere ist bei der Umgährung von
Weinen zu beachten, dass deren Charakter nicht
verloren geht, was leicht geschehen kann, wenn
ein übermässiger Zucker- bzw. Wasserzusatz
in Anwendung kommt. Die Menge des zuzu-
setzenden Zuckers in wässriger Lösung lässt
sich nicht mit Bestimmtheit angeben, jedoch ist
dieselbe leichter als bei Most zu bestimmen,
da man den zu verbesserten Wein in Bezug
auf Säure und Alkoholgehalt vorher untersuchen
und dementsprechend die Zusätze leicht be-
stimmen kann. Was die damit verknüpfte
Säureverminderung anbelangt, so kann nur ent-
schieden davor gewarnt werden, dieselbe zuviel
d. h. bei normalen Weinen unter 6—7‰ bei
der Umgährung herabzusetzen, da die Hefe
durch den hierbei bedingten grossen Wasser-
zusatz nach der Gährung einen leeren, unan-
genehmen Geschmack erhalten würden. Eine
gewisse Säure muss jeder Wein beibehalten,
wenn er der heutigen Geschmacksrichtung ent-
sprechen soll, bei einer übermässigen Wässerung
werden aber neben der Säure auch die übrigen
Bestandteile des Weines derart verdrängt, dass
solche nicht nur mit den gesetzlichen Vor-
schriften, sondern auch mit dem Geschmacke
des konsumierenden Publikums im Widerspruche
stehen würden. Hat ein Wein jedoch einen
derart hohen Säuregehalt, dass die normale
Herabminderung durch die Umgährung bzw.
begrenzten Wasserzusatz nicht genügt, so bleibt
nichts anderes übrig, als denselben vor der
Umgährung mittels reinem gefälltem kohlen-
saurem Kalk um ca. 2‰ zu entsäuern, wobei
man auf einen Hektoliter Wein ca. 125—130 gr
zu nehmen hätte. Eine grössere Entsäuerung
mittels Kalkes ist ebenfalls nicht ratsam, da
die Weine sonst einen eigenartigen Geschmack
annehmen könnten. Eine derartige Entsäuerung
wird aber nur in den seltensten Fällen not-
wendig sein, da die Weine durch die Gährung
an und für sich schon Säure verlieren.Um einen Wein überhaupt nochmals in
Gährung bringen zu können, bedarf solcher in
erster Linie, wie gleich anfangs erwähnt, Nahrung
für die zuzusetzende Hefe. Dieselbe be-
steht darin, dass der betr. Wein einen Zucker-
zusatz erhält, der es der Hefe ermöglicht, ihr
Werk der Alkoholbildung etc. zu beginnen. Das
Quantum des zuzusetzenden Zuckers richtet
sich in der Berechnung darnach, dass 1 gr Al-
kohol ca. 8—9‰ Oechsle entspricht, und man
um 1° pro Hektoliter das Mostgewicht zu er-
höhen ca. 200—250 gr Zucker zusetzen muss.
Wird der Zucker in wässriger Lösung zu-
gesetzt, so ist in Betracht zu ziehen, dass durch
den Wasserzusatz der Alkoholgehalt des Weines
geringer wird. Es wäre demnach in einem
solchen Falle, bevor man die Zuckermenge be-
stimmen könnte, erforderlich, erst festzustellen,
um wieviel sich der Alkoholgehalt durch den
Wasserzusatz vermindert. Der Wasserzusatz