Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 8 (1899)
Heft: 6

Artikel: Agenten verbeten
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-521783

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: 09.12.2025

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

Basel, den 11. Februar 1899. ✱ № 6. ✱ Bâle, le 11 Février 1899.

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.

Inserate:
20 Cts. per 1 spaltige Petitzeile oder deren Raum. — Bei Wiederholungen entsprech. Rabatt.
Vereins-Mitglieder bezahlen 10 Cts. netto per Petitzeile oder deren Raum.

Hôtel-Revue

Organ und Eigentum des Schweizer Hotelier-Vereins

8. Jahrgang | 8me Année

Organe et Propriété de la Société suisse des Hôteliers

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 petite-ligne ou son espace. — Rabais en cas de répétition de la même annonce.
Les Sociétaires payent 10 Cts. net par petite-ligne ou son espace.

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

An die Tit. Vereinsmitglieder!

Mit Ablauf des Vereinsjahres 1898/99, d. i. mit 31. März nächsthin, erreicht die Amtsdauer der Herren Verwaltungsräte statutengemäss ihr Ende. Es hat desshalb die

Erneuerungswahl des Verwaltungsrates

stattzufinden und wird dieselbe im Laufe dieses Monats durch Zusendung von Stimmkarten nebst Begleitzirkular an die Mitglieder vorgenommen werden.

Für den Vorstand:
Der Präsident: J. Tschumi.

Gleichzeitig wird, behufs Richtigstellung des im Druck liegenden

Mitglieder-Verzeichnisses

ein Ausschnitt der Firma-Eintragung beigelegt, mit dem höfl. Ersuchen, allfällig notwendig werdende Aenderungen darauf vorzumerken und beförderlichst an das Centralbureau zurückzusenden, an welche Adresse auch die Stimmkarten zu senden sind.

Für das offizielle Centralbureau:
Der Chef: O. Amsler-Aubert.

A MM. les Sociétaires!

En conformité de l'art. 17 des statuts, c'est cette année que doit avoir lieu

l'élection du Conseil d'administration

à laquelle il sera procédé dans le courant de ce mois par l'envoi aux sociétaires de bulletins de vote avec circulaire explicative.

Pour le Comité:
Le président: J. Tschumi.

Pour faciliter la mise à jour de la

Liste des sociétaires

actuellement sous presse, nous joindrons à cet envoi une épreuve des indications telle qu'elle figure sur la liste actuelle, avec prière de bien vouloir y faire, s'il y a lieu, les corrections nécessaires et la renvoyer le plus tôt possible au Bureau central, à quelle adresse doivent être expédiées également les bulletins de vote.

Pour le Bureau central officiel
Le chef: O. Amsler-Aubert.

Agenten verbeten.

Sehr häufig, und zwar je länger je mehr, findet man in Bekanntmachungen betr. den Kauf oder Verkauf von Hotels oder auch andern Geschäften die vielsagende Bemerkung: „Agenten verbeten.“ Man darf dreist behaupten, obwohl auch hier keine Regel ohne Ausnahme, dass gute Gründe vorliegen, welche eine Verwahrung gegen das Einmischen von Agenten vollauf rechtfertigen. Nach aproximativer Berechnung finden in der schweiz. Hotellerie jährlich ca. 100 Handänderungen statt, zieht man bei dieser Berechnung 2000 Hotels — was man Hotel nennt — in Betracht, so betragen die Handänderungen 5 % der Gesamtzahl, ein Prozentsatz wie ihn ausser dem nahverwandten Gewerbe der Wirtschaften wahrscheinlich kein anderes Gewerbe aufzuweisen hat. Interessant ist, wie die Zahl der Handänderungen, welche meistens vom Herbst zum Frühjahr stattfinden, von einem Jahr zum andern schwankt, je nachdem die Saison eine gute oder schlechte war. Nach schlechter Saison steigt sie, nach guter fällt sie. Es lässt sich hieraus der Schluss ziehen, dass, wenn auch eine Anzahl Hotels mit verhältnismässig grossen Gewinnsummen zum Verkauf gelangen, dies die geringere Zahl ist gegenüber denjenigen Verkäufen, welche „verhältnissehalber“ stattfinden. Was schon vor 10 oder 20 Jahren behauptet werden konnte, nämlich, dass die Mehrzahl der Hoteliers zwar ihr Auskommen findet, trotzdem aber, wie man sagt, von der Hand in den Mund lebt und sich von einer Saison auf die andere vertröstet, hat heute noch viel mehr Berechtigung. Die Entwicklung der Hotelindustrie, wir meinen damit die Zahl der Etablissemente, hat mit der Zunahme des Fremdenverkehrs nicht nur Schritt gehalten, sondern sie ist ihr auf Jahre hin vorausgeeilt und noch ist kein Stillstand in dieser Beziehung zu beobachten, im Gegenteil. Was Wunder nun, wenn das „vegetieren“ immer mehr zur Regel wird und was Wunder, wenn der Besitzwechsel jährlich immer mehr zunimmt. Wer sich dies zu Nutzen zu ziehen weiss, das sind die Agenten. Es fällt ihnen nicht schwer, für ein „verhältnissehalber“ zu veräusserndes Objekt Käufer zu finden und noch weniger schwer fällt es ihnen, die nötigen Vorspiegelungen zu finden, um beim Käufer die Kauflust und beim Verkäufer das Vertrauen gegenüber dem Käufer zu wecken. Weder der eine noch der andere legt sich genügend Rechenschaft darüber ab, was manchmal mit in den Kauf genommen werden muss. Die schönen Phrasen des Agenten blenden und wenn man anfängt einzusehen, gleichviel ob Käufer oder Verkäufer, dass der Handel nicht mit rechten Dingen zugegangen, dann ist es meistens zu spät.

Die Gerichtsverhandlungen in diesem oder jenem Kanton belehren uns zur Genüge, dass auf dem Operationsfelde der Liegenschaftsvermittlung Kniffe, Schliche und Ränke an der Tagesordnung sind und glücklich der, welcher eine Drittperson als Vermittler nicht bedarf. Wir erinnern uns eines Hotelverkaufs, bei welchem dem Käufer seitens des Agenten das Versprechen gegeben wurde, er brauche für die ihm zur Anzahlung mangelnde Teilsumme keine Sorge zu tragen, am Tage der Fertigung werde dieselbe zu seiner Verfügung stehen. Was geschieht nun? Der Handel wird abgeschlossen, notariell gefertigt, tritt aber nicht in Kraft, mangels Deckung des vom Vermittler in sichere Aussicht gestellten Fehlbetrages der Anzahlungssumme. Der Verkäufer wird klagbar, dem Käufer wird die Zahlung einer ansehnlichen Entschädigung auferlegt und um das Mass der Enttäuschungen voll zu machen, klagt auch der Agent seine Vermittlungsgebühr ein. Man sollte meinen, dass dies ein lächerliches Beginnen des Vermittlers gewesen sei, nachdem der Kauf überhaupt nur auf sein Versprechen, den Fehlbetrag der Anzahlung zu beschaffen, stattgefunden. Mit nichten, der Agent gewann seinen Prozess und der Verkäufer, welcher jedoch seinerseits wiederum den Käufer belangte, hatte für die Vermittlungsgebühr aufzukommen.

Ein ähnlicher Fall ist folgender: Ein Agent spiegelte einem Kauflustigen vor, er habe beim Verkäufer des Hotels X 10,000 Fr. herabdrücken können, dadurch entstehe jedoch für ihn (den Vermittler) ein Verlust von 3000 Fr., da der Verkäufer nun nurmehr 2000 Fr. statt 5000 Fr. Provision bezahlen wolle. Der Käufer liess sich, gestützt auf die um 10,000 Fr. verminderte Kaufsumme bewegen, dem Agenten einen Provisionsschein von 1500 Fr. auszustellen. Die gerichtliche Untersuchung hatte dann ergeben, dass der Verkäufer nie mehr als die scheinbar verminderte Kaufsumme verlangt hatte, somit ein Herabdrücken des Kaufpreises dem Käufer vorgeschwindelt wurde. Ferner stellte sich heraus, dass der Verkäufer sich nie zu einer Provision von 5000 Fr. verpflichtet und dass er dem Agenten nicht 2000 Fr., wohl aber 3500 Fr. Provision bezahlt habe. Das Urteil lautete auf Freisprechung, immerhin mit dem Vermerk, es seien in diesem Handel schwindelhafte Angaben gemacht worden.

Wir könnten noch eine Menge gerichtlicher und aussergerichtlicher Fälle anführen, sie laufen jedoch alle auf dasselbe hinaus, nämlich dass ein guter Theil des Heeres von Liegenschaftsagenten skrupellos wirtschaftet und daher nur zu oft der eine oder der andere (manchmal auch beide) seiner Klienten das Opfer leichtfertiger Manipulationen werden.

Es ist doch gewiss anzunehmen, dass, wenn Käufer und Verkäufer direkt mit einander unterhandeln und wenn nötig, eine Vertrauensperson, ein Kollege zu Rate gezogen wird, dann viel eher ein ehrlicher Handel zu Stande kommt, oder aber die Parteien ungeschädigt auseinander gehen. Es ist nicht absolut nötig, dass in einem derartigen Handel ein Agent sich vorerst die Hände wäscht. Wer desshalb auf dem Inseratenwege sein Hotel zu verkaufen oder ein solches zu kaufen sucht, wird grössern Erfolg erzielen, wenn er die Anmerkung beifügt: „Agenten verbeten“.

LE COLLAGE DES VINS.

La question du collage des vins a été posée dans le „Conseiller pratique“ et Mr. le Dr. Kulisch y a répondu en publiant la description suivante du procédé, accompagnée de quelques conseils généraux sur son application rationelle. Voici ce qu'il dit sur ce sujet qui intéresse aussi la profession hôtelière:

Le collage est une méthode de clarification des vins. Dans certains cas, on l'emploie aussi pour corriger des défauts de goût ou de coloration. Dans ce but, on ajoute au vin certaines substances qui y produisent un trouble entrainant dans sa précipitation les matières qu'il s'agit d'éliminer. Lorsque le précipité s'est suffisement déposé, le vin qui se trouve au-dessus du dépôt est parfaitement limpide; on le soutire alors avec précaution. Quand il s'agit de quantités un peu considérables, on regagne le vin qui reste dans le dépôt au moyen de la filtration, qui s'effectue de préférence à travers des chausses de toile ou d'ortie préalablement bien lavées.

Les produits principaux qu'on emploie pour le collage sont:

1. La *colle de poisson*. Convient pour la plupart des vins blancs et pour les cidres peu durs. On fait gonfler 5 grammes de colle de poisson dans un litre de vin acide, sans chauffer, en n'ajoutant le vin que par petites portions à mesure qu'il est absorbé par la colle. Quand l'opération est terminée, on passe avec expression à travers une toile. On peut conserver 1—3 litres de cette colle en la plaçant dans un lieu frais. Elle s'altère facilement avec le temps, ce qui se manifeste par une liquéfaction de la gelée et une odeur désagréable.

2. La *gélatine*. Pour beaucoup de vins rouges, les vins blancs durs ou bruns, beaucoup de cidres, surtout ceux qui renferment beaucoup de tannin. On dissout 20 grammes de gélatine dans 1 litre d'eau chaude, sans faire bouillir. La colle doit être employée immédiatement après sa préparation, dès qu'elle est refroidie et avant qu'elle ne se prenne en gelée. S'altère facilement. Pour 1000 litres de vin il faut 10 à 100 grammes de gélatine, soit ½ à 5 litres de la colle ci-dessus.

3. Le *blanc d'œuf*. Pour vins rouges, parfois aussi pour les vins blancs durs et bruns. Pour 1000 litres de vin, on compte 20—30 blancs d'œuf préalablement fouettés ou battus en neige pour faciliter leur division.

Toutes les colles doivent être diluées avec 10 fois leur poids de vin et bien mélangées par agitation. C'est alors seulement qu'on verse la colle ainsi diluée dans le fût à clarifier, en ayant soin d'opérer le mélange d'une façon très intime. Si le vin renferme déjà un dépôt un peu considérable, il faut se garder de le remuer; il faut alors soutirer le vin une première fois avant d'ajouter la colle.

Le temps nécessaire à la précipitation complète de la colle varie, suivant le produit employé, de 3 à 8 semaines. Il faut éviter un soutirage prématuré. Il peut arriver que les couches supérieures du vin soient limpides avant que la colle se soit entièrement déposée. Avec le temps le dépôt devient de plus en plus compact. Si l'on n'est pas trop pressé, il vaut mieux attendre 4—6 semaines. Toutefois, il n'est pas bon que le vin reste trop longtemps en contact avec la colle, car celle-ci risque alors de remonter et de troubler de nouveau le vin. Le meilleur moyen d'obtenir une séparation complète, c'est de ne pas soutirer le vin directement en bouteilles, mais de le transvaser d'abord dans un autre fût ou une bonbonne, et de ne mettre en bouteilles qu'après un nouveau repos de plusieurs semaines.

La réussite du collage n'est certaine que lorsque le vin a déjà acquis une certaine maturité. Mais même avec des vins entièrement faits, un opérateur inexpérimenté courra toujours certains risques de la voir échouer. Non seulement les vins présentent des différences au point de vue du produit à employer, mais l'insuccès peut être dû même à un dosage incorrect de la colle. Ainsi il y a des cidres qui resteront absolument troubles avec 1 gramme de colle de poisson pour 100 litres, tandis qu'avec une dose double la clarification est parfaite. Un bon caviste se tirera en général d'affaire à l'aide de son expérience personnelle, mais l'amateur qui ne fait cette opération que de temps à autre risque fort souvent de se tromper et de rendre son vin plus trouble qu'il n'était auparavant, grâce à la colle qui reste en suspension dans le liquide. Je ne recommanderai donc le collage à l'amateur que pour quelques cas exceptionnels. Pour des raisons de sécurité il emploiera de préférence la filtration, en vue de laquelle on construit aujourd'hui des appareils pratiques et peu coûteux. Dans le commerce en gros, par contre, le collage garde toute son importance, parce qu'il influe moins sur la fraicheur et le bouquet du vin.

Haut-Goût.

Die „Deutsche Wirtezeitung“ in Berlin schreibt: „Haut-Goût nennt man jenen Geschmack des Wildprets, der mit einem weniger wohllautenden aber desto ehrlicheren deutschen Wort als „Verwesungsgeschmack“ bezeichnet werden müsste. Findet sich dieser Missgeschmack an dem Fleische zahmer Tiere oder an Fischen, so wird dieses von Jedermann voller Ekel zurückgewiesen und verfällt ohne Widerspruch der Vernichtung. Wehe aber dem Berliner Händler oder Gastwirt, der seinen Kunden derartiges anbieten wollte; er würde sicher mit dem Strafgesetz Bekanntschaft machen. Anders liegt die Sache beim Wildpret. Zwar wacht auch bei diesem die Gesundheitspolizei darüber, dass nur frische Waare auf die Berliner Märkte kommt; jedoch giebt es sogenannte „Feinschmecker“, die in beklagenswerter Geschmacksverirrung den Haut-Goût beim Wildpret für unerlässlich halten und das frisch eingekaufte Fleisch so lange hängen lassen, bis es die ihrem verdorbenen Geschmacksinn zusagende Verwesungsstufe erreicht hat. Selbstverständlich ist es, dass eine solche Nahrung für den menschlichen Körper durchaus schädlich ist, und zwar wegen der darin entwickelten Leichengifte, welche das Blut verderben und zu manigfachen Erkrankungen Anlass geben können. Dabei ist es gar nicht immer nöthig, dass die üblen Folgen unmittelbar nach dem Genusse eintreten; oft häufen sich Schädlichkeiten jahrelang im Körper an und treten schliesslich in Form unheilbarer Krankheiten zu Tage, ohne dass es immer möglich wäre, deren Ursprung nachzuweisen. Die Vermeidung unreiner oder verdorbener Nahrung ist eine der ersten Bedingungen einer vorbeugenden Gesundheitspflege; dadurch wird viel Unheil verhütet. Sagt doch ein engliches Sprichwort mit Recht: „Eine Unze Vorbeugung nützt mehr, als ein Pfund Heilmittel.“ Kann man sich nur etwas Unreineres vorstellen, als verwesendes Fleisch? Und doch giebt es Geschäftsleute, die auf dem Wege der Zeitungsanzeige dem Publikum, „Hausfrauen und Hoteliers“ insbesondere den „uneigennützigen“ Rat erteilen, Wildpret mit starkem Haut-Goût durch abwaschen mit übermangansaurem Kali von dem Verwesungsgeschmack zu befreien. Wildpret mit starkem Haut-Goût gehört auf die Abdeckerei und nicht in den menschlichen Magen, und Gastwirte die sich bewogen fühlen sollten, nach obiger Vorschrift zu handeln, würden das ihnen von dem Publikum entgegengebrachte Vertrauen in der unverantwortlichsten Weise täuschen.“