

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

**Artikel:** Agenten verboten  
**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:** 24.01.2026

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

Ercheint  
• • • Samstag

**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 spalt-  
ige Petitzeile oder  
deren Raum. — Bei  
Wiederholungen  
entsprech. Rabatt.  
Vereins-Mitglieder  
bezahlen 10 Cts.  
netto per Petitzeile  
oder deren  
Raum.



Organ und Eigentum des  
**Schweizer Hotelier-Vereins**

8. Jahrgang | 8<sup>me</sup> Année

Organe et Propriété de la  
**Société suisse des Hoteliers**

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

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

**An die Tit. Vereinsmitglieder!**

Mit Ablauf des Vereinsjahres 1898/99, d. i. mit  
31. März nächsthin, erreicht die Amtsdauer der Herren  
Verwaltungsräte statuten-gemäss ihr Ende. Es hat  
deshalb 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  
hört. Ersuchen, allfällige notwendig werdende Aende-  
rungen darauf vorzunehmen 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 ren-  
voyer 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 verboten.**

Sehr häufig, und zwar je länger je mehr,  
findet man in Bekanntmachungen betr. den  
Kauf oder Verkauf von Hotels oder auch ande-  
ren Geschäften die vielsagende Bemerkung:  
„Agenten verboten.“ Man darf dreist behaupten,  
obwohl auch hier keine Regel ohne Aus-  
nahme, dass gute Gründe vorliegen, welche eine  
Verwahrung gegen das Einmischen von  
Agenten vollrecht fertigen. Nach approxi-  
mativer Berechnung finden in der Schweiz  
Hotelier jährlich ca. 100 Handänderungen  
statt, zieht man bei dieser Berechnung 2000  
Hotels — was man Hotel nennt — in Betracht,  
so betragen die Handänderungen 5% der Ges-  
amtzahl, ein Prozentsatz wie ihn ausser dem  
nahverwandten Gewerbe der Wirtschaften  
wahrscheinlich kein anderes Gewerbe aufzu-  
weisen 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 Sai-

son 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 geringe Zahl ist gegenüber denjenigen  
Verkäufen, welche „verhältnissmässig“ statt-  
finden. Was schon vor 10 oder 20 Jahren be-  
hauptet werden konnte, nämlich, dass die Mehr-  
zahl 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 Hotelier-  
industrie, wir meinen damit die Zahl der Etab-  
lissements, hat mit der Zunahme des Fremden-  
verkehrs nicht nur Schritt gehalten, sondern  
sie ist ihr auf Jahre hin vorausgefallen und noch  
ist kein Stillstand in dieser Beziehung zu beob-  
achten, im Gegenteil. Was Wunder nun, wenn  
das „vegetieren“ immer mehr zur Regel wird  
und was Wunder, wenn der Besitzwechsel jähr-  
lich immer mehr zunimmt. Wer sich dies zu  
Nutzen zu ziehen weiss, das sind die Agenten.  
Es fällt ihnen nicht schwer, für ein „verhält-  
nissmässig“ 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 ge-  
nügung Rechenschaft darüber ab, was man-  
chmal 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 Liegenschafts-  
vermittlung Klüfte, Schliche und Ränke an der  
Tagesordnung sind und glücklicher der, welcher  
eine Drittperson als Vermittler nicht bedarf.  
Wir erinnern uns eines Hotelverkaufs, bei wel-  
chem dem Käufer seitens des Agenten das Ver-  
sprechen 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 Anzahlungs-  
summe. 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 Fehlbet-  
rag der Anzahlung zu beschaffen, stattgefun-  
den. Mit nichten, der Agent gewann seinen  
Prozess und der Verkäufer, welcher jedoch  
seinerseits wiederum den Käufer belogen, hatte  
für die Vermittlungsgebühr aufzukommen.

Ein ähnlicher Fall ist folgender: Ein Agent  
spiegelt einem Kaufslustigen vor, er habe beim  
Verkäufer des Hotels X 10,000 Fr. herab-  
drücken 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. ver-  
minderte Kaufsumme bewegen, dem Agenten  
einen Provisionsschein von 1500 Fr. auszustellen.  
Die gerichtliche Untersuchung hatte dann er-  
geben, 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 Liegen-  
schaftsagenten skrupellos wirtschaftet und da-  
her nur zu oft der eine oder der andere (man-  
chmal 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 Vertrauens-  
person, 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 deshalb auf  
dem Inseratenwege sein Hotel zu verkaufen  
oder ein solches zu kaufen sucht, wird grösseren  
Erfolg erzielen, wenn er die Anmerkung beifügt:  
„Agenten verboten.“

**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 rationnelle.  
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 entraînant dans sa précipi-  
tation les matières qu'il s'agit d'éliminer. Lorsque  
le précipité s'est suffisamment 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 au préalable à travers des chaus-  
ses 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  
fondre 5 grammes de colle de poisson dans un litre  
de vin acide, sans chauffer, en ajoutant le vin  
qui 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  
conservé 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 1/2 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 préa-  
lablement 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 entière-  
ment 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  
le voir échouer. Non seulement les vins présentent  
des différences au point de vue du produit à em-  
ployer, 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  
cariste 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 recom-  
manderai 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 fraîcheur et le bouquet  
du vin.

**Haut-Gout.**

Die „Deutsche Wirtzeitung“ in Berlin  
schreibt: „Haut-Gout nennt man jenen Ge-  
schmack des Wildprets, der mit einem weniger  
wohlwollenden aber desto ehrlicheren deutschen  
Wort als „Verwesungsgeschmack“ bezeichnet  
werden müsste. Findet sich dieser Missge-  
schmack 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 Strafgesetzbuch Bekanntheit machen.  
Anders liegt die Sache beim Wildpret. Zwar  
wacht auch bei diesem die Gesundheitspolizei  
darüber, dass nur frische Waare auf die Ber-  
liner Märkte kommt; jedoch giebt es sogenannte  
„Feinschmecker“, die in beklagenswerter Ge-  
schmacksverirrung den Haut-Gout beim Wild-  
pret für unerlässlich halten und das frisch ein-  
gekaufte Fleisch so lange hängen lassen, bis es  
in ihrem verderbten Geschmacksinne zuzugende  
Verwesungsstufe erreicht hat. Selbstverständ-  
lich ist es, dass eine solche Nahrung für den  
menschlichen Körper durchaus schädlich ist,  
und zwar wegen der darin entwickelten Leichen-  
gifte, welche das Blut verderben und zu man-  
nigfachen Erkrankungen Anlass geben können.  
Dabei ist es gar nicht immer nötig, dass die  
üblen Folgen unmittelbar nach dem Genüsse  
eintreten; oft häufen sich Schädlichkeiten jahre-  
lang 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  
verdorbenen Nahrung ist eine der ersten Be-  
dingungen einer vorbeugenden Gesundheitspflege;  
dadurch wird viel Unheil verhütet. Sagt doch  
ein englisches Sprichwort mit Recht: „Eine  
Unze Vorbeugung nützt mehr, als ein Pfund  
Heilmittel.“ Kann man sich nur etwas Un-  
reineres vorstellen, als verwesendes Fleisch? Und  
doch giebt es Geschäftsleute, die auf dem  
Wege der Zeitungsanzeige dem Publikum „Haus-  
frauen und Hoteliers“ insbesondere den „un-  
eigenmächtigen“ Rat erteilen, Wildpret mit starkem  
Haut-Gout durch abwaschen mit übermangan-  
saurem Kali von dem Verwesungsgeschmack  
zu befreien. Wildpret mit starkem Haut-Gout  
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 Publi-  
kum entgegengebrachte Vertrauen in der unver-  
antwortlichsten Weise täuschen.“