

**Zeitschrift:** Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels  
**Herausgeber:** Schweizer Hotelier-Verein  
**Band:** 39 (1930)  
**Heft:** 23

## **Werbung**

### **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:** 19.02.2026

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

lands wenigstens soweit unterrichtet ist, um ohne allzugrosse Schwierigkeiten seine Wahl zu treffen. Namentlich bei den deutschen Weinen weiss auch der Ausländer gewöhnlich unter den hauptsächlichsten Marken nach Herkunft und Qualität zu unterscheiden. Anders ist es mit den Schweizer Weinen. Obwohl sich köstliche Tropfen darunter befinden, die es mit ihren ausländischen Kollegen getrost aufnehmen können, weiss man in den Nachbarländern nichts oder nicht viel von ihnen. Ihren Namen steht der vom Ausland gekommene Gast genau so hilflos gegenüber wie der Keilschrift oder den altägyptischen Hieroglyphen. Gewiss, er könnte sich vom Bedienungspersonal beraten lassen. Aber das ist ein Notbehelf, der namentlich bei misstrauischen Gästen versagt. Unter diesen sind viele, die zum Rat des bedienenden Geistes kein Vertrauen haben, weil sie glauben, dass dieser nur das empfiehlt, was er bezw. das Hotel gern los sein möchte. Dann gibt es wieder viele selbständige Naturen, die es einfach nicht vertragen, wenn der bedienende Kellner Vorschläge macht oder sachgemässe Erklärungen gibt. Sie sind Unabhängigkeitsfanatiker. Unendlich oft waren wir schon Zeuge, wie der Kellner einen saftigen Anschnauzer bekam, weil er sich erlaubt hatte, dem unentschlossenen Gast mit einem freundlichen Rat zu helfen.

Diesen Schwierigkeiten könnte durch eine einfache Massnahme der Boden entzogen werden. Man nehme der Weinkarte den jetzt fast überall üblichen Charakter des trockenen und nüchternen Nur-Preisverzeichnisses und gebe ihr die Note eines objektiven, sachkundigen Beraters und Wegweisers. Wie soll das geschehen?

Wie nehmen an, dass jedes schweizerische Hotel seine Weinkarte mit dem Verzeichnis der Schweizer Weine beginnen lässt. Man setze an die Spitze dieses Abschnittes eine ganz knapp gehaltene Schilderung der Besonderheiten, Eigenarten und Vorzüge der Weine aus den schweizerischen Weinbaugebieten. Nenne dabei die Namen der markantesten und beliebtesten Marken. Das wird dazu beitragen, dass der Fremde sich diese Qualitätsmarken einprägt. Vielleicht wird es sogar dazu kommen, dass der Gast

dem Hotelier eine Bestellung auf solche schweizerische Weine aufgibt, die ihm besonders trefflich gemundet haben. Das ist keineswegs unerfüllbare Utopie! In Deutschland und Frankreich ereignen sich derartige Fälle oft. Dortige Hotels verschicken Weine aus ihren Kellern sogar in fremde Erdteile. Warum sollte sich dieser Brauch nicht auch in der Schweiz und bei schweizerischen Weinen einbürgern lassen? Es gibt doch Weine, die einen solchen Transport ungefährdet überstehen würden und dann im fernen Land die Erinnerung an die Schweizer Berge, Täler und Seen wieder aufleben zu lassen und damit zugleich die Sehnsucht wecken könnten.

In der Preisliste selbst ergänze man den trockenen Namen, der dem unkundigen Fremden nichts sagt, durch ein paar knappe, treffende Worte über die Art, den Geschmack und das Bukett dieses Weines. Der Fachmann weiss genau, dass der Eine spritzige, der Andere schwere Weine mit edeltem Geschmack vorzieht. Deshalb charakterisiere man die Weine! Dabei kann es, wenigstens für den Anfang, nichts schaden, wenn man treffende Vergleiche mit besonders bekannten Gewächsen des Auslandes wählt. Man erleichtert dadurch dem ausländischen Gast das Verständnis für die Schweizer Weine, ohne sie durch einen solchen Vergleich herabzusetzen. Es sei bei dieser Gelegenheit daran erinnert, dass unsere Gäste aus Deutschland noch immer die besten Konsumenten und auch Kenner von Weinen sind. Seither haben viele von ihnen aus alter Gewohnheit die heimischen Gewächse bevorzugt, weil sie sich in den Schweizer Weinen nicht auskennen. Gar mancher von ihnen wird, schon des Vergleiches wegen, während seines Aufenthaltes bei uns gern schweizerische Weine trinken, wenn man die Wahl durch treffende Charakterisierung erleichtert.

Zweifelloos könnte der Absatz stark gehoben werden, wenn man es nicht bei der trockenen Preisangabe bewenden lässt, sondern die einzelnen Marken dem fremden Gast ganz regelrecht „vorstellt“, ihnen also einen Steckbrief mit auf den Weg gibt.

## Gemeindegrenzen und Bedürfnisklausel

(Aus dem Bundesgericht)

bl- Mit einem etwas eigenartig gelegenen Wirtschaftsrekurs aus dem Kanton Aargau hatte sich die staatsrechtliche Abteilung des Bundesgerichtes in ihrer Sitzung vom 23. Mai 1930 zu befassen. Es handelte sich dabei nämlich um die interessante Frage, ob es zulässig ist, von einer Gemeinde aus die Erstellung einer Wirtschaft mit Alkoholausschank auf dem Gebiete einer Nachbargemeinde unter Berufung auf die Bedürfnisklausel zu verhindern. Dem Fall liegt folgender Tatbestand zugrunde:

Der Inhaber G. der Wirtschaft zum „Froh-sinn“ in der kleinen aargauischen Gemeinde Stauf, wollte seine Wirtschaft in einen Neubau verlegen. Diesen Neubau beabsichtigte er aber ziemlich weit ausserhalb des eigentlichen Dorfes Stauf in unmittelbarer Nähe des ziemlich stark überbauten und gut bevölkerten Bleichemattquartiers des Städtchens Lenzburg zu erstellen. Gegen die Erstellung dieser Wirtschaft hat dann aber der Gemeinderat von Lenzburg Einspruch erhoben, mit dem Ergebnis, dass das Baugebiet des Wirtes G. abgelehnt wurde. Der Regierungsrat verneinte vor allem das Bedürfnis zur Erstellung eines Wirtschaftsgebäudes in jener Gegend.

Gegen diesen Entscheid reichte G. beim Bundesgericht staatsrechtliche Beschwerde ein wegen Verletzung der Art. 4 und 31 der Bundesverfassung. Im Rekurs wird geltend gemacht, der Gemeinderat von Lenzburg sei zur Einsprache überhaupt nicht berechtigt gewesen, da er nach § 14 des aargauischen Wirtschaftsgesetzes gar nicht Partei sei und ferner liege das Bedürfnis in der Verneinung des Bedürfnisses eine Verletzung der Gewerbefreiheit.

In der Beratung des Bundesgerichtes wurde darauf hingewiesen, dass nach § 14 des kantonalen Wirtschaftsgesetzes „bei der Beurteilung von Wirtschaftspatenten als Beteiligte gelten der Patentbewerber und der Gemeinderat, in dessen Gemeinde die Wirtschaft betrieben werden soll“. Richtig ist nun, dass mit der Entgegennahme der Lenzburger Beschwerde der Regierungsrat über den formalen Wortlaut des § 14 hinausgegangen ist. Dass er sich aber dabei einer direkt willkürlichen Gesetzesauslegung schuldig gemacht habe, kann nicht die Rede sein. Das Gesetz hat natürlich in erster Linie den Regelfall im Auge. Ist aber entgegen den gewöhnlichen Verhältnissen eine Wirtschaft vom Besiedlungsgebiet ihrer eigenen, politisch und geographisch zuständigen Gemeinde entfernt und so gelegen, dass für sie eigentlich viel mehr die Bevölkerung einer Nachbargemeinde in Betracht kommt, so entspricht es der Natur der Sache und der Zweck des Gesetzes, dass auch der Gemeinderat dieser letzteren, wirtschaftlich direkt betroffenen Gemeinde angehört wird. Das erscheint nicht nur nicht willkürlich, sondern zutreffend, wenn man sich vor Augen hält, dass der Sinn dieser Bestimmung gar kein anderer sein kann, als die Behörden derjenigen Bevölkerungskreise zu Worte kommen zu lassen, die in

erster Linie an der Eröffnung einer neuen Wirtschaft interessiert sind.

Kann somit von einer willkürlichen Auslegung des kantonalen Wirtschaftsgesetzes nicht die Rede sein, so bleibt nur noch zu prüfen, ob in der Verneinung des Bedürfnisses für eine Wirtschaft eine Verletzung der Gewerbefreiheit erblickt werden muss. Nach Art. 31 der Bundesverfassung können die Kantone für das Wirtschaftsgewerbe im Wege der Gesetzgebung den Bedürfnisartikel einführen. In § 12 des aargauischen Wirtschaftsgesetzes heisst es nun:

„Ein öffentliches Bedürfnis ist grundsätzlich überall da als nicht vorhanden anzunehmen, wo auf 250 Einwohner eine Wirtschaft bereits besteht“.

Aus dieser Bestimmung lässt sich nun aber nicht etwa ableiten, dass ein Bedürfnis für eine Wirtschaft auf je 250 Einwohner kurzerhand bejaht werde. Das Gesetz drückt sich nur negativ aus und sagt, dass auf je 250 Einwohner jedenfalls nicht mehr als eine Wirtschaft bestehen soll. Im übrigen sollen die Behörden bei Patenterteilungen alle Verhältnisse prüfen. Das geht schon daraus hervor, dass ein Wirtschaftspatent einem bestimmten Bewerber auf ein bestimmtes Lokal erteilt wird und dass bei der Verlegung der Wirtschaft die Bewilligung der Finanzdirektion einzuholen ist. Nun ist richtig, dass für die Gemeinde Stauf mit der Verlegung eine Vermehrung der Wirtschaften nicht verbunden wäre. Allein die Wirtschaft soll an einen Ort verlegt werden, wo sich die Bedürfnisfrage ganz anders stellt, als für den bisherigen Standort, denn tatsächlich kommen nun für die Lenzburger Verhältnisse in Frage und in Lenzburg ist nach der Erklärung des Gemeinderates der Bedarf an Wirtschaften mehr als gedeckt. Dass aber — wie der Rekurrent geltend machen will — für die Passanten auf der Landstrasse oder gar für die Automobilisten eine Wirtschaft gerade an jener Stelle notwendig wäre, ist nicht einzusehen, nachdem wenige hundert Meter entfernt davon in beiden Gemeinden bereits Wirtschaften vorhanden sind.

Die Berufung auf die Bundesverfassung erwies sich somit ebenfalls als unbegründet, so dass der Rekurs abzuweisen war.

## Bundesbahnen und Kalenderreform

(Mr.) Der internationale Eisenbahnverband, dem 59 Verwaltungen mit einer gesamten Netzlänge von 366 607 km angehören, und dessen Mitglied unter anderem auch die SBB sind, hat vor einiger Zeit eine Untersuchung eingeleitet über die Vorteile, die sich für die Eisenbahn aus der Kalenderreform ergeben würden. Die erste Frage an die Verwaltungen ging dahin, ob eine durchgreifende Reform des jetzigen Kalenders mit dem Ziele, einen „ewigen“ Kalender zu schaffen, erstrebenswert sei. Von den 53 Mitgliedern des Verbandes, welche diese Frage beantwortet haben, sprachen

# BESUCHEN SIE UNS BITTE

## Z I K A

an der

Internationale Kochkunst-Ausstellung in Zürich (31. Mai bis 30. Juni)  
Abteilung für Spirituosen und Liqueure



STAND 1803

# HENRY E. HUGUENIN AKTIENGESELLSCHAFT LUZERN

SCHWEIZERISCHE GENERALVERTRETER DER FIRMEN:

**JOHN WALKER & SONS, LTD.**  
Kilmarnock & London

**WHISKY JOHNNIE WALKER**

Johnnie Walker "Born 1890, still going strong", hat den grössten Verkauf aller Scotch Whiskies. Den Grund hierfür finden Sie in jeder Flasche. RED LABEL, die höchste Qualität, BLACK LABEL, garantiert mehr als zwölf Jahre alt.

**HIRAM WALKER & SONS, LTD.**  
Walkerville, Ontario, Canada

**CANADIAN CLUB WHISKY**

Die Firma Hiram Walker & Sons, Ltd., Canada's bedeutendste Destillateure, fabrizieren seit 1855 den berühmten CANADIAN CLUB WHISKY, besonders populär als Hauptbestandteil des MANHATTAN COCKTAILS.

**WALKER'S BOURBON WHISKY**

Bourbon Whisky, nach altem, amerikanischem Rezept destilliert, eignet sich besonders für straight drinks, wie Mint Juleps und Rye High Balls.

**A. C. MEUKOW & CIE.**  
Cognac (Charente)

**COGNAC MEUKOW**

Das Haus A. C. Meukow & Cie ist seit 1862 in Cognac etabliert und gelten dessen Erzeugnisse als das Beste, was an Fines Champagnes destilliert wird. Meukow\*\*\*, 25 Ans, 40 Ans und Vintage 1865, die älteste Reserve des Hauses.

**COMPANIA RON BACARDI**  
Santiago de Cuba

**RHUM BACARDI**

Die Compania Ron Bacardi, im Jahre 1838 in Santiago de Cuba etabliert, fabriziert den weltberühmten Rhum Bacardi, deren Destillate, aus reinem Zuckerrohr garantiert sind. Bacardi wird trocken oder als Grog konsumiert, findet jedoch hauptsächlich Verwendung zur Herstellung des einzigartigen Bacardi-Cocktails.

**GIESLER & CO.**  
Avize (Epernay)

**CHAMPAGNE GIESLER**

Die Champagnerweine des Hauses Giesler & Co. in Avize (Siros & Co. Succrs.) geniessen Weltruf und werden von Kennern bevorzugt. Demi sec (süss), Gout americain (trocken), Brut 1920, sehr trockener, rassisger Herrensékt.

**WIJNAND FOCKINK**

Amsterdam

**LIQUEURS WIJNAND FOCKINK**

Holland's feinste Liqueure und Genever. Das Haus Fockink befindet sich seit 250 Jahren (1679) ununterbrochen unter persönlicher Leitung derselben Familie.

**FINDLATER'S LTD.**

London, Oporto, Madeira

**PORTO FINDLATER**

Die Südwine der Firma Findlater, Mackie, Todd & Co., Ltd., London (Firma gegründet 1856) bilden eine Klasse für sich. Findlater's Treble Diamond Port, White Palace Port, Dry Club Sherry und Madeira, um nur die hauptsächlichsten zu nennen, werden aus den ausserst besten Trauben hergestellt. Findlater's London Dry Gin bildet die Basis eines trockenen Cocktails.

**VON BERGEN & SON**

Carlshamn, Schweden

**PUNCH VON BERGEN**

Die Firma von Bergen & Son fabriziert in Carlshamn, Schweden, seit 1815 den echten Schwedenpunch. Derselbe mundet gleich vorzüglich geist oder als Grog.

**A. WOLFSCHMIDT A. G.**

Riga

**WODKA WOLFSCHMIDT**

Anno 1847 in Riga gegründet, genoss Wolfschmidt schon im alten Russland den Ruf des führenden Hauses für die Herstellung von WODKA, Kümmel und Krystall Kümmel.

**DANSK CLOCCOMPAGNI**

Kopenhagen

**AALBORG TAFEL AKVAVIT**

Die Dansk Cloccompagni in Kopenhagen (gegr. 1881) fabriziert den allein echten dänischen Akvavit, ein Destillat von hervorragender Reinheit. Aalborg Tafel Akvavit, das populärste Getränk der Nordländer, wird, geist, zu den Hors-d'œuvres und Vorspeisen serviert. 116506

Unsere Marken befinden sich im Ausschank in diversen Ausstellungen-Restaurants, im Schweizer-Hotel-Restaurant, im Restaurant français und an der Bar des Restaurant français.  
Ihr Besuch an der ZIKA wird uns freuen und empfehlen wir uns Ihnen mit vorzüglicher Hochachtung!

HENRY E. HUGUENIN A. G.