

Weinkoster

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels**

Band (Jahr): **6 (1897)**

Heft 36

PDF erstellt am: **09.05.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-522209>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Erscheint
Samstags.Abonnement:
Für die Schweiz:
Zwölf Monate . . Fr. 5.—
Sechs Monate . . Fr. 3.—
Drei Monate . . Fr. 2.—Für das Ausland:
Zwölf Monate . . Fr. 7.50
Sechs Monate . . Fr. 4.50
Drei Monate . . Fr. 3.—
Vereins-Mitglieder erhalten das Blatt gratis.Insertate:
20 Cts. pro 1 Spalt. Petit
zeile oder deren Raum.
Bei Wiederholungen
entsprechenden Rabatt.
Vereins-Mitglieder
bezahlen die Hälfte.Paraissant
le Samedi.Abonnements:
Pour la Suisse:
Douze mois . . Fr. 5.—
Six mois . . Fr. 3.—
Trois mois . . Fr. 2.—
Pour l'Étranger:
Douze mois . . Fr. 7.50
Six mois . . Fr. 4.50
Trois mois . . Fr. 3.—
Aux Sociétaires
gratuitement.Annonces:
20 Cts. pour la petite
ligue ou son espace.
Rabais pour répétition
de la même annonce.
Les Sociétaires
payent moitié prix.Organ und Eigentum des
Schweizer Hotelier-Vereins.6. Jahrgang | 6^{te} 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.

Zur gef. Notiz.

Von verschiedenen Seiten sind wir angefragt worden, ob es noch Zeit habe, sich für das Reklamebuch

„Die Hotels der Schweiz“

anzumelden, und müssen wir hieraus den Schluss ziehen, dass Manche in der Drange der Sommergeschäfte die erhaltene Einladung aus Mangel an Zeit unberücksichtigt gelassen oder verlegt und vergessen hat. Wir haben daher eine **letzte Anmeldefrist bis Ende dieses Monats** angesetzt.

Die nötigen Anmeldeformulare werden auf Wunsch sofort zugesandt.

Achtungsvoll

Für das offizielle Centralbureau
des Schweizer Hotelier-Vereins:Der Chef:
O. Anslar-Aubert.**AVIS IMPORTANT.**

On nous a demandé de divers côtés s'il est encore temps de s'inscrire pour le livre-réclame:

„Les Hôtels de la Suisse“.

Nous devons en inférer que beaucoup d'hôteliers, pressés par les affaires de la saison d'été, n'ont pas eu le loisir de répondre à notre invitation ou l'ont mise de côté et oubliée.

Nous avons par conséquent fixé à la fin du mois courant un dernier délai d'inscription.

Les formulaires d'inscription sont envoyés immédiatement sur demande.

Avec haute considération

Pour le Bureau central officiel
de la Société Suisse des Hôteliars:Le chef:
O. Anslar-Aubert.**Beispiellose Unverfrorenheit.**

Unter dem Motto: „Nur das Gute bricht sich Bahn“ bringt ein Herr C. A. Friedrich in Nürnberg Insertionseinladungen folgenden Inhalts zum Versand:

„Das Central-Hotel-Bureau“ für Deutschland, Oesterreich-Ungarn, Tyrol, Schweiz etc. in Nürnberg, ein Institut, welches von allen Teilen Deutschlands, Oesterreichs, der Schweiz, etc. auf's Eifrigste mit zahlreichen Zuschriften unterstützt wird, befasst sich nun mit der Herausgabe eines Spezial-Werkes mit dem Titel: *Hotels, Pensionen und Kurorte von Deutschland, Oesterreich-Ungarn, Schweiz* etc. nebst Preisangaben in Bild und Wort.

Das einerseits vom reisenden Publikum selbst verlangte, sowie andererseits von bedeutenden Hotelbesitzern angestrebte und folgedessen sehr willkommenes Unternehmen, mit welchem jedem Hotelier Gelegenheit geboten ist, seinen Kunden eine hervorragende Propaganda zu machen, erstreckt sich lediglich auf eine Vervielfältigung der einzelnen Hotelansichten nebst Details und Preisangaben, welche das Central-Hotel-Bureau mit ganz bedeutenden Kosten in Anspruch nehmen, so dass dieses nicht im Stande ist, dieses Werk ganz auf eigene Rechnung zu übernehmen.

Wir rufen deshalb unsere hochgeschätzten Gönner und solche, die es werden wollen, ganz ergebenst zur Beisteuer dieses unentbehrlichen Werkes an. Der Preis für eine Hotel-Aufnahme einschliesslich Herstellungskosten des Clichés (Hotelansicht) beträgt pro Sprache nur Mark 10.— und dürfte es deshalb kaum einem Hotelier darauf ankommen ein solches Unternehmen, das eine grosse Lücke ausfüllen wird, bereitwillig zu unterstützen. Bezüglich dieses bescheidenen Angebotes rechnen wir bestimmt auf eine Gesamtheit der Beteiligung, so dass es uns möglich wird, unseren Interessenten ein stattliches Werk in 3 Sprachen für einen billigen Preis von 50 Pfg. bis Mk. 1.— anzubieten.

Jedoch können wir zur Ausführung der Clichés (Hotelansicht) nur deutliche, einfache Vorlagen benutzen, am liebsten scharfe Photographien, um die Hotelansichten derartig, wie sie unser Musterbogen enthält, ausführen zu können.

Von das Jahr zu Jahr dringender werdende Verlangen des reisenden Publikums nach Bekannt-

gabe der Preise; das mehr und mehr überhandnehmende Reklamewesen; um dem reisenden Publikum die Wahl des Absteigquartiers zu erleichtern; um unliebsamen Erörterungen zwischen Gast und Gastgeber vorzubeugen; um den Reisenden vor Antritt der Reise über Preise und sonstige Wissensnütze Aufklärung verschaffen zu können; darin liegen die hauptsächlichsten Beweggründe zur Herausgabe dieses Werkes.

Die Verbreitung dieses Buches geschieht in der Weise, dass wir sämtlichen beteiligten Hotels den Einzelverkauf übertragen, und dasselbe ausserdem in allen Bahnhofsbuchhandlungen und Verkehrs-Bureaus zu haben ist. Es ist also jedem Reisenden oder Touristen genügend Gelegenheit geboten, sich für wenig Geld einen Hotelführer anzuschaffen, welcher dem allgemeinen Wohle dient.

Zuletzt möchten wir Sie noch höflichst bitten, unser Institut nicht mit derartigen unrenten zu versehen. Wir bitten jedem Auftraggeber die grösste Sicherheit, indem die Zahlung erst nach Zusendung eines kompletten Frei-Exemplars durch Postauftrag erhoben wird. Vorauszahlungen werden prinzipiell nicht erhoben.

Indem wir für das bisher in so reichem Masse geschenkte Vertrauen bestens danken, übersenden wir Ihnen gleichzeitig beiliegenden Musterbogen und sehen der baldigen Einsendung des Auftrages gerne entgegen.

Central-Hotel-Bureau
Nürnberg.
Der Chef: C. A. Friedrich.

Das von Herrn C. A. Friedrich herauszugebende „Spezial-Werk“ ist, wie die dem Zirkular beigelegte Musterseite darthut, nichts anderes, als eine buchstäbliche Kopie des Reklame-Buches, welches der Schweizer Hotelier-Verein herausgibt. Die Unverfrorenheit, mit welcher Herr Friedrich auftritt, besteht nun einerseits darin, dass er, unbeachtet des Rechtes, welches unser Verein sich auf seinem Buch vorbehalten, das gesamte innere Arrangement desselben nachahmt; wie auch die oben angeführten Beweggründe, auf welche sich Herr Friedrich stützt, nichts anderes sind, als die vortretende Kopie des in unserem Buche enthaltenen Vorwortes. Andererseits sucht der Verleger die Hoteliers glauben zu machen, als sei er Leiter eines offiziellen Centralbureaus der Hoteliers (ähnlich dem unsrigen) und sei das herauszugebende Werk ein uneigennütziges, von den Hoteliers selbst begründetes Unternehmen, dass dem aber nicht so ist, beweist die Tatsache, dass in ganz Deutschland ausser dem Centralbureau des Internationalen Vereins des Gasthofbesitzer, welches in Köln seinen Sitz hat, kein ständiges offizielles Hotelbureau existiert. Die Angaben des Herrn Friedrich sind daher alle auf Täuschung berechnet.

Der Preis, der für die Aufnahme der Hotels samt Cliché verlangt wird, (10 Mark in einer Sprache und 30 Mark in allen drei Sprachen), scheint auf den ersten Moment ein äusserst billiger zu sein, least man aber das Zirkular mit Nachdenken durch, dann macht man die Beobachtung, dass Herr Friedrich mit keiner Silbe betont, wieviele solche Bücher überhaupt und wieviele in jeder Sprache gedruckt werden. Das ist die Hinterthüre, die der Verleger sich wohlweislich offen hält. Wir glauben uns daher nicht zu täuschen, wenn wir annehmen, dass hier wieder eines jener Unternehmen im Entstehen begriffen ist, wobei mit der peinlichsten Gewissenhaftigkeit darauf geachtet wird, dass jeder Inserent ein Belag-Exemplar erhält und das übrige — ist Nebensache.

Herr Friedrich wird daher die Auflage ganz nach der Anzahl der Annoncen richten und zwar nicht ohne vorher einen bestimmten Prozentsatz als „Reingewinn“ ins Trockene gebracht zu haben.

Wenn der Verleger den Einzelverkauf des Buches teilweise den beteiligten Hotels überbindet, so beweist das immer noch nichts in Bezug auf die Höhe der Auflage, denn gesetzt der Fall, es nimmt ihm ein jedes Hotel 10—20 Stück à 50 Pfg. oder 1 Mk. ab, so kann er bei allfälligen Nachverlangen kühn behaupten, die Auflage sei schon vergriffen, das imponiert dann nur umso mehr, selbst wenn die Auflage nur 1000 Exemplare war.

Wohl niemand besser als wir selbst, wissen, was die Herausgabe eines solchen Buches kostet und deshalb dürfen wir auch behaupten, dass der Preis von 10 Mk. pro Sprache immer noch ein sehr hoher ist, wenn es sich nur darum handelt, den Beweis der Insertion zu er-

bringen, d. h. wenn nur ungefähr soviel Exemplare gedruckt werden, als es Belege bedarf. Würde es sich um eine grosse Auflage handeln, welche zum Preise von 1 Mk. per Exemplar verbreitet werden müsste, dann könnten wir, wiederum aus eigener Erfahrung, die Behauptung aufstellen, dass der Vertrieb nicht nach Wunsch oder Versprechen vor sich gehen würde, denn wir haben die Erfahrung an unserm Buche gemacht, dass nur der Gratisvertrieb eine zweckmässige und rationelle Verbreitung sichert und das ist doch schliesslich die Hauptsache bei einem solchen Unternehmen.

Was nun den Umstand anbetrifft, dass Herr Friedrich auch die Schweiz in sein Hotelbuch mit einbezieht, so hat uns dies veranlasst, sofort gerichtliche Schritte gegen ihn einzuleiten,*) da unser Buch „Die Hotels der Schweiz“ beim eidgenössischen Amt für geistiges Eigentum seit 1896 angemeldet ist und uns somit alle darauf bezüglichen Rechte gewahrt bleiben. Inwieweit diese Rechte auch auf das Ausland Bezug haben, hängt von den internationalen Vereinbarungen der verschiedenen Staaten unter sich ab und wird dann durch die Untersuchung klar gelegt werden.

Herr Friedrich bittet am Schlusse seines Zirkulars, sein Institut nicht mit derartigen unrenten zu verwechseln. Hat der Leiter des sogen. Central-Hotel-Bureau in Nürnberg für nötig gefunden, dies noch speziell anzuführen, so halten wir es für nötig, unsern Mitgliedern Vorsicht diesem Unternehmen gegenüber zu empfehlen.

*) Wir ersuchen alle diejenigen Hoteliers der Schweiz, welche die betr. Einladungen aus Nürnberg erhalten, uns dieselben zugehen zu lassen zur Aufführung der Beweismittel.

UNE MAIN LAVE L'AUTRE.

Nous avons, à diverses reprises, loué le zèle et la persévérance que les chemins de fer, et particulièrement ceux qui servent aux touristes, mettent à favoriser et à développer le mouvement des étrangers. Il y a quelques années, c'était le Gothard qui, de toutes les lignes internationales, tenait la palme au point de vue de la réclame; elle est aujourd'hui distancée par le Jura-Simplon, et c'est la conséquence directe de l'énorme concurrence que le Gothard a créée à la Suisse occidentale.

Nous devons rappeler également ce que nos principales compagnies de chemins de fer de montagne et de navigation à vapeur font en matière de réclame; elles se sont vues forcées, par la concurrence toujours croissante, de battre la grosse caisse, et ne s'en privent pas.

Evidemment, nous n'avons pas à supputer ici les sommes que les chemins de fer dépensent de ce chef chaque année, mais il est certain qu'une forte partie de cet argent sort de la poche de nos maîtres d'hôtels; ils supposent avec raison que les entreprises de réclame revêtues d'un caractère administratif et dont le but n'est pas de réaliser un bénéfice sur l'objet même de la réclame, sont les plus recommandables.

En effet, si les chemins de fer visent avant tout leur avantage particulier, et principalement l'élévation du chiffre des étrangers, les maîtres d'hôtels, de leur côté, se servent de cette propagande pour en retirer un profit indirect; mais, au fond, les deux intéressés travaillent la main dans la main en vue de leur bien commun.

Il en va un peu autrement de la propagande que les hôteliers suisses font de leur propre initiative et qui, bon an mal an, leur coûte à peu près un million. En réalité, c'est un million et demi, mais il faut admettre que le tiers de cette somme, 500,000 francs, est dépensée de concert avec les compagnies de chemins de fer.

Ce million, à supposer même que les deux tiers en soient utilement employés, contribue certainement pour une bonne part à développer le mouvement des étrangers. C'est là seul le mérite des hôteliers, mais les chemins de fer sont naturellement les premiers à en bénéficier.

Ce qu'il faudrait, c'est que les compagnies de chemins de fer voulassent bien appliquer, un peu mieux qu'elles ne l'ont fait jusqu'ici, le proverbe: „Une main lave l'autre.“

Et comment cela? Il suffirait dans ce but de modifier le système illogique et généreux des cartes de libre parcours, de lui donner une extension rationnelle et surtout de le faire adopter par certaines lignes.

Combien de fois nos maîtres d'hôtel ne sont-ils pas convaincus de la générosité des compagnies de chemins de fer vis-à-vis de tel ou tel courtier d'annonces, de tel ou tel éditeur de guide, l'ouvrage fût-il d'une valeur plus que contestable? Il suffit ordinairement à ce courtier, à cet éditeur, pour obtenir une carte de libre parcours, d'en exprimer le désir. Et alors ils en usent et abusent vis-à-vis des hôteliers, leurs victimes; ils leur mettent sous le nez une main pleine de ces cartes en ajoutant cette réflexion qui, malheureusement, impose encore à certaines gens crédules: „N'est-ce pas? Si le livre ou le journal que je représente ne valait rien, toutes ces compagnies n'auraient pas mis à ma disposition ces billets de libre parcours?“ Et, en général, il s'agit d'un guide sans valeur ou d'une obscure feuille de chou.

Combien ces cartes de faveur trouveraient un plus judicieux emploi, si elles étaient distribuées dans les cercles dont les intérêts se confondent avec ceux des chemins de fer et qui, en fait, les aident, par tous les moyens en leur pouvoir, à développer la prospérité commune! La plupart de nos chemins de fer de montagne ont depuis longtemps adopté cette manière de faire et aucune de ces compagnies ne pourrait affirmer qu'il y a, de la part des hôteliers, abus des permis de circulation. Nous connaissons en effet beaucoup de ces porteurs de billets qui, depuis des années, n'ont pas eu l'occasion de les utiliser, ou qui, presque sans exception, étaient accompagnés de personnes pour lesquelles la taxe de transport est exigible.

La distribution des cartes de libre parcours non seulement n'implique aucune perte pour la compagnie, mais lui sert indirectement de réclame fructueuse. Si quelqu'un de nos maîtres d'hôtel s'offre une partie de plaisir avec son billet de chemin de fer, il songe qu'il est *persona grata* auprès de la compagnie et se met en route avec sa femme, sa famille ou une société; autrement, il aimerait mieux rester chez lui.

Ce serait assurément une prétention excessive que de réclamer ce privilège, surtout dans la mesure illimitée que nous avons dite, pour tous nos hôteliers. Cependant, nous ne voyons pas pour quel motif on n'accorderait pas aux maîtres d'hôtel organisés, aux membres de la Société suisse des Hôteliars par exemple, la faveur, dont jouissent les membres du Club alpin sur un certain nombre de lignes, de payer seulement demi-place. C'est précisément la Société suisse des Hôteliars qui, ces dernières années, a rendu les meilleurs services dans le domaine de la réclame. Le monde des hôtels s'étonne, non sans raison, que même le représentant officiel de cette société (laquelle compte le plus grand nombre des établissements fréquentés par des étrangers), après avoir adressé à quelques compagnies de chemins de fer la demande d'un permis de circulation temporaire pour des voyages intimement liés à leurs intérêts, ait reçu d'elles cette réponse stéréotypée: „Pour éviter les conséquences, nous regrettons, etc.“

Weinkoster.

Die Kunst des Weinkostens gehört zu den wenigsten bekannten, aber darum keineswegs brotlosen Künsten. Die grössten Künstler in diesem Fach findet man in Frankreich, Deutschland und England, und es ist geradezu ungläublich, bis zu welchem Grade der Vollkommenheit ein richtiger Weinkoster es bringen kann; bloss durch das Kosten ist der Mann im Stande, nicht bloss die Abkunft, sondern mit völliger Sicherheit den Jahrgang des Weines, sogar die Lage, auf der er gewachsen ist, anzugeben. Es erklärt sich

darau, weshalb bei wichtigen Kaufabschlüssen stets der Weinkoster zugezogen wird und das entscheidende Wort zu sprechen hat. Frhr. Giovanni von Patro weist in seinem Buch: „Der Weivernschnitt oder die Coupage des Weins“ darauf hin, dass die erste Voraussetzung für diese gewöhnlichen Sterblichen völlig unbegreifliche Kunst eine natürliche Anlage, eine angeborene besondere Geschmacks-Empfindlichkeit sei, wozu aber als Ergänzung jahrelange Übung treiben muss. Nun darf man aber ja nicht meinen, der Beruf eines Weinkosters sei etwas besonders verführerisches und lukullisches, und es wäre ein großer Irrtum, sich die Weinkoster ausnahmslos als behäbige Herren mit leuchtenden Gesichtsvorsprüngen vorzustellen — im Gegenteil, gerade diese Kunst erfordert Opferwilligkeit und Selbstverleugung. Der Koster darf unter keinen Umständen ein Gewöhnlicher-Trinker oder -Raucher sein, das würde die Geruchs- und Geschmacks-Empfindung bedeutend abschwächen. Ebenso muss er sich den Genuss stark gewürzter, scharfer oder saurer Speisen strengstens versagen. Er muss sorgfältig auf seine Gesundheit achten; schon ein gewöhnlicher Schnupfen würde ihn in der Ausübung seiner Kunst behindern. Selbst auf das Frühstück muss er verzichten, wenn er zur Ausübung seiner Kunst berufen wird; in keinem Falle darf sein Frühstückstisch Süßes oder Gesalzenes oder Gepeffertes oder Käse, Obst usw. aufweisen, noch weniger eine Morgen-Zigarre; das alles würde die günstigste Zeit zur Weinkritik (und das ist der Vormittag) aufs schlimmste beeinflussen. Nach den Mittags- und Abend-Mahlzeiten ist ein zuverlässiges Urteil nicht mehr möglich. Auch darf der Weinkoster nicht irgendwo trinken, wo es ihn gerade gelüftet, sondern die Kost muss in einem Lokal, das durchaus frische, geruchlose Luft enthält und genügend hell ist, vorgenommen werden. „Im kühlen Keller sitzt“ ich hier, das gibt's also nicht für den armen Weinkoster, so wenig wie eine unbeschränkte Durstbefriedigung; vielmehr wird aus guten Gründen die Zahl der vorzunehmenden Kostproben immer aufs allergeringste Mass gebracht. Der geschulte Gaumen würde sonst seine Empfindlichkeit einbüßen und der Eindruck ein unsicherer werden. Ebenso muss der Koster bei verschiedenen Weinen eine bestimmte Reihenfolge einhalten: 1) weisse, 2) rote, 3) stark geistige, 4) süsse. Bei jeder dieser vier Klassen muss mit den älteren Jahrgängen angefangen und mit den jüngsten geschlossen werden, und im einzelnen kommen wieder die leichteren vor den schwereren Weinen, trockene vor den süßeren, extraktarme vor extraktreichen, weniger herbe vor sehr herben, bouquetarme vor bouquetreichen, überhaupt geringere vor besseren Weinen. Zu seinen fünf Sinnen braucht eigentlich der Weinkoster noch einen sechsten, nämlich den Sinn für die vernünftige Beurteilung des Weines, kurz, es ist etwas Instinktives, um die Kunst des Weinkosters: nicht jedem ist sie gegeben, und wer sie hat, dem ist sie weniger Genuss als Arbeit, und niemals darf er singen wie andere Menschenkinder: Lass mich trinken, lass mich trinken. — Lass von diesem Feuerwein — Immer neue Fluten sinken — Mir ins durst'ge Herz hinein!



Bierstatistik. Nach einer amtlichen Statistik werden gegenwärtig jährlich 17,700,000,000 Liter Bier auf der Erde gebraut. Davon kommen 5,000,000,000 L. auf Deutschland, 4,790,000,000 L. auf Grossbritannien und Irland, 3,200,000,000 L. auf die Vereinigten Staaten und 1,350,000,000 L. auf Oesterreich-Ungarn. Belgien braut und verzehrt jährlich 1,050,000,000 L. Bier, Frankreich 840,000,000 L. und Russland 400,000,000 L.

Verfeinerung von Brantwein auf elektrischem Wege. In Newhaven, Connecticut, ist ein Verfahren entdeckt worden, um unter Anwendung von Elektrizität minderwertigen Whiskey zu verfeinern. Nach Mitteilung des Patentbureaus von H. & W. Pataky in Berlin besteht der Prozess darin, dass man die Flüssigkeit in eine Retorte bringt, dieselbe heftig schüttelt und gleichzeitig einen elektrischen Strom von 200 Volt durch die zerstäubte Masse schickt. Der Vorteil liegt darin, dass ein grosser Prozentsatz Fusel und andere Beimengungen ausgeschieden werden, sodass der Whiskey einen Geschmack und eine Güte erhält, wie alte abgelagerte Waare.

Gegen die Diebstähle in den Eisenbahnschlafwagen beabsichtigt die internationale Schlafwagengesellschaft zum Schutze der Reisenden eine besondere Massnahme zu treffen. Es soll in jedem Schlafwagen eine Panzerkassette angebracht werden, die mit zwei verschiedenen Schlössern versehen ist. Die entsprechenden Schlüssel hierzu übernehmen der Schlafwagenkondukteur und der Zugführer. Jeder Passagier des Schlafwagens erhält nun ein grosses widerstandsfähiges Couvert, in welchem er Geld und sonstige Wertgegenstände aufbewahrt. Das vom Passagier geschlossene und mit Namen sowie Zielstation der Fahrt beschriebene Couvert wird in Gegenwart beider Kondukteure in die Kasse gethan. Beim Verlassen des Zuges wird dem Passagier in derselben Weise das Couvert wieder ausgehändigt. Die Gesellschaft hafet dafür, dass das Couvert unverletzt in die Hände des Passagiers zurückgelangt.

Die Geheimnisse eines Weinkellers kamen kürzlich bei einer interessanten Verhandlung in Dortmund zu Tage. Weinhandler A. Kleinschmid hatte seinen früheren Kellermester bei der Staatsanwaltschaft wegen Diebstahls angezeigt, weil dieser ihm verschiedene „Rezepte“

zur Herstellung mehrerer Weinsorten entwendet haben sollte. Die Rezepte waren bei den Akten und enthalten besonders Vorschriften zur Herstellung von französischen Rotweinen: St. Estéphe, St. Julien und Medoc. Soll z. B. ein Fass von 300 Litern St. Estéphe „fabriziert“ werden, so stand auf dem Rezept: 6 Liter Weinsprit, 20 Liter Castelli, der Rest aus den Fässern Nr. 10 und so. Es wurde auch festgestellt, dass der Weinhandler auf den Etiketten seiner Flaschen Preismedaillen hatte, die ihm nicht etwa für ausgezeichnete Weine, sondern für hervorragende Leistungen auf dem Gebiet der — Hühnerzucht verliehen waren.

Poststempel mit Wetterprognosen. In den Vereinigten Staaten von Nordamerika hat, wie die „Allgemeine Zeitung“ mitteilt, durch liberale Benützung des Telegraphen und Mittheilung des Postdienstes die Verbreitung der Wettervorhersagen stetig zugenommen, sodass dieselben gegenwärtig mehr als 30,000 Orten mitgeteilt werden. Eines der einfachsten und wirksamsten Mittel, die Tagesprognose bekannt zu machen, besteht darin, dieselben an einen Centralpunkt zu telegraphieren und von hier durch Postkarten überall dahin zu senden, wo letztere noch rechtzeitig hangelangen können. Ein originelles Mittel wurde dabei kürzlich mit grossem Erfolg versucht, nämlich auf jeden Brief mit dem Poststempel ein Bestimmungsgeld gleichzeitig die Prognose aufzustempeln, sodass jeder Empfänger eines Briefes ohne einen praktischen in Betracht fallenden Mehraufwand von Arbeit seitens der Postbediensteten so früh als möglich in den Besitz der Prognose gelangt.

Ein Gesehungshaus für im Papierfach Angestellte wird von Prinzipalen in Deutschland projektiert. Dasselbe soll den kaufmännischen Angestellten (Damen und Herren), die eine Erholung oder Genesung in frischer, kräftiger Gebirgs- und Waldluft suchen, deren Verhältnisse aber die hohen Preise der Hotels und Pensionen zu zahlen nicht gestatten, einen schönen, gesunden und preiswerten Aufenthalt unter Erstattung der Selbstkosten bieten. Zur Erreichung obigen Zweckes ist der Ankauf des herrlich gelegenen Mühlenhals-Hotels bei Wernigerode in Aussicht genommen. Das Hotel und die dazu gehörigen Baulichkeiten bieten Platz für 40—50 Betten, alles nötige Inventar ist vorhanden und wird mit übernommen. Die Erholungsstation steht also fix und fertig zur sofortigen Benützung da. Angenommen, dass für 40—50 Betten stets Gäste vorhanden sind, so können in der Zeit vom 15. Mai bis 15. Oktober etwa 4—500 Angestellte diese Wohlthat einer 14tägigen Ausspannung in kräftiger Gebirgsluft geniessen. Die Herren hoffen, den vollen Pensionspreis samt Wohnung in Zukunft auf 2 Mark für den Tag bringen zu können.

Die Gletscher der Schweiz. Die Masse des Gletschersees in der Schweiz ist eine ungeheure. Etwa ein Zwanzigstel des ganzen Landes ist mit Gletschern bedeckt, und wenn man die durchschnittliche Tiefe derselben zu 50 Meter annimmt, was eher zu niedrig als zu hoch gegriffen ist, da für verschiedene grössere Gletscher eine Dicke des Eises von 300 bis 400 Meter nachgewiesen wurde, so ergibt sich eine Eismasse von 4 Billionen Zentnern. Zum Transport dieses Eises würde man einen Güterzug brauchen, der, wenn jeder Wagen mit der Maximalbelastung von 10,000 kg befrachtet wäre, 1250 Mal um die Erde herum reichen würde, und auf der Erde wären nicht genug Menschen für den Bremsendienst aufzutreiben. Auch die Entfernung zwischen Erde und Mond würde nicht genügen, den Zug in seiner ganzen Länge aufzustellen; sie wäre dreizehn Mal zu klein. Hingegen liesse sich derselbe ziemlich genau um die Sonne herumlegen, so dass der Lokomotivführer und der Bremsen auf dem hintersten Wagen noch miteinander verkehren könnten. Angesichts dieser Zahlen erscheint der Wasserreichtum der Flüsse in der Schweiz während des Sommers begreiflich.

Weltverkehr. Die italienische Regierung scheint nunmehr den wiederholt ausgesprochenen Wünschen um Hebung des Verkehrs nach Egypten und Indien über die apenninische Halbinsel entsprechen zu wollen. Es soll zunächst der Hafen von Brindisi verbessert und, ausser dem bereits in Aussicht genommenen neuen Quai, eine Summe von 750,000 Lire auf Erstellung einer nahe am Landungsplatz der Dampfschiffe gelegenen Eisenbahnstation verwendet werden, um den Reisenden die Durchmessung der langen Strecke zwischen den Dampfschiffen bis zur Eisenbahnstation zu erleichtern. Der Fahrdienst der Bahnzüge soll beschleunigt werden und, falls die an diesem Verkehr beteiligten französischen Eisenbahngesellschaften ihren Teil zu den Verkehrserleichterungen nicht beitragen können, soll beantragt werden, den wöchentlichen Postzug über den Gotthard (anstatt über den Mont-Cenis) zu führen. Um namentlich den Verkehr mit Egypten anzuknüpfen, ist man nahe daran, direkte Züge zwischen Calais und Neapel einzurichten, und von letzgenanntem Hafen soll eine Schneldampfer-Verbindung bis Alexandrien durch die bekannte Gesellschaft Florio-Rubattino errichtet werden. Wie anzunehmen, werden diese Verkehrserleichterungen auch später der Simplon-Bahn und ihren Anschlüssen zu gute kommen.

Salmenfischerei im Rhein. Schon seit Jahren wird darüber geklagt, dass der Salmenfang im Oberrhein gegenüber früher bedeutend zurückgegangen sei. In Gross- und Kleinauenburg, den Hauptfangstellen, haben sich die Verhältnisse seit circa 2 Jahren erfreulicherweise wieder gebessert; so betrug das Ergebnis von 1896 auf den links- und rechtsrheinischen Fangstellen zusammen über 3000 Salmen und Lachse und scheint auch heuer der Fang sich wieder ganz günstig zu gestalten, indem bis zum 1. August schon 541 Stück gefangen wurden.

In letzter Zeit und besonders während der Fremdensaison kommt es sehr häufig vor, dass die Nachfrage nach Rheinsalm eine viel grössere ist, als der Vorrat an gefangenen Fischen, und muss, um allen Wünschen gerecht zu werden, der Mehrbedarf durch importierte Salmen gedeckt werden. Es ist daher das Vorgehen einer Basler Firma sehr zu begrüssen, welche seit einiger Zeit den überall vortrefflich bekannten Columbia River-Salm en gros auf den Markt bringt und so auch einem weitem Publikum zugänglich macht.

Diese amerikanischen Salmen werden geforen in eigenen für den Transport konstruierten Kühlwagen direkt importiert und kommen in so vorzüglichem, frischem Zustande zum Weiterverkauf, dass, wenn gekocht, dieser geforene Salm von einem lebendfrischen nur schwer zu unterscheiden ist.

Die spekulativen Weinhandler sterben nicht aus, wie ein neuerdings publizierter Brief beweist, der von einem Brüsseler an seine Kunden versendet wird:

„Mein Schwiegervater, mit dem wir im besten Einvernehmen lebten, ist kürzlich gestorben, und wie ein Unglück niemals allein kommt, so steht mir jetzt ein Prozess mit meinem Schwager bevor, welcher mir wegen der Erbschaft Unannehmlichkeiten bereiten zu wollen scheint. Nächste Woche soll Inventar gemacht werden und darin möchte ich nicht gern zwei Ochofen alten Rotwein (Haut Brion) vom Jahrgang 1892 eingeschlossen sehen, die mein persönliches Eigentum sind. Mein Schwiegervater, welcher als feiner Weinkenner bekannt war, hatte sie bei Seite gelegt, um sie nur auf die Flasche zu nehmen, womit ich Ihnen sagen will, dass es ein wirklich hervorragender Wein ist. Wenn Sie etwas Besonderes von Wein haben wollen, das Bonquet hat und sich mehr als 20 Jahre auf der Flasche hält, nehmen Sie mir ein Ochofen, wenn nicht die beiden, ab etc. und obendrein will ich Ihnen, da ich mich doch in der Notlage befinde, verkaufen zu müssen, das Ochofen von 228 Liter mit 150 Fr., Zahlung nach Ihrem Belieben, erlassen, um Sie zu dem Geschäft zu bewegen etc.“ M. Lavand, Weinstubsenbesitzer in Pessac (Gironde).“

Man muss denken, der Schwindel habe immer noch Erfolg, sonst würde er aufhören, bemerkt hiezu der „Merkur“.

Weltausstellung 1900. Einer der vielen für die Weltausstellung von 1900 in Aussicht genommenen grossen „clous“ besteht in einer jener sogenannten wandelnden Plattformen, die man in den grossen Städten Amerikas schon seit Jahren und in Europa auch von der Berliner Ausstellung her kennt, welche aber für Paris etwas Neues bilden. Die Adaption der amerikanischen Systems zu diesem Zwecke rührt von dem Civilingenieur Armengaud her und soll imstande sein, 50,000 Personen in der Stunde zu befördern. Das erscheint um so notwendiger, als man, vielleicht etwas verwegend, annimmt, die nächste Ausstellung dürfe ungefähr 60 Millionen Besucher nach Paris locken, mehr als doppelt so viel, als die vorige. Der Gesamtweg der Plattform würde 4,2 km betragen, die Avenue La Motte-Piquet, Esplanade des Invalides, den Quai d'Orsay und die Avenue Sudren berühren. Man zählt auf vier Passagiere pro laufende Meter, woraus sich unter Hinzurechnung derer, die unterwegs absteigen und nur einen Teil der Gesamterfahrung zurücklegen, die oben genannte Zahl pro Stunde ergäbe. Von der Plattform würden die Passagiere eine prächtige Aussicht über die Ausstellung geniessen. Ein anderer geplanter „clou“ wäre ein riesiger Fesselballon, der dreimal in der Stunde zu einer Höhe von 600 m aufsteigen und sowohl zu Vergnügungszwecken, wie auch zu meteorologischen und andern wissenschaftlichen Beobachtungen dienen würde. Dafür beansprucht der Luftschiffer Besancon in der Ausstellung einen Raum von 82 m Durchmesser. Die sehr komfortabel eingerichtete Gondel des Kisenballons wird je nach der Windstärke 18 bis 60 Personen aufnehmen können.

London. Seit einer Woche kann man in London in elektrischen Droschken fahren. Eine eigens gegründete „Elektrische Droschken-Gesellschaft“ (London Electrical Cab Company, Limited) hat nämlich das erste Dutzend ihrer Gefährte in Dienst gestellt und lässt sie von richtigen Londoner Droschkenkutschern, die bisher von ihrem hohen Sitze aus Droschkenpferde gelenkt haben, fahren und sie zur üblichen Droschkenrate benützen. Diese neuen Droschken bieten einen sehr gefälligen Anblick, sie gewähren reichlich Platz für zwei Personen und auf dem Verdeck oben ist Platz für Gepäck. Der Kutscher hat vorn seinen Sitz auf dem Bock, lenkt den Wagen und giebt die Geschwindigkeit, was durch zwei Griffe auf so einfache Weise geschieht, dass es nicht besonderer Erlernung bedarf. Die Droschken fahren sehr leicht und geräuschlos, weil die Räder mit pneumatischen Gummireifen eingefasst sind; auch die Maschine arbeitet geräuschlos und der unangenehme Geruch, den man stets bei Motorwagen bemerkt, die mit Oel getrieben werden, ist nicht vorhanden. Der elektrische Johnson-Lundell-Motor, der unterhalb der Droschke angebracht ist, arbeitet mit drei Pferdekraften und mit Hilfe desselben fährt die Droschke fünfzig englische Meilen, ehe der Accumulator ausgetauscht zu werden braucht. Diese Auswechslung geschieht in wenigen Minuten und die Gesellschaft lässt in den verschiedenen Teilen Londons Stationen errichten, wo die erschöpften Droschken stets wieder mit frischer Elektrizität gespeist werden können. Der Probefahrt und Einweisung elektrischer Droschken wohnte u. a. der bekannte Elektriker des Generalpostamtes W. H. Preece bei. Er hielt eine Ansprache und sagte, dass er nie das Problem der elektrischen Beförderung besser gelöst gesehen habe.

Zöpfe im Reiseverkehr. Nach dem neuerussischen Passagiergesetz müssen auch in Zukunft für Auslandsreisen halbjährlich je zehn Rubel entrichtet werden. Fortan aber genügt es nicht, dass diese Gebühr von einer Familie bezahlt wird, sondern es soll der Betrag von jedem im Passe verzeichneten Familienmitglied erhoben werden, auch von den Kindern über 14 Jahren, so dass also eine Familie von zehn Personen für einen einjährigen Aufenthalt im Auslande eine Gebühr von 200 Rubel zu zahlen haben wird! Also eine förmliche Besteuerung der Reiselust. Der Staat als moderner Wegelagerer!

Die „Frankfurter Zeitung“ erhält aus Jena die Mitteilung über folgenden heitern Zollformalismus: Gelegentlich einer Alpentour liess ich kürzlich meinen Rücksack von Partenkirchen (Oberbayern) nach Lermoos (Tirol) per Post befördern, während ich die gleiche Strecke zu Fuss zurücklegte. Als ich in Lermoos angekommen war, wurde mir auf der Poststation mein an der österreichischen Grenze vom k. k. Nebenzollamt Ehrwald-Griesen durchsuchter Rücksack nach Berichtigung folgender Zollrechnung übergeben:

Gebührenrechnung:	
20 Gramm aus Bayern eingeführte Tabakfabrikate als Cigarren	— fl. 1 kr.
Summe der Zollgebühren	— fl. 1 kr.
Waagegeld	— fl. 3 kr.
Summa in Gold	— fl. 4 kr.
Tabaklizenz	— fl. 22 kr.
Zusammen	— fl. 26 kr.
Agio 19 1/2 Prozent (auf obige 4 Kreuzer Gold)	— fl. 1 kr.
Statistische Gebühr	— fl. 27 kr.
	— fl. 2 kr.
Totale	— fl. 29 kr.

Die von mir im Rücksack mitgeführten 20 Gramm Cigarren (nämlich 3 oder 4 in Deutschland gekaufte Virginias österreichischer Provenienz) kosteten somit 1 kr. Gold (= 2 Pf.) Zoll und 28 kr. Oesterreichischer Courant (= 48 Pf.) Zollabfertigungs-Gebühren.



Baden. Die Gesamtzahl der Kurgäste betrug am 31. August 7737.

Nordhausen. Den Krystallpalast kaufte ein Berliner Hotelier für 200,000 Mark.

Breslau. Das Hotel Blauer Hirsch wurde für 500,000 Mk. von dem Waaren-Haus Gebhardt Barasch angekauft.

Interlaken. Herr Adolf Studt, Ndt., hat das dem Hrn. Zwanziger geborene Hotel Gotthard beim Bahnhof käuflich erworben.

Bad Nauheim. Das von Herrn Baunternehmer Dietze erbaute Hotel am Bahnhof hat Herr Adolf Seeger von Nizza für 205,000 Mark gekauft.

Zweismünnen. Herr J. Schlettli-Abegglin hat, laut „Handelsblatt“, das seither unter der Firma Geschwister Schlettli geführte Hotel Krone auf alleinige Rechnung übernommen.

Waadt. Der Verwaltungsrat des Hotel National und des Hôtel du Cygne in Montreux schlägt der im September abzuhaltenden Generalversammlung pro 1896/97 eine Dividende von 5 1/2 % vor.

Sarnen. Einen wichtigen Schritt hat Sarnen als neuaufstrebender Kurort getan, indem die Dorf-gemeinde beschloss, eine Quellwasserversorgung mit einem Kostenaufwande von 120,000 Fr. zu unternehmen.

Bad Kronthal im Taunus hat, wie die Balneologische Zeitung hört, eine englische Gesellschaft gekauft, die beabsichtigt, neben Vergrösserung des Wasserversandes auch das Bad als solches wieder zu betreiben.

Telephon. Mit 1. September ist eine direkte Leitung Berlin-Budapest dem Betrieb übergeben worden, einer der längsten direkten Draht-Europas und jedenfalls die teuerste Leitung: Ein Gespräch von 3 Minuten kostet 5 Franken.

Davos. Amtliche Fremdenstatistik. In Davos anwesende Kurgäste vom 14. Aug. bis 30. Aug. 1897: Deutsche 501, Engländer 420, Schweizer 368, Holländer 33, Franzosen 83, Belgier 16, Russen 44, Oesterreicher 29, Amerikaner 50, Portugiesen, Spanien, Italien, Griechen 46, Dänen, Schweden, Norweger 7, Angehörige anderer Nationalitäten 9. Total 1606. Darunter waren 514 Passanten.

Luzern. Verzeichniss der in hiesigen Gasthöfen und Pensionen in der Zeit vom 16. bis 31. August 1897 abgeregneten Fremden:

	1897	1896
Deutschland	5291	4843
Oesterreich-Ungarn	456	419
Grossbritannien	2071	3122
Verein. Staaten (U.S.A.) u. Canada	1131	1510
Frankreich	2045	2284
Italien	527	569
Belgien und Holland	650	798
Dänemark, Schweden, Norwegen	44	61
Spanien und Portugal	44	111
Russland (mit Ostseeprovinzen)	383	552
Balkanstaaten	52	77
Schweiz	1483	1533
Asien und Afrika (Indien)	90	91
Australien	16	21
Verschiedene Länder	34	46
Persone	14,267	16,037
Total seit 1. Mai	76,216	77,692

* Vereine, Gesellschaften, Schulen, Geschäftsreisende etc. sind in diesen Zahlen nicht inbegriffen.



P. O. V. B. Es ist wirklich sehr bezeichnend für die Geschäftspraxis des „American Register“, Paris-London, dass Ihnen jedes Jahr um diese Zeit ein Wechsel von Fr. 150 zugeht, obne dass Sie mit diesem Blatt in irgendwelcher geschäftlicher Beziehung stehen. Es wird sich um eine Annonce handeln, die ohne bestellt zu sein, einfach aufgenommen wird, auf das Risiko hin, bezahlt oder nicht bezahlt zu werden. Diese Art Geschäftspraxis muss aber doch eine Irrthümlichkeit sein, denn schon seit langer Zeit übt sich diese Firma darin und zwar nicht nur Ihnen, sondern auch anderen Hotels gegenüber. Würden sie alle Ihrem Beispiele folgen und den Wechsel einfach refusieren, hätte die Sache bald ein Ende.

Verantwortliche Redaktion: Otto Amsler-Aubert.