

Objekttyp: **FrontMatter**

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

Band (Jahr): **5 (1896)**

Heft 9

PDF erstellt am: **21.07.2024**

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.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

<http://www.e-periodica.ch>

Abonnement:

Schweiz:
Fr. 5.— jährlich.
Fr. 3.— halbjährlich.

Ausland:
Unter Kreuzband
Fr. 7.50 (6 Mark) jährlich.

Deutschland,
Oesterreich und Italien:
Bei der Post abonnirt:
Fr. 8.— (Mk. 4.—) jährlich.
Verlagsmitglieder
erhalten das Blatt gratis

Inserate:

20 Cts per 1spaltige Petit-
zeile oder deren Raum
Bei Wiederholungen
entsprechendes Rabatt.
Verlagsmitglieder
bezahlen die Hälfte.

Abonnements:

Pour la Suisse:
Fr. 5.— par an.
Fr. 3.— pour 6 mois.

Pour l'étranger:
Envol sous bande:
Fr. 7.50 par an.

Pour l'Allemagne,
l'Autriche et l'Italie:
Abonnement postal:
Fr. 8.— par an.
Les sociétaires reçoivent
l'organe gratuitement.

Annonces:

20 cts. pour la petite ligne
ou son espace.
Réduits en cas de répétition
de la même annonce.
Les sociétaires
payent moitié prix.

Hôtel-Revue

6. Jahrgang 5^{me} ANNEE

Organ und Eigentum

Organe et Propriété

Schweizer Hotelier-Vereins.

Société Suisse des Hôteliers.

Redaktion und Expedition: Sternengasse No. 21, Basel.
Telegramm-Adresse: „Hôtelrevue Basel.“

TÉLÉPHONE No. 1573.

Rédaction et Expedition: Rue des Etoiles No. 21, Bâle.
Adresse télégraphique: „Hôtelrevue Bâle.“



Todes-Anzeige.

Mit tiefem Bedauern erhalten wir die
Nachricht, dass unser Mitglied

Herr J. Rungger-Coray

„Maison Rhätia“ in St. Moritz

im Alter von 51 Jahren gestorben ist.

Indem wir Ihnen hievon Kenntnis geben,
bitten wir Sie, dem Heimgegangenen ein
liebvolles Andenken zu bewahren.

Namens des Vorstandes:

Der Präsident:

J. Döpfner.

Unter falscher Flagge.

Unter diesem Titel bringen die in Basel er-
scheinenden „Geographischen Nachrichten“ aus der
Feder des Herrn Dr. R. Hotz in Basel folgenden
Artikel:

„Vielfach pflegt man eine Ware zu bezeichnen
mit dem Namen des Ortes oder Landes, in welchem
dieselbe hauptsächlich oder ausschliesslich erzeugt
wird, wie z. B. Schweizer Käse, Provençer Oel,
Brüsseler Spitzen. Diese Herkunftsbezeichnung ver-
härtet sich dann allmählig zum Eigennamen: so bei
den Gesteinsarten Syenit (von der ägyptischen Stadt
Syene oder Assuan), Sernitit (vom glarnerischen
Sernfthal), Labradorit (nach der Halbinsel Labrador);
bei den Farben Schweinfurter Grün, Türkischrot,
Indigo. Unter den gebräunten Wassern tragen der
Cognac¹⁾, der Curacao²⁾ und die Chartreuse³⁾ den
Namen ihres Heimatortes, trotzdem sie auch anderswo
erzeugt werden. Wiener Schnitzel und Frankfurter
Würstchen werden gegessen, soweit die deutsche
Zunge reicht, ohne dass die betreffenden Speisen
von der „schönen blauen Donau“ oder vom Main
her stammen, sowenig als das „Kölnische Wasser“
ausschliesslich in der Stadt der hl. drei Könige braucht
fabriziert worden zu sein. Die Jerichorosen finden
sich nicht nur in der syrischen sondern auch in der
nubisch-lybischen Wüste, der Caviar⁴⁾ kommt nur
noch zum geringsten Teil aus Kafa, und die Musseline
gar nicht mehr aus Mosul. Maroquinleder und
Fezmützen erzeugt man jetzt anderwärts besser und
billiger als in den marokkanischen Städten, und bei
dem Namen „Walach“ (= verschnittenes Pferd) denkt

¹⁾ Benannt nach der Stadt Cognac im französischen
Département Charente.

²⁾ Westindische Insel „unter dem Wind“, den Nieder-
ländern gehörig, erzeugt aus dem Saft der süssigen Zitrone
einen berühmten Liqueur.

³⁾ Die Grande Chartreuse im französ. Département
Isère, bei Grenoble im Gebirge gelegen, Stammsaus des
Karthäuser Ordens, 1084 gestiftet, fabriziert einen trefflichen
grünen Liqueur.

⁴⁾ Dieser Name soll herrühren von der Stadt Kafa oder
Theodosia auf der Halbinsel Krim, von wo aus der Caviar
zuerst im XVI. Jahrhundert nach Italien und weiter nach
Westeuropa ausgeführt wurde.

wohl niemand mehr an den Ursprung dieser Be-
zeichnung. Der Begriff „vandalisch“ (= unnötig,
grausam und zerstörend) ist ebenso seines ursprüng-
lichen Sinnes entkleidet worden, wie die „punische
Treue“ den Römern nur noch gleichbedeutend war
mit Lug und Trug. Der Name Suisse (= Schweizer)
bezeichnet in Frankreich nicht mehr wie ehemals die
Söhne Tells als besonders tapfere und treue Leute,
sondern ist herabgesunken zur Benennung von Lakaien
und Abwärttern in Kirchen, Kunstgalerien und
Schlössern.

Mitunter pflegen wir aber auch gewisse Artikel
einfach mit dem Namen desjenigen Ortes zu be-
zeichnen, aus dem uns derselbe in letzter Hand zu-
geht, ohne dass wir uns weiter über seine Herkunft
den Kopf zerbrechen, gerade wie es auch Sitte wurde,
gewisse Krankheiten mit dem Namen desjenigen
Volkes zu bezeichnen, von dem aus solche sich in
unseren Gebieten einmisten: z. B. die sibirische Pest,
der englische Schweiss, die „Franzosen“ u. a. m.
So fahren denn solche Artikel unter falscher Flagge,
ohne dass der Konsument den wahren Ursprungs-
ort kennt.

Das Türkenkorn (Mais) stammt aus Amerika,
nicht aus der Türkei. Die Panamahüte werden nicht
in Panama geflochten, sondern im nördlichen Peru
und kommen von dort über Panama nach Europa.
Neuerdings fabriziert man solche Kopfbedeckungen
sogar in Sachsen und speditiert sie auf dem Umwege
über die mittelamerikanische Landenge als echte
Panamahüte nach Europa!

In gleicher Weise stammen die Smyrna-Teppiche
gar nicht aus dieser Stadt sondern ausschliesslich
aus zwei ziemlich weitab von derselben gelegenen
Binnenstädtchen Gordus und Uschak sowie aus dem
Königreich Sachsen. — Korinthen sind nie in un-
mittelbarer Nähe von Korinth sondern nur an der
Küste des korinthischen Meerbusens gebaut worden
und gelangen auch nicht über Korinth sondern über
Patras zur Ausfuhr. — Gummi arabicum kommt
uns nicht aus Arabien sondern aus den Gebieten des
obern Niles zu, und seitdem der Mahdisten-Aufstand
diese Gegenden verschlossen hat, erhalten wir ihn
von Niger, aus Senegambien und Brasilien. — Der
Chile Salpeter stammt nicht aus Chile sondern aus
Bolivia oder Peru und gelangt bloss über Valparaiso
zur Verschiffung nach Europa; die Salpetergruben
kamen erst in den achtziger Jahren durch den
chilenisch-peruanischen Krieg in den Besitz Chiles.

— Der „spanische Pfeffer“ hat seine Heimat in
Amerika, bezw. Afrika, er stammt also so wenig
aus Spanien als der Mokka Kaffee aus Mokka (in
Arabien). Diese Stadt war früher bloss der be-
deutendste Ausfuhrhafen für süd-arabischen Kaffee,
wird aber jetzt immer mehr durch Aden verdrängt.
Der meiste Mokka dürfte übrigens eher in Ostindien
und Aethiopien gewachsen sein als in Arabien. —
Der Malvoisier Wein trägt seinen Namen von dem
ehemals venetianischen Hafenplatze Napoli di Malvasia
oder Monembasia, (36° 41' 7" n. Br., 40° 42' ö. L.),
welcher auf einer kleinen Insel an der Südostküste
des Peloponneses liegt. Auf der Felsküste dieses
Inselchens hat Wein nie können gebaut werden;
solcher ist nur, von andern Inseln stammend, von
da aus verschifft worden. Ebenso steht es mit dem
Marsala (Hafenstadt an der Westspitze Siziliens) und
dem Portwein (Oporto in Portugal), welche beiden
Weinsorten auch nur den Namen ihres Ausfuhrhafens
tragen. Trotz dieser falschen Flagge lässt sich der
Feinschmecker beide Weine aufs beste schmecken
und diese Sorte von Namensmissbrauch wohl gefallen,
so lange keine absichtliche Täuschung damit ver-
bunden ist.

Y a-t-il quelque mérite à être probe ou bien est-ce un devoir élémentaire?

Assurément plus d'un de nos lecteurs pensera
que poser la question, c'est la résoudre et pourtant
il importe de l'examiner de près, puisque la presse,
chose vraiment étrange, relate avec *doges* tous les
cas où un „trouveur“ honnête a rapporté à son
propriétaire tel ou tel objet perdu. Entre autres, le
„Wiener Tagblatt“ fournit à un journal international
d'employés d'hôtels l'occasion de reproduire un article
intitulé „Trouveurs honnêtes“, dont on ne saurait
approuver les conclusions. Cet article est suggéré
par les faits suivants: Un monsieur étourdi oublie
dans un restaurant un portefeuille contenant des
valeurs; un subalterne, (le „Bierbub“) trouve l'objet
et le porte à son supérieur immédiat qui, de son
côté, le remet au patron. S'étant aperçu de sa perte,
le monsieur rentre de suite dans l'établissement et
le patron, après avoir constaté son identité de pro-
priétaire, lui rend le portefeuille. Heureux et recon-
naissant, notre homme veut donner au sommelier
cinq florins, mais le patron s'y oppose, disant que
son personnel n'a fait que son *devoir* et que pour
les objets perdus et retrouvés dans son local, on
n'accepte pas de récompense. L'étranger toutefois
ne se tint pas pour satisfait et fit venir pour ses
cinq florins des flots de *bière gratuite* que les „trou-
veurs“ goûterent fort en compagnie du généreux
donateur.

L'auteur de l'article fait suivre son récit de quel-
ques réflexions; il blâme le patron de s'être, par le
refus de la récompense, approprié un „droit qu'il
n'avait pas“, il taxe de „ladre“ l'offre de cinq florins;
nous estimons que cette appréciation des faits est
toute personnelle et arbitraire et que l'opinion de
l'auteur sur le „tort du patron“ et la „ladrerie de
l'étranger“ ne sera certainement pas partagée. „Répré-
hensible“ à tous égards est par contre la crainte qu'il
exprime en ces termes: „qui sait si le „Bierbub“,
privé de récompense pour son premier cas de probité,
ne tombera pas en tentation lorsqu'il trouvera un
second portefeuille et ne s'appropriera l'objet?“ A
l'honneur du „Bierbub“, je veux supposer que dans
une seconde occasion analogue, il se conduira égale-
ment en „honnête homme“ et restituera l'objet trouvé
à son légitime propriétaire.

Que la *probité* n'est point un *mérite*, mais une
simple *obligation*, un *devoir* élémentaire, c'est ce qui
ressort avec toute évidence de la loi même, laquelle
punit la rétention d'un objet trouvé et inculque de
cette manière à l'ignorant la notion „du tien et du
mien“. Une „récompense“ peut être donnée au trou-
veur à titre d'„encouragement“ à persévérer dans la
bonne voie, mais l'absence de récompense ne saurait
le relever de l'obligation de rendre au propriétaire
légitime un objet qui ne lui appartient pas.

Il y a *mérite* à accomplir une action louable, non
prescrite par la loi, la conception du *devoir* part d'un
point de vue diamétralement opposé!

K. S.

Une distinction analogue à celle entre *mérite* et *devoir*
existe entre un objet qui a été *oublié* dans un hôtel, res-
taurant, magasin, etc. et un objet qu'une personne a
réellement *perdu*; le premier ne peut être *trouvé* dans le
sens rigoureux du terme et c'est pourquoi nous estimons
que le restaurateur a agi avec une correction parfaite.

(Red.)

Berliner Gewerbeausstellung und Preis- erhöhung in den Hotels.

Der Arbeitsausschuss der Berliner Gewerbe-
Ausstellung hat sich an den Vorsitzenden des Vereins
Berliner Gasthofbesitzer gewandt, um im Interesse
des Fremdenbesuches durch den Vorstand des ge-
dachten Vereins einen Beschluss herbeigeführt zu