

Objektyp: **FrontMatter**

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

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

Heft 9

PDF erstellt am: **11.09.2024**

### **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.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 abonniert:  
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<sup>me</sup> 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 Expédition: 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  
Cognac<sup>1)</sup>, der Curacao<sup>2)</sup> und die Chartreuse<sup>3)</sup> 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 Caviar<sup>4)</sup> 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

<sup>1)</sup> Benannt nach der Stadt Cognac im französischen  
Département Charente.

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

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

<sup>4)</sup> 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