**Zeitschrift:** Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
**Herausgeber:** Schweizer Hotelier-Verein
**Band:** 6 (1897)
**Heft:** 4

## Titelseiten

**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:** 12.07.2025

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

№ 4.

Basel, den 23. Januar 1897. Bâle, le 23 Janvier 1897.

Erscheint Samstags

Paraissant le Samedi

# Hôtel-Revue

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.—
Vereinsmitglieder erhalten das Blatt gratis.

Inserate:
20 Cts. per 1 spaltige Petitzeile od. deren Raum. Bei Wiederholungen entsprechenden Rabatt.
Vereinsmitglieder bezahlen die Hälfte.

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 petite ligne ou son espace.
Rabais en cas de répétition de la même annonce.
Les Sociétaires payent moitié prix.

Organ und Eigentum des Schweizer Hotelier-Vereins
6. Jahrgang | 6me Année
Organe et Propriété de la Société Suisse des Hôteliers

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

## Instanz zur Schlichtung von Differenzen zwischen Gast und Gastgeber.

Im Anschluss an unsern Artikel in vorletzter Nummer betreffend die in der „Wochenschrift" angeregte Schaffung eines „Hotel-Codex", machen wir heute die Frage der Gründung von Schiedsgerichten in Streitfragen zwischen Gast und Gastgeber zum Gegenstande unserer Besprechung.

Als im Februar 1895 (in Nr. 7 der „Hotel-Revue") von redaktioneller Seite zum ersten Male die Frage aufgestellt wurde, ob es nicht im Interesse des Fremdenverkehrs liege, eine Stelle zur Entgegennahme von Reklamationen sowohl seitens der Hoteliers wie namentlich auch seitens der Reisenden zu gründen, da waren wir uns allerdings noch nicht recht bewusst, welch' grossen Stein wir damit ins Rollen gebracht. Wir liessen uns zu dieser Anregung durch die zur selben Zeit häufig auftretenden Angriffe seitens der Presse auf die Hotellerie der Schweiz verleiten und sahen darin ein Mittel, durch welches diesen Angriffen einigermassen gesteuert werden könne. Denn in der Regel entspringen solche Auslassungen einem momentan aufgeregten Gemüte, das sich durch Niederschreiben der Empfindungen Erleichterung zu verschaffen sucht. Für diese Gemütsäusserungen einen für die Hotellerie praktischeren und weniger gefährlicheren Weg als den zur Presse zu schaffen, das war ungefähr die Quintessenz unserer damaligen Betrachtung.

Heute stehen wir dieser Frage pessimistisch gegenüber; denn noch eh' und bevor dieselbe überhaupt Gestalt angenommen, haben wir seither schon zur Genüge Gelegenheit gehabt, Erfahrungen zu sammeln, die nichts weniger als geeignet sind, uns für die Sache noch mehr zu erwärmen, wenigstens nicht in dem Sinne, dass das Centralbureau unseres Vereins die geeignete Stelle sei. In der von Herrn Ed. Guyer-Freuler verfassten Einleitung zu „Die Hotels der Schweiz" ist die Frage ebenfalls berührt und dieser Umstand allein schon hat genügt, sich im Kleinen ein Bild zu schaffen, wie die Angelegenheit im Grossen sich gestalten würde.

Im Laufe des letzten Sommers sind zahlreiche Klagen unter Berufung auf die in betr. Buche in Aussicht gestellte Instanz zur Schlichtung von Differenzen an uns gelangt, davon war aber auch nicht eine, die als von prinzipieller Bedeutung hätte betrachtet und behandelt werden können. Gleichwohl wurden, um den Reklamanten nicht Grund zu Vorurteilen zu bieten, die Streitfragen erledigt. In zwei Fällen wurde von Reisenden Klage geführt darüber, dass ihnen höhere Preise als die publizierten abverlangt worden seien; in einem andern Falle beklagte sich eine Familie, dass sie 5 Zimmer bestellt und auf einen bestimmten Termin schriftlich zugesagt erhalten, dass ihr aber bei Ankunft solche in einem andern Hotel zugewiesen wurden. Die Untersuchung ergab, dass eine andere Familie, welche die versprochenen Zimmer inne hatte, wegen eingetretener Krankheit auf den Termin der Abreise, welcher mit der Ankunft der zweiten Familie hätte zusammenfallen sollen, nicht verlassen konnte; der Hotelier hatte also durch vorläufige Reservierung anderer Zimmer bei einem Kollegen alles gethan, was in Anbetracht seines vollbesetzten Hauses möglich war. Nichtsdestoweniger war die Entrüstung der ankommenden Familie gross, was aus dem wenig höflichen Reklamationsschreiben an unser Bureau nur zu deutlich sichtbar war. Eine Menge anderer Reklamationen drehten sich um Bagatellsachen, die hier wiederzugeben lächerlich erscheinen müssten.

Aus den gemachten Erfahrungen zu schliessen, würde durch die Gründung eines Reklamationsbureaus ein Apparat in Bewegung gesetzt, zu dessen Betrieb ein Heer von Angestellten erforderlich wäre und dann noch dürfte es sehr fraglich erscheinen, ob das damit gesteckte Ziel erreicht würde. Erstens würde das Projekt nicht so durchgeführt werden können, wie es Herr A. R. H. in der „Wochenschrift" anregt, nämdass dabei nur Reklamationen von Vereinsmitgliedern oder von Gästen von Vereinsmitgliedern berücksichtigt würden, sondern ein solches Bureau müsste *nolens volens* der Allgemeinheit zugänglich gemacht werden. In diesem Falle aber würde sich einesteils ein Verein dafür bedanken, für die Nichtmitglieder, welche ja die Mehrzahl bilden, die Kastanien aus dem Feuer zu holen, anderenteils würden die Nichtmitglieder, vielleicht auch ein Teil der Mitglieder, sich eine Einmischung des Vereins in ihren Geschäftsbetrieb kaum gefallen lassen. Des fernern sind wir zu der Ueberzeugung gekommen, dass die Ansicht eines Korrespondenten der „Neuen Zürcher Zeitung" vom 23. Juli 1896 nicht der Begründung entbehrt; er findet nämlich, ein von Hoteliers eingesetztes Schiedsgericht dürfte im Publikum nicht dasjenige Zutrauen erwecken, wie ein auf vollständig neutralem Boden stehendes. Zieht man noch in Betracht, dass ein solches Schiedsgericht es mit einer wechselreichen, beständig flottanten Kundschaft zu thun haben würde, wobei die schnelle, womöglich mündliche Erledigung schwebender Differenzen Hauptsache ist, so muss ein Apparat in vorerwähntem Sinne als zu kompliziert, zu schwerfällig und zu kostspielig betrachtet werden. Der betreffende Einsender gibt auch zu, dass die meisten Beschwerdefälle Bagatellsachen betreffen, dass dieselben einem Missverständnis, einer Unkenntnis der Verhältnisse, einem unliebsamen Zusammentreffen von Umständen, dem Temperament, der Aufregung der Reise oder einer sonstigen Verstimmung des Gemüts entspringen. Er schlägt daher die in den meisten grössern Fremdenverkehrscentren existierenden Verkehrsbureaux als die geeignetsten Stellen für diesen Zweck vor. Diesem Vorschlage sich anschliessen und die Frage in diesem Sinne zur Lösung zu bringen zu suchen, dürfte nicht nur praktischer, sondern auch zweckmässiger und billiger sein.

Ein günstiges Hülfsmittel, das zur Erreichung dieses Zieles wesentlich beitragen würde, wäre dann die bereits angeregte und besprochene Schaffung eines Hotel-Codex, ein solcher würde nicht nur ergänzend wirken, sondern als Grundstein des Ganzen dienen und den Verkehrsbureaux als schiedsrichterliche Stelle ein willkommener Ratgeber sein.

## Die üblichen fachmännischen Ausdrücke bei Beurteilung des Weines.

Zur Beurteilung des Weines und seiner Eigenschaften haben sich in den betreffenden Fachkreisen zahlreiche sogenannte Fachausdrücke eingebürgert, die im Handel und Verkehr mit Wein gäng und gäbe sind, und die zu kennen für den Geschäftsmann nicht nur angenehm und nützlich, sondern auch notwendig ist. Wir geben nachstehend die gebräuchlichsten dieser Fachausdrücke mit den entsprechenden Erklärungen wieder, wobei bemerkt sei, dass allgemein verständliche Ausdrücke für Eigenschaften des Weines, wie *dünn, schwer, voll, herb, kammherb, rauh, wild, faulig, Holzgeschmack, Trestergeschmack,* die sich von selbst verstehen, nicht aufgeführt sind, ebenso Bezeichnungen wie *gefällig, lieblich, angenehm* u. s. w.

*Bitter* sind Weine, welche entweder (bei Weissweinen) viel Gerbsäure enthalten oder (bei Rotweinen) die den Bitterpilz zeigen.

*Bocksern* (schwefeln) nennt man einen Schwefelwasserstoff im Wein. Unter „*Schwefeln*" wird auch oft der Geschmack der schwefligen Säure verstanden.

Mit *Bodengeschmack* bezeichnet man meist einen unangenehm entwickelten Traubensortencharakter.

*Brandeln* bezeichnet in der Regel den an Cognac oder Caramel erinnernden Geschmack alkoholreicher Weine.

*Elegant* heisst ein feiner, sehr gefälliger Wein.

*Fruchtig* bezeichnet einen Geschmack nach edlem Obst, wie Pfirsichen, Himbeeren etc.

*Fett, schmelzig* heissen Vollweine mit grossem Extraktiv- und Glyceringehalt.

*Frische Weine* sind solche, welche etwas viel Säure besitzen.

*Fest* ist der Ausdruck für extrakt- und säurereiche Weine.

*Gährig* heisst ein Wein, der flüchtig, lebendig, reinschmeckend.

*Glatt* heisst ein *süffiger* Wein.

*Gerüchtig* werden im allgemeinen Bouquetweine genannt. Das Bouquet selbst wird nach der Traubensorte bestimmt.

*Gemischte Weine* sind solche, aus denen man verschiedene Charaktere herausschmeckt, entweder in Beziehung auf den allgemeinen Traubengeschmack oder auf die verschiedenen Bouquets.

*Gestossen* oder *gebrochen* sind Weine, welche sich getrübt haben.

*Harte Weine* haben einen sehr hohen Säuregehalt (besonders viel Weinsäure).

*Hülsengeschmack,* wenn die Hülsen zu stark mit der Luft in Berührung kamen.

*Kraweln (muffig, döberlnd)* werden Weine mit Schimmelgeschmack genannt.

*Leer* ist der Wein, wenn der Wassergehalt gegenüber den Geschmackstoffen ein sehr hoher ist.

*Luftgeschmack* ist jener unangenehme Geschmack, welchen noch unfertige extraktreiche, besonders aus zum Teil faulen Trauben gewonnene Weine erhalten, wenn sie längere Zeit mit Luft in Berührung kommen, zumeist auch nach dem Abziehen zeigen.

*Lang* oder auch *zickig* wird ein Wein genannt, welcher *zähe* geworden, d. heisst ein ölartiges Abtropfen zeigt.

*Mäuseln* ist ein sehr unangenehmer, widriger, erst einige Zeit nach dem Verschlucken des Weines stark hervortretender Geschmack, der an Mäusegeruch erinnert.

*Neuerln* bezeichnet den Geschmack nach neuen Fässern.

*Prickelnde* Weine sind solche, welche noch viel Kohlensäure enthalten.

*Rahmgeschmack* haben *kuhnige* oder *kahmige* Weine.

*Rahn* nennt man extraktreiche Weine, welche noch nicht flaschenreif sind, verändern bei stärkerem Luftzutritt mitunter den Geschmack und werden hochfarbig, braunrot.

*Saftig* sind Weine, welche nach dem Genuss kein trockenes Gefühl hinterlassen, was bei Vorhandensein von Tannin in Weisswein häufig bemerkt wird.

*Sauber* heissen tadellose, reine Weine.

*Scharfe* Weine zeigen einen scharfen Essigstich.

*Schwer* heisst ein dick auf die Zunge und den Gaumen fallender Wein, dahin gehören Weine aus schwerem Boden, sowie sehr farbstoffreiche, südliche Rotweine.

*Spitz* heisst ein an dem Gaumen dünn abfallender Wein.

*Stumpf* heissen *trockene, abgelebte Weine.*

*Stark* oder *kräftig* bezeichnet man alkoholreiche Weine.

*Stich* bezeichnet man einen Wein, in welchem die Essigsäure sehr stark hervortritt.