

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 15 (1906)
Heft: 2

Rubrik: Ablösungen der Neujahrs-Gratulationen = Exonérations des souhaits de nouvelle année

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 02.04.2025

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

Abonnement

Abonnements

Für die Schweiz: 1 Monat Fr. 1.25, 3 Monate „ 3.—, 6 Monate „ 5.—, 12 Monate „ 8.—

Pour la Suisse: 1 mois . . Fr. 1.25, 3 mois . . „ 3.—, 6 mois . . „ 5.—, 12 mois . . „ 8.—

Für das Ausland: (inkl. Portoschlag) 1 Monat Fr. 1.50, 3 Monate „ 4.—, 6 Monate „ 7.—, 12 Monate „ 12.—

Pour l'Etranger: (inclus frais de port) 1 mois . . Fr. 1.50, 3 mois . . „ 4.—, 6 mois . . „ 7.—, 12 mois . . „ 12.—

Vereins-Mitglieder erhalten das Blatt gratis.

Annonces:

7 Cts. par millimètre-ligne ou son espace. Rabais en cas de répétition de la même annonce. Les Sociétaires payent 3/2 Cts. net p. millimètre-ligne ou son espace.

Inserate:

7 Cts. per 1spaltige Millimeterzeile oder deren Raum. Bei Wiederholungen entsprechend Rabatt. Vereins-Mitglieder bezahlen 3 1/2 Cts. netto per Millimeterzeile oder deren Raum.



Organ und Eigentum des Schweizer Hoteller-Vereins

15. Jahrgang | 15^{me} Année

Organe et Propriété de la Société Suisse des Hôtellers

Erscheint Samstags. Parait le Samedi.

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

Verantwortlich für Redaktion und Herausgabe: Otto Amsler, Basel. — Redaktion: Otto Amsler; K. Achermann. — Druck: Schweiz. Verlags-Druckerei G. Böhm, Basel.

Aufnahme-Gesuche. * Demandes d'Admission.

Monsieur Carlo Clausen, propriétaire de l'Hôtel Beau-Séjour à Château d'Oex... Parrrains: MM. Jules et Emil Berthod, Hotel Berthod, Château d'Oex.

Monsieur H. Pierrot-Kühne, tenancier de l'Hôtel-Pension Moderne, à Bulle... Parrrains: MM. F. Imseng, Hotel Victoria, et Ch. Cuénoud, Hotel Continental, Lausanne.

Übertrag aus letzter Nr. Fr. 4758 (Hievon Fr. 1600 in Antelischneide). Mr. Vignau G., Pension Minerva, Genève.

Zur Ausbildung der Kochlehrlinge. (Eingesandt.)

Mit grossem Interesse habe ich die Ausführungen des Experten zum Kapitel Kochlehrlingsprüfungen in No. 47 der 'Hotel Revue' gelesen... Einem Satz in den Ausführungen des Herrn Experten möchte ich ganz besonders unterstreichen. Er lautet: 'Die Theorie sollte in der Küche eine grosse Rolle spielen'...

kein Handwerk, sondern eine Kunst sei, dass es nicht bloss genügt zu wissen, wie ein Gericht zusammengesetzt wird, sondern auch warum es gerade so gemacht wird; man setze ihm auseinander, wie das Menu zu stande kommt und erkläre ihm die Unterschiede zwischen Dejeuner, Diner und Souper.

Vor allem warne man den Lehrling, fürs Auge zu arbeiten, solange wie Qualität der Zubereitung noch zu wünschen übrig lässt. Die Dekoration kommt erst in zweiter Linie.

Ich will hier nur die Anregung geben. Die Ausarbeitung des eigentlichen Lehrplanes muss ich der berufenen Feder eines Fachmanns überlassen. Ich bin fest überzeugt, dass ein intensiver theoretischer Unterricht dem jungen Manne ein grösseres Interesse für seinen Beruf einflösst, ihm eine Sicherheit in der Arbeit gibt und vor allem ihn zum logischen Denken und selbständigen Urteil heranbildet.

Jedem Chef ist es nun nicht gegeben, sein Wissen und Können auch theoretisch von sich zu geben und würde sich da wohl der Ausweg bieten, dass z. B. in einer grösseren Stadt von 2 bis 4 Uhr nachmittags Vortragskurse abgehalten würden, die von einer berufenen Persönlichkeit zu leiten wären.

Es gibt wohl kein anderes Geschäft, bei welchem sich der Lernende seine Kenntnisse so mühsam zusammensuchen muss, wie gerade im Hotelbetrieb; denn was bei der Küche zutrifft, ist leider auch in anderen Zweigen des Betriebes der Fall; ich greife für heute nur den Sekretär heraus. Nach vielen Bemühungen und Bestrebungen ist es in Deutschland gelungen, den Hoteller als Vollkaufmann anerkannt zu wissen und es steht auch unumstösslich fest, dass der moderne Hotelbetrieb kaufmännisch betrieben und geleitet werden muss.

und Bilanz nur reden hören. Das Wort Bilanz ist für sie ein geheimnisvolles Etwas, ein Konglomerat von unentwirrbaren rätselhaften Zahlen, aus denen es kein Entrinnen gibt; über die Führung vom Hotel-Journal (Kolonnensystem), Kassabuch (Kladde) und Rekapitulation sind sie eben nicht hinausgekommen, aus dem einfachen Grunde, weil ihnen im Hotel mit ganz wenig Ausnahmen die Gelegenheit zur Ausbildung darin fehlt. In den kleineren Geschäften besorgt eben der Inhaber die innere Buchführung selbst, oder er lässt sich von Zeit zu Zeit einen Bücherexperten kommen, während die grösseren sowohl wie auch die Aktiengesellschaften sich einen speziellen kaufmännischen Buchhalter engagieren, der zu oft über ihn in dieser Hinsicht weniger geschulten Direktor das Uebergewicht erhält, was der Autorität des letzteren gewiss nicht zum Vorteil gereicht.

Zur Reform der Hotelküche

sprach an der ausserordentlichen Generalversammlung des Internationalen Vereins der Gastwirtsbesitzer am 7. Dezember in Braunschweig anlässlich der Beratung der Preiserhöhung in den Hotels Hr. Th. Bioger, Ems, ein gutes Wort, aus seiner 50jährigen Erfahrung schöpfend. Wir zitieren aus der 'Wochenschrift' folgende Sätze: 'Wenn zu einer Zeit, in der der Getränkekonsum noch einen Hauptfaktor unserer Einnahmen bildete, die Anschauung, dass an der Küche aus Rücksicht auf diesen Konsum nichts verdient zu werden brauche, noch eine gewisse Berechtigung haben mochte, so kann diese Anschauung doch heute, nachdem die Einnahmen aus demselben sich infolge der Anti-Alkoholbewegung und vielleicht auch noch anderer Einwirkungen, um die Hälfte und mehr vermindert, die Ausgaben für die Küche aber durch eine sich mehr und mehr steigende Fleisch- und Lebensmittelverwertung sich innerhalb des letzten Jahres um 20-30% vermehrt haben, unmöglich länger aufrecht erhalten werden und dürften nachgerade auch die ängstlichsten Gemüter zu der Überzeugung gekommen sein, dass es so nicht weiter gehen kann. Es muss unter allen Umständen, und zwar durch gemeinsames Vorgehen, dahin gewirkt werden, dass der Küchenbetrieb, dieser mühevollste und undankbarste unseres Gewerbes, sich nicht nur selbst erhält oder gar noch Opfer erfordert, sondern dass er einen, seiner Bedeutung entsprechenden Nutzen an die Geschäftskasse abliefern, wie sich das eigentlich von selbst versteht und wie dies anders in einem kaufmännischen Betrieb auch gar nicht erwartet werden kann. Die Art, wie dies zu geschehen hat, wird sich natürlich nach dem Rang und der Eigenart des Hauses zu richten haben und kann entweder durch Er-

höhung der Preise für die einzelnen Leistungen oder, wo dies ganz unzulässig, durch deren Vereinfachung bzw. weniger opulente Herstellung geschehen. Letzteres dürfte sich mit Ausnahme der von ganz exklusiver Kundschaft frequentierten Häuser wohl allgemein am leichtesten durchführen lassen und würde wohl auch zweifellos bei der Mehrzahl der Gäste Zustimmung finden, zumal ohnehin innerhalb der letzten zehn Jahre deren Neigungen sich unverkennbar mehr einer Vergrösserung des allgemeinen Komforts als der der kulinarischen Genüsse zugewandt zu haben scheinen. Am deutlichsten ist dies an der zunehmenden Table d'hôte-Midigkeit zu erkennen, die fast regelmässig mit der zu grossen Reichhaltigkeit der Gerichte und der Opulenz ihrer Zubereitung erklärt wird. Die ungeheuren Opfer aber, die wir gerade damit bringen, werden weder erkannt noch gewürdigt. Fragen mich doch z. B. mehr als einmal Tischgäste (und darunter Damen!) nach Beendigung einer Table d'hôte aus 6-7 Gängen bestehend und von weit über 100 Personen, 'ob dies alles denn meine Frau allein fertig bringe, oder ob sie wohl noch eine Hilfe habe?' Als ich ihnen dann plausibel machte, dass hierzu nicht nur mehrere Köche, sondern auch noch verschiedenes andere Küchenpersonal erforderlich seien, waren sie höchlichst erstaunt über so grosse Unkosten und meinten, dass dann doch wohl nicht allzuviel verdient werden könne! Die meisten aber fragen nicht und halten uns für viel zu verunfähig, als dass wir ihnen etwas schenken wollten, daher auch die zartsinigste Redensart: 'Lieber den Magen verrenken, als dem Wirt was schenken.'

Geschäftliche Ratschläge.

- 1. Geordnete Buchführung und richtige Preisberechnung sind die notwendigen Grundlagen jeder Geschäftsführung. 2. Gute Ware, gute Preise; guter Name, gute Kundschaft. 3. Gute Kundschaft ist ein Vermögen wert, das man nicht ob einmaligem Gewinn aufs Spiel setzen darf. 4. Keine unlohrende Arbeit annehmen, keine verpfuschte abliefern. 5. Klein anfangen ist lobenswerter als grossartig verkrachen. 6. Was hilft mir der grosse Umsatz, wenn ich nichts verdiene? 7. Schlechte Gewohnheiten, schlechte Zeiten! Bessere deinen Handel und Wandel, und die Zeiten werden sich auch bessern. 8. Kaufe nur, was du notwendig brauchst. Was man bloß kauft, weil es wohlfeil ist, immer zu teuer bezahlt. 9. Viele unnötige kleine Ausgaben fressen das grösste Einkommen auf. 10. Nur mit Wechseln zahlen heisst: den Teufel an die Wand malen. 11. Bar einkaufen, nur gegen bar verkaufen, dann wird kein Betriebsbeamter dir nachlaufen. 12. Lange Kredite — lange Gesichter. 13. Vereinige deine Kräfte auf wenige Zwecke und Ziele. Erfasse den richtigen Moment zur Ausführung. 14. Fleiss und Ausdauer sind Anfang und Ende jedes geschäftlichen Erfolges. 15. Der erste und der letzte in der Werkstatt, dann geht alles Geschäft glatt.

* Aus dem 'Schweizer Gewerkekalendar' 1906. Verlag Büchler & Co., Bern. Preis in Leinwand Fr. 2.50, in Leder Fr. 3.—