

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 39 (1930)
Heft: 20

Artikel: Bankbericht über die Hotellerie
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-540999>

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: 16.03.2025

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

Diese industriell und handelspolitisch eingestellten Länder weisen die folgenden Zahlen aus, wenn wir die Werte des Gesamt-spezialhandels pro Kopf der Bevölkerung im Jahre 1925 ausrechnen (in 100 RM.):

Grossbritannien	10,1
Holland	9,6
Schweiz	9,3
Belgien-Luxemburg	7,9
Frankreich	4,4
Oesterreich	4,2
Deutschland	3,3
Tschechoslowakei	3,1
Italien	1,8

Wenn wir diese Zahlenbilder zu vereinigen suchen, so ergibt sich die folgende Tabelle der ungefähren Industrialisierung moderner Prägung und der Durchsetzung mit Automobilen:

	Handel pro Kopf der Bevölkerung	Von 100 Erwerb. i. Hand. u. Industrie	Personen pro Auto
Grossbritannien	10,1	73,7	35
Frankreich	4,4	59,7	38
Dänemark	4,5	41,1	39
Schweden	4,8	41,1	48
Schweiz	9,3	61,3	66
Belgien	7,9	67,7	71
Holland	9,6	59,3	91
Deutschland	3,3	57,9	111
Spanien	2	?	114
Italien	1,8	?	218

Aus diesen Zahlen lässt sich herauslesen, dass z. B. die Schweiz, Belgien, Holland und Deutschland in ihrer Automobilisierung bedeutend hinter England und ganz besonders hinter Frankreich zurückstehen und sich die Zahl der Automobile dieser Länder infolge der Zwangsmittel von Konkurrenz und Imitation in den nächsten Jahren mindestens bis zur Verdoppelung steigern muss. (Fortsetzung folgt)

Zum neuen Tessiner Sprachen-Gesetz

Von Jules Lippert

In Italien unterliegen seit einigen Jahren fremdsprachige Aufschriften in Läden, Cafés, Hotels usw. einer besonderen Steuer. Diese Massnahme ist auf die Anstrengungen chauvinistischer Kreise zurückzuführen, die damit schon vor dem Kriege neben der Forderung auf „Reinigung der Sprache“ auch national-politische Tendenzen verfolgten. Nun hat diese Kampagne eine jedenfalls recht lukrative Geldquelle zu Gunsten des Fiskus gezeitigt und wir gönnen dem italienischen Staat diese Einnahme von Herzen, um so mehr, als es uns nichts angeht, an welchen Stellen er die Wünschelrute ansetzt, um die Steuerbrünnlein fliessen zu lassen.

Aber jetzt bereitet sich in unserm südlichen Kanton, dem schönen, von Schweizern und Ausländern massenhaft besuchten Tessin, etwas Ähnliches vor. Und da brauchen wir nicht nur nicht zu schweigen, sondern es ist unsere Pflicht und Schuldigkeit, uns laut und vernünftig dazu zu äussern. Der Hotelier-Verein von Lugano hat zwar schon in den Tessiner Zeitungen eine Kundgebung veröffentlicht gegen den in einem Lande wie die Schweiz nicht nur in einer Beziehung unverständlichen, ja unfaßbaren Gesetzesentwurf, aber dabei darf es sein Bewenden nicht haben. Wir müssen vielmehr Abwehrstellung beziehen gegen die drohende Verordnung, deren Tragweite diejenigen Kreise, welche den Schritt propagieren, entweder nicht erkennen, oder nicht erkennen wollen. Wir kennen den betr. Gesetzesentwurf nicht in allen Einzelheiten, wissen daher auch nicht, ob es sich um ein drakonisches Verbot gegen fremdsprachige Schild-Aufschriften handelt, oder ob dasselbe nach italienischem Muster durch Bezahlung eines Obulus „gemildert“ werden kann. (Es handelt sich um eine Massnahme fiskalischen Charakters: Besteuerung der fremdsprachlichen Firmenschilder. Red.) Aber so oder anders betrachtet ist die ganze Sache ein Uning.

Worauf läuft die Anregung hinaus . . . ? Es sollen die letzte Zeit über Terrain- und Immobilienkäufe grossen Stils im Tessin stattgefunden haben und noch stattfinden, meist von deutscher Seite aus, die mit ihren natürlichen Begleiterscheinungen, als das sind: deutsche Namen und Bezeichnungen von Villen etc. geeignet seien, dem Land seine charakteristische italienische Eigenart zu nehmen und es mehr und mehr zu germanisieren.

Kann man sich etwas Ungereimteres zusammendenken . . . ? Italienisches Geistesleben und das klassische schöne Idiom von Dante, Petrarca und Ariost stehen seit den Tagen Goethes, Shelleys, Miltons und Lord Byrons in den nordischen Ländern ausserordentlich hoch im Kurs, dafür sind Jakob Burckhardt, Konrad Ferdinand Meyer, J. V. Widmann, Paul Heyse und viele andere beredete Zeugen. Schätzen denn die Herren, welche den famosen Gesetzesentwurf ausgeheckt haben, diese ihre Italianität so niedrig ein, dass sie glauben, sie könne gefährdet werden, wenn Herr Bluntschy aus Zürich seine Villa „Alpenblick“ tauft, oder Herr Meyer aus Berlin die seinige „Waldfriede“? Man sollte meinen, die Regierung des Tessin sollte froh sein, dass die Leute überhaupt kommen, ihre Steuern zahlen, ihr Geld ausgeben und damit zeigen, dass sie unser Land lieben und schätzen. Wie anders sind denn ganze Länderstriche wie die franz. und die italienische Riviera z. B., die vor Jahrzehnten noch arme Fischerdörfer waren, reich und blühend geworden?

Dass eine derartige Gesetzes-Missgeburt das Licht der Welt ausgerechnet in unserm Lande erblicken soll, das wie kein anderes auf den Fremdenverkehr angewiesen ist, wirkt doppelt befremdend, zumal jenen Kreisen, die in demselben das Heil des Landes erblicken, nicht unbekannt sein sollte, welch ungeheure Anstrengungen andere Länder, selbst Amerika und England neuerdings machen, um ihre Landeskinde innerhalb ihrer Grenzen zu fesseln und Ausländer zum Besuch heranzuziehen. — Was versprechen sich denn eigentlich diese Herren davon, wenn sie beispielsweise dem Parochiere verbieten, dass er im Interesse seiner ausländischen Kunden neben diese Aufschrift auch noch den Coiffeur, den Hairdresser und den Haarschneider setzt. Oder wenn sie derartige Zusätze besteuern wollen? Das einzige, was sie damit erreichen wäre, dass die Welt mitleidig den Kopf schüttelt und sich erstaunt fragt, wie ist es möglich ist, dass allen Gesetzen der Vernunft zum Trotz eine solch engherzige Mentalität in den Bergen und Tälern unser schönen Schweiz zu keimen beginnt, in dem Lande, das seit alterher der Hort war für Hospitalität und geistige Freiheit.

Ein derartiges Schildbürgerstück haben sich noch nicht einmal die „All-Teutschen“ während der wilhelmischen Aera geleistet. In den von Ausländern besuchten Kurorten liess man ruhigen Herzens selbst damals der Villa Beau-Sejour, der Bella-Vista und der Primrose Cottage ihre Existenzberechtigung und niemand fiel es ein, die Befürchtung zu hegen, dass die deutsche Seele Schaden leiden könnte, wenn man den fremden Gast zuvorkommend darauf hinweise, wo er eine English Dispensary findet und wo er à la Carte oder à prix fixe speisen könne.

Und nun sollen wir in unserm Land, in der für alle demokratisch eingestellten Länder vorbildlichen Republik, in welcher die Angehörigen von drei, oder eigentlich vier Rassen, alle ihre angestammte Muttersprache redend, friedlich beieinander hausen, auf einmal eine geistige Barriere zwischen uns errichten. Wissen denn jene Herren wirklich nicht, was sie da im Begriff sind, anzuzetteln . . . ? Was heute für den Tessin gelten soll, muss morgen mit dem gleichen Recht für unsere franz. Kantone Gültigkeit haben, und kann — wir können es uns zwar nicht recht vorstellen, aber bekanntlich wuchert kein Unkraut auf Erden so schnell wie die menschliche Dummheit — übermorgen auch dem deutschsprachigen Teil unseres Landes nicht verweigert werden.

Gott behüte uns vor einer solchen Zukunft!

* * *

Nachschrift der Redaktion: Bei aller Anerkennung der in den vorstehenden Ausführungen vertretenen Ideen muss doch auch darauf hingewiesen werden, dass gerade vom Standpunkt des Fremdenverkehrs und der Hotellerie aus vermehrte Rücksicht auf die Eigenart und Originalität unserer verschiedenen Landesgegenden gefordert werden darf. Auch die sprachliche Eigenart des Tessins, dessen althergebrachte Sitten und Gebräuche, seine Lebensgewohnheiten und völkischen Anschauungen sind ein kostbares Nationalgut, das entsprechenden Schutzes würdig ist. Gerade diese be-

sonderen Eigenschaften der verschiedenen Landesteile stellen eine eminente Anziehungskraft dar, sind werbende Elemente für den Fremdenverkehr und dessen Förderung, weshalb speziell das Gastgewerbe auf ihre Erhaltung hinarbeiten sollte. Ob diesem Zweck mit dem Verbot oder der Besteuerung fremdsprachlicher Firmentafeln gedient wird, ist allerdings eine andere Frage. Allein wenn gewissen Traditionen und Sondergütern auch noch in dieser alles umwälzenden Zeit etwas mehr Respekt entgegengebracht würde, so könnten auch dem bald da, bald dort aufflackernden Chauvinismus die schärfsten Spitzen abgebrochen werden.

Der Maler in der Werbebroschüre

H. Jahrelang hat der Lichtbildner in den Prospekten und Broschüren des Hotel- und Gastwirts-gewerbes sowie des Fremdenverkehrs unbeschränkt geherrscht. Seit einiger Zeit hat sich darin ein Wandel vollzogen, vorläufig nur leise tastend und noch Unvollkommenes zeigend, aber es weht doch so etwas wie Morgenluft. Zuerst begann es damit, dass man neben dem Klischee der Photographie auch ein paar farbige Bilder setzte, die in das etwas eintönige Schwarz-Weiss ein wenig Abwechslung bringen sollten. Schön sind diese Versuche nicht immer gewesen, weil man es nicht verstand oder für überflüssig hielt, wirkliche Künstler, also Kunstmaler, heranzuziehen. Neuerdings begegnet man dem farbigen Bild in der Werbebroschüre häufiger, ohne dass man reine Freude darüber zu empfinden vermag. Es wird nämlich Farbenvergünstigung und Buntheit für Kunst gehalten, und ich habe Prospekte gesehen, deren farbige Bilder lebhaft an jene Bilderbogen erinnerten, die in meiner fernem Jugend das Entzücken der kleinen, zuweilen sogar der grossen Kinder erregten, eben weil sie so wundervoll bunt waren. Diese knallige Buntheit ist aber noch keine Kunst, und sie bestätigt höchstens, dass es wirklich eine Kunst ist, echte Kunst in der Werbung zu verwenden.

Dass dies aber doch möglich ist, beweist uns eine vor kurzem fertiggestellte, von Direktor Ernst Rossmys geschaffene Broschüre der Kuranstalt Glotterbad, Ob- und Nollthal im südlichen badischen Schwarzwald, die uns zufällig zu Gesichte kommt. Schon vor zwei Jahren erregte die Werbebroschüre dieser Kuranstalt, die eine Verbindung von Sanatorium mit Hotel- und Landwirtschaftsbetrieb ist, berechtigtes Aufsehen, weil sie so ganz anders war als andere Werke dieser Art. Die soeben herausgekommene Neuauflage zeigt das in noch verstärktem Masse, weil wirkliche Kunst, also der Künstler bzw. Kunstmaler, in ihr noch stärker dominiert. Die Broschüre bringt nicht weniger als 80, teilweise sehr grosse Bilder, davon 34 in Vierfarbendruck. Der technische Ausdruck „Vierfarbendruck“ gibt aber nur unvollkommen wieder, was diese wirklichen Künstlerbilder für die Broschüre bedeuten. Die Reproduktionen sind nämlich mit Ausnahme von nur zwei Bildern, die nach farbenphotographischen Aufnahmen hergestellt wurden, naturgetreue Wiedergaben von Gemälden, in Öl- oder Wasserfarben. Die Originale sind an Ort und Stelle entstanden. Es ist auch dem Laien bekannt, dass der Maler mit anderen Augen sieht, als der Durchschnittsmensch; dass er Schönheiten, Stimmungen und Farbenreflexe wahrnimmt und mit seinem Pinsel festzuhalten weiss, woran der gewöhnliche Sterbliche jahrelang vorübergehend, ohne sie zu sehen.

Nun ist es doch die Aufgabe der Werbebroschüren, sie sollte es wenigstens sein, die vorhandenen natürlichen Schönheiten zunächst zu entdecken und dann ins richtige Licht zu setzen. Das aber ist eine Kunst, die nur der wirkliche Künstler, der das Maler-gewerbe besitzt, auszuüben vermag. Deshalb lassen so unendlich viele Werbebroschüren „kalt“, obwohl viel Fleiss auf ihre Herstellung verwendet wurde. Ihnen fehlt eben jener Geist, der sie befähigt, in allen Zügen zu reden. Diesen Geist verkörpert die echte Kunst, damit zugleich aber auch die Kraft der Suggestion, die im Beschauer den Wunsch lebendig werden lässt, die im Bild gesehenen Landschaften im Original

sehen zu wollen. Wir wünschen der Schweizer Hotellerie, sie möchte in ihren Werbebroschüren mehr und mehr wieder die echte Kunst zu Worte kommen lassen, um dadurch neben der Wahrung der Eigeninteressen erneut die Naturschönheiten unseres Landes zur wahren Geltung zu bringen. (Vide auch den Artikel „Gemälde-Ausstellung eines Schweizer in London“, Nr. 19/1930, „Hotel-Revue“.)

Zur Anregung betr. illustrierter Hotelführer

(Korr.)

Die Anregung betr. illustrierter schweiz. Hotelführer in Nr. 17 d. Bl. hat ein weiteres Echo nicht gefunden. Vorweg möchten wir bezweifeln, ob ein illustrierter Hotelführer sich je einleben wird, und zwar zunächst aus dem Grunde, weil derselbe wegen den vielen Illustrationen zu teuer und das Buch überhaupt zu dickleibig wird. Dass etwa die Fremdenwelt dieses Buch in die Schweiz mitnehmen wird, darf nicht erwartet werden. Heute wird im Reisekoffer jeder Raum für die allernützlichsten Reiseutensilien und Effekten beansprucht; der Bäderer, einige Prospekte und der heutige Hotelführer mögen zur Mitnahme noch Gnade finden.

Ob je ein illustrierter Hotelführer den Auftraggebern den gewünschten Gewinn bringt, liegt in der Luft. Durch den Umfang desselben verschwindet auch zum Teil die Wirkung einzelner Offerten. Es wird sein, dass ein illustrierter Hotelführer im Lesesaal oder im Vestibül des Hotels, wenn der Gast infolge Regenwetter aus Haus gebunden ist, das Buch durchblättert. Wir haben jedoch für uns die volle Überzeugung, dass der heutige schweiz. Hotelführer, zufolge seiner Handlichkeit, seine Mission durchaus erfüllt. Der Reisende kennt die betr. Gegend, die er in der Schweiz besuchen will, schon aus dem Regionalprospekt oder aus dem Reisebuch. Er interessiert sich dann hauptsächlich um die Auswahl der Hotels und deren Preise, und hierzu genügt ihm die heutige Anlage des Hotelführers vollständig. Ein Verlangen nach einem illustrierten Hotelführer hat er kaum, weiss er doch aus Erfahrung, dass sehr oft die Illustrationen nicht den Tatsachen entsprechen, da durch solche Reproduktionen sehr gerne „frisirt“ wird.

Ausgaben für die Verbesserung und Erweiterung der Reklame sollten kollektiv nur für die bestimmt mehr Erfolg versprechende Regionalreklame gemacht werden. Wv.

Bankbericht über die Hotellerie

Der Jahresbericht der Berner Kantonbank für das Jahr 1929 äussert sich zur Wirtschafts-lage der Hotellerie wie folgt:

Im Hotelgewerbe des Berner Oberlandes blieben die Ergebnisse des Sommers 1929 gegenüber dem Vorjahr etwas zurück, wie die Angaben des Fremdenzentrums von Interlaken, die einigermaßen als Gradmesser dienen können, dartun. Das Total der abgestiegenen Gäste ist dort von 114,498 auf 110,432 zurückgegangen, welche Ziffer immerhin die Höchstzahl von 103,000 der Vorkriegszeit noch übersteigt. Wenn andererseits in Interlaken die Zahl der Logiernächte etwas zugenommen hat (327,200 gegen 321,656), so ist dies wohl der zeitweiligen nasskalten Witterung während der Hochsaison zuzuschreiben, die erfahrungsgemäss vom Besuche anderer, höher gelegener Kurorte etwas abhält. Eine anhaltende Schönwetterperiode in der Nachsaison hat schliesslich mancherorts die Resultate noch verbessern helfen. Über die Wintersaison 1929/30 lauten die Berichte, trotz den gehetzten Befürchtungen wegen den Rückwirkungen der Börsenkrisen und der Ungunst der Schneeverhältnisse, befriedigend. Da naturgemäss die Ausnützung einer Wintersaison auf wenige Kurorte beschränkt bleibt, so ist nach wie vor die Grosszahl der Hotelbetriebe ausschliesslich auf die Sommersaison angewiesen mit einer nur während ungefähr 4 Wochen dauernden guten Besetzung, wie dies u. a. eine neu eingeführte Statistik des Eidgenössischen Arbeitsamtes bestätigt. Für die Aufbringung der bei meistens geringen eigenen Mitteln hohen Zinsen, der Amortisationen und der für die Instandhaltung wie die Modernisierung benötigten Gelder sind daher die Möglichkeiten äusserst begrenzt. Auf diese dem Hotelgewerbe anhaftenden Eigenheiten und auf die für die Sanierungsaktion aufgewendeten öffentlichen und privaten Mittel ist bei der Behandlung der Frage einer weitem Verlängerung des Hotelbauverbotes, das in Wahrheit nach den bestehenden Vorschriften bloss einen durchaus gerechtfertigten, liberal behandelten Bedürfnisnachweis bedeutet, Rücksicht zu nehmen. Eine schon jetzt wieder einsetzende, völlig freie, hemmungslose

DEWAR'S "White Label" WHISKY

Agents Généraux pour la Suisse:
JEAN HAECY IMPORTATION S. A. BALE

Aktuelles

Neue Preissteigerungen auf Fleisch.

Aus verschiedenen Teilen der Schweiz geht uns soeben die Mitteilung zu, dass die Metzgerschaft sich gezwungen sehe, der Hotellerie neue Preissteigerungen anzuzeigen, die sich auf Rindfleisch im allgemeinen, Nierstücke, Kalbfleisch (gewöhnlich), Kalbsmilken usw. erstrecken.

Die Vereinsleitung S. H. V. wird unverzüglich Schritte gegen diese Preissteigerung einleiten, von deren Auswirkung eine unerträgliche Belastung der Hotellerie befürchtet werden müsste. Ueber den Erfolg dieser Schritte werden wir s. Zt. berichten.

Konkurrenz müsste bei der allgemein noch fehlenden Konsolidierung neuen, das Gewerbe in Mitleidenschaft ziehenden Schaden anrichten.

Die Abbaubarkeit der beiden dem Hotelgewerbe dienenden Hilfsinstitutionen, der Schweizerischen Hotel-Treuhand-Gesellschaft und der Oberländischen Hilfskasse, geht ihrem Entstehungscharakter und der Verschiedenheit der Verhältnisse entsprechend nur allmählich vorwärts. Die Verwendung der aus dem Inkasso der Hilfsdarlehen wieder eingehenden Gelder für die Hebung des vom Ausland immer schärfer konkurrenzieren Fremdenverkehrs, dessen weitreichende volkswirtschaftliche Bedeutung heute allgemein bekannt ist, wäre sehr wünschenswert.

Internationaler Hotelführer 1930

Vor einigen Tagen verschickte das Bureau des J. H. V. in Köln die Ausgabe 1930 des „Internationalen Hotelführer“, der einen ausgezeichneten Eindruck macht. Neben den Preisangaben aller Mitgliederhotels, die dem Verein in den verschiedenen Ländern angehören, enthält der Führer noch Verzeichnisse der ausserordentlichen Mitglieder, der Ehrenmitglieder, der Leitung (Aufsichtsrat und Geschäftsausschuss) und der Verwaltung des I. H. V., sowie den internationalen Hotel-Telegraphenschlüssel. Sehr angenehm berührt, dass sich der Anzeigenteil des Führers auf ganze fünf Inserate beschränkt und demnach dessen Hauptziel, Auskunft zu erteilen über die Hotelpreise, in keiner Weise beeinträchtigt wird. Eine weitere erfreuliche Konstatierung ist sodann die Tatsache der Angabe der Maximalpreise bei der Grossezahl aller Hotels, sogar derjenigen in der Schweiz, eine Entwicklung, welche vom S. H. V. bisher vergeblich angestrebt wurde, aber in absehbarer Zeit auch bei uns wieder zur Erörterung gestellt werden muss.

Alles in allem zusammen wird demnach der Führer des Internationalen Hotelbesitzer-Vereins seinem Zweck als Orientierungsmittel über die Preisverhältnisse in der Hotellerie in jeder Hinsicht gerecht und leistet dadurch dem Reisepublikum sehr nützliche Dienste.

Letzte Streiflichter über die Mustermesse

Die Basler Mustermesse hat ihre Tore zwar geschlossen. Sie bot, wie gewohnt, so viel des Guten, dass man dies oder jenes Interessante übersehen musste. Auch der Raum der „Hotel-Revue“ genügt nicht, alles Erfassenswerte festzuhalten. Diese letzten Streiflichter, über die Ausstellung geworfen, sollen noch einige Produkte hauptsächlich auf ihre Vorteile und praktische Verwendbarkeit hin kurz beleuchten. — Im Zeichen der

Reinlichkeit

oder, wenn man will, der Hygiene und Rationalität stund die Universal Bodenputzmaschine mit Staubsauger, Bürsten-, Stahlspäne- und Blochshebe (Maschinenfabrik Suter-Stricker Söhne, Horgen). Ein Motor, der an jede Licht- und Kraftleitung angeschlossen werden kann, setzt die fahrbare Maschine in Betrieb. Sie spült, wäscht und blöcht Parkett-, Linoleum- und Steinböden und saugt mit einem Ventilator den dabei entstehenden Staub fortwährend auf. Sie ermöglicht leichteres, rascheres und gründlicheres Putzen und schont dabei die Böden. — Henkel & Cie A.-G., Basel, stellte das neue Putzmittel „Per“ in den Vordergrund, das unschädlich Öl, Fett und Krusten an Stein, Holz, Glas, Email, Aluminium usw. löst. Per ist ganz geruchlos und entfernt alle Gerüche. Es ist auch dort geeignet, wo bisher schädliche Salzsäure verwendet werden musste. — Die Waschmaschine „Venus-Ideal“ der Gebr. Wyss, Büren, dient vorzüglich Hotelbetrieben bis zu 100 Betten. Die Maschine ist solid und stabil gebaut und besitzt eine einfache Vorrichtung zum Auskippen der Waschtrommel. Sie zeichnet sich durch ihre Leistungsfähigkeit und leichte Handhabung aus. — Hygienisch einwandfreier ist der ventilöse Spülkasten mit einer Garnitur aus Hartbleiguss und Messingrohr der Neuen Deco A.-G., Küsnacht-Zürich. Durch Schrauben am Schwimmer ist der Wasserstand regulierbar, die Absaugung erfolgt rasch und der Kasten funktioniert schon, wenn er nur einen Meter hoch über dem Boden montiert ist. Der Vorteil liegt darin, dass die Gummidichtungen überflüssig werden. — Neue Parbentöne in Glanz-Eternit-Platten demonstrierte die Glanz-Eternit A.-G., Nerdurnen; sie eignen sich besonders auch für Rückwände hinter Zimmertoiletten. Bekanntlich sind die Glanz-Eternit-Platten überaus haltbar, unempfindlich gegen Hitze, Kälte und Feuchtigkeit, halten ansehnlichen Druck und Stoss aus, wirken dekorativ und stehen im Zeichen anspruchsvoller Hygiene. — Zur weitem Kennzeichnung der

Schweizerqualität

hat sich die Schweizerische Teppichfabrik Ennendingen geschlossen, alle ihre Teppiche mit zwei roten Streifen und einem Bären zu versehen. Zwecks rationalerer Heizung brachten die Sarina-Werke, A.-G., Freiburg, die „Sarina“ Stahl-Radiatoren heraus, die infolge ihrer grösseren Heizleistung weniger gross zu sein brauchen und deshalb weniger Raum, weniger Heizmaterial und weniger Transportkosten beanspruchen. Stahl-

Radiatoren sind bedeutend leichter als gussene und brechen oder springen nicht. — Die Linoleum A.-G. Giubiasco offerierte einen neuen Linoleum-Belag, genannt Marboleum, der für besonders stark begangene Räume bestimmt ist und der in Sälen flächig und komfortabel wirkt. Individuellen Wünschen entsprechen die neuen Supership-Beläge: in Uni-Beläge werden nach architektonischen Entwürfen verschiedene Muster eingelegt, wie Schriften, Wappen usw. — Moderner ansprechende, neue Formen in Klubauteils zeigte die Rohmöbel-Fabrik Cuenin-Hüni & Cie., Kirchberg; tiefere Sitzlage, geradlinige Formen, braune Tönung. Geschmackvoll wirkt auch die buntere Tönung an den Rohmöbeln von Otto Webers Wwe., Rothrist, die sich an das Prinzip der modernen Farbenfreudigkeit anlehnt. — Ein Hausorchester soll Bansi-Ammanns „Präsident“ ersetzen, ein vornehm gebauter Grammophon-Schrank, der mit Radio kombiniert und an jedes Stromnetz angeschlossen werden kann. Sein Wellenbereich umfasst 200—2000 Meter. Ein elektrodynamischer Lautsprecher sorgt für plastische Wiedergabe in grossen Räumen. Die Lautstärke ist beliebig einstellbar, das Tonvolumen hervorragend. —

Kohlensäure

in der Küche im Keller und auf dem Transport statt Eis! Eine überraschende Neuheit! Das Carba-Trockeneis ist festes, in Blöcke gepresstes Kohlendioxyd, ungiftig und geruchlos, sieht aus wie blendend weisser, dicht gepresster Schnee. Seine Temperatur beträgt —80° C, es verdunstet zu kaltem Kohlendioxydgas, ohne irgendwelche Feuchtigkeit zurückzulassen. In geeigneten Isolierkästen beträgt die Verdunstung in einem Tage ca. 5 Prozent. Carba dient zur Herstellung von Eisgetränken von Speiseeis, zur Konservierung von Speisen im „Carbofrigor“ (Kühlschrank) usw. — Zwei Firmen (Hartmann & Co., Biel; A. Griesser A.-G., Aadorf) zeigten ihre

Garagatore,

die als Klapptore mit einem Griff geöffnet oder geschlossen werden. Die Firmen bringen verschiedene Systeme auf den Markt, die eine sehr leichte Handhabung aufweisen. Griesser A.-G. erinnerte überdies an seine Stahl- und Holzrolläden mit Motorantrieb. O. W.

Gärung und Fäulnis in Keller und Küche

Von Praktikus

(Schluss)

Essiggärung.

Die Essiggärung ist früher als ein rein chemischer Prozess betrachtet worden. Erst im Jahre 1834 erkannte Kützing, dass die Entstehung des Essig aus alkoholhaltigen Flüssigkeiten auf die Einwirkungen von Essigbak-

terien zurückzuführen sei. Andere Forscher erkannten bald die Begleiterscheinungen bei der Essiggärung. Sie entdeckten das Bakterium Xylinium, welches die Bildung der Essigmutter verursacht, die sog. Essigälchen, die den Essig trüben können, die Essigfliegen die im Keller die Essigbakterien von Hahn zu Hahn verschleppen und so den Essigtrüb verbreiten kann.

Heute bildet die Essiggärung eine eigentliche Industrie, die nach bestimmten Grundsätzen arbeitet, und auch der Praktiker in Keller und Küche hat die schädlichen und günstigen Wirkungen der Essigbakterien erkannt und schenkt ihnen die volle Aufmerksamkeit.

Die Essigbakterien finden sich überall, drusen in der Natur und in Betrieben, wo sich alkoholische Getränke vorfinden. Sie sind meistens in Gesellschaft von alkoholbildenden Hefen in zuckerhaltigen Früchten, Säften und Getränken. Im Weinkelner ist es die strenge Pflicht des Kellermeisters, dieselben auf keinen Fall im Weine aufkommen zu lassen und alles zu vermeiden, was ihrer Entwicklung Vorschub leisten könnte. Bei Weingärungen und späterer Weinbereitung schützen meistens die vorhandenen Weinsäuren das Getränk in genügender Weise, während ein strenges Spundvollhalten der Fässer den verderblichen Einfluss der Aussenluft abhält und den Fässinhalt vor dem gefürchteten Stich bewahrt. Auch peinliche Reinlichkeit, Vermeidung von Spundplänen, Entfernung von kleinen eintrocknenden Weinsten und Schutzdecken können viel zur Verhütung von Essigsäurebildung beitragen.

Bei der Essiggärung selbst sind natürlich die kräftigen Essigbakterien erwünscht. Über die Bereitung des Essig für den Hauskonsum schreibt Theodor Bucher in seinem „Kellerbuchlein“ (Verlag Custos Luzern) unter „Weinessig“ folgendes:

1. Den für den Hauskonsum benötigten Essig erzeugt man durch die Essiggärung. Die Essiggärung wird dadurch bewirkt, dass der Sauerstoff der Luft durch von der Bakterie hervorgebrachtes Enzym auf den Alkohol übertragen wird, und diesen direkt zu Essigsäure und Wasser oxydiert.
2. Die Gärung erregenden Zellen bestehen nach Bersch aus bisquitförmigen, rosenkranzartig gereihten sog. Spaltpilzen, welche zu den kleinsten Lebewesen gehören, die wir mit dem bewaffneten Auge wahrnehmen können.
3. Diese Erreger der Essiggärung brauchen zu ihrer fortschreitenden Entwicklung viel Luft, und es ist daher bei der Essiggärung für reichliche Zufuhr solcher zu sorgen.
4. Die beste Temperatur zur Essiggärung ist 32 Grad.
5. Geschwefelte Weine eignen sich nicht zur Essiggärung. Es scheint die Anwesenheit von Schwefelwasserstoff unharmonisch und störend zu wirken.
6. Die Essigsäure bildet sich mittelst eines feinen, zarten Häutchens an der Oberfläche des

Luzern Hotel Wagner

Carl Wagner, Eigentümer



Kemee orientalische Verhältnisse stimmen darin überein, dass es in stark steigenden Masse schwieriger wird, gute altere Teppiche zu annehmbaren Preisen zu erwerben. Etwas besser gestellt sind diejenigen wenigen Firmen die für den Einkauf ihren ständigen Sitz in Persien haben. Wir gehören zu diesen und können auch Sie unsere Vorteile mitteilen lassen.



Schuster & Co.
St. Gallen - Aargau

Schuster

WER AUF PROPAGANDA VERZICHTET
GLEICHT DEM MANNE OHNE HEIM:
NIEMAND KANN IHN FINDEN!

Zündhölzer

Kunstfeuerwerk und Kerzen jeder Art. Schuhercreme „ideal“, Bodenwische, Bodenöl, Stahlspäne, Essig-Essenz 80%, etc. liefert in bester Qualität billigt.

G. H. Fischer,
Schweizer Zündholz- und Fettwaren-Fabrik Fehrltorf (Zch.)
Gegr. 1860. Gold-Medaille Zürich 1894. — Verlangen Sie Preisliste und Prospekte.

Erstklassiges Trio

Frei ab sofort oder für Sommerengagement. In Konzerten, Kammermusik und Tanz. Ja Referenzen. Vergrößerungen und Besetzung nach Wunsch. Offertingehob bei freier Pension, Reisevergütung u. freier Notentransport ab Grenze, an Otto Reissig, Kapellm., Freiburg i.Br. (Baden), Thurnseestrasse 20.

Clinique diététique de 1er ordre demande de suite pour les mois d'été

Chef de cuisine (Allein-Koch)

capable, consciencieux et sobre. Envoyer offres avec certificats et prétentions sous chiffre M L 2894 à l'Hotel-Revue à Bâle 2.

Wolldecken, Steppdecken, Daunen-Steppdecken, Duvetsdecken u. Kissen

Umarbeiten von Duvets in la. Steppdecken, ebenso Neubereichen von alten Steppdecken etc.

Steppdecken u. Bettwaren-Fabrik
A. Staub & Cie.
Seewen (Schwyz)

Mit der gleichen Liebe und Sorgfalt

mit der mein Urgrossvater anno 1845 die ersten „Schaffhuser Mandelschnitte“ herstellte, fabriziere ich heute noch das köstliche, wochenlang haltbare Tee- und Weingebräu, immer noch ausschliesslich mit feinsten Butter! Wenn Sie Ihrer guten Clientèle Freude machen wollen, so verlangen Sie unverbindlich Ihr Muster und unsere umfangreiche Referenzliste.

Hans Rohr, Confiseur, Schaffhausen 2

Die Gipsaufsilberapparat mit dem

Kreff

immer hin ist billiger und billiger!

Notmann, Ein-Preis-Apparat:
W. KREFF A.-G. GEVELSBERG w.

Besuchen Sie unseren Stand Nr. 1668, Halle 5 oder den modernsten Krefft Geschirr-Wasch-Automat im französischen Muster-Restaurant auf der

ZIKA 1930

Giger-Kaffee

ist Qualitätskaffee den Ihre Gäste schätzen werden

Hans Giger, Bern
Grossrösterei und Lebensmittel import
Gutenbergsstrasse 3
Tel. Bollwerk 2735 Telegr. Gigerius