Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 6 (1897)
Heft: 35

Artikel: Aufführungsrecht
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-522171

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: 25.12.2025

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

№ 35.

Basel, den 28. August 1897. | Bâle, le 28 Août 1897.

Erscheint Samstags.

Abonnement:
Für die Schweiz:
Zwölf Monate . Fr. 5.—
Sechs Monate . Fr. 3.—
Drei Monate . Fr. 2.—
Für das Ausland:
Zwölf Monate . Fr. 7.50
Sechs Monate . Fr. 4.50
Drei Monate . Fr. 3.—
Vereins-Mitglieder erhalten das Blatt gratis.

Inserate:
20 Cts. per 1spalt. Petitzeile oder deren Raum. Bei Wiederholungen entsprechenden Rabatt. Vereins-Mitglieder bezahlen die Hälfte.

Hôtel-Revue

Paraissant le Samedi.

Abonnements:
Pour la Suisse:
Douze mois . . . Fr. 5.—
Six mois . . . Fr. 3.—
Trois mois . . . Fr. 2.—
Pour l'Etranger:
Douze mois . . . Fr. 7.50
Six mois . . . Fr. 4.50
Trois mois . . . Fr. 3.—
Aux Sociétaires gratuitement.

Annonces:
20 Cts. pour la petite ligne ou son espace. Rabais pour 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.**

Eine Hand wäscht die andere.

Wir haben schon in frühern Artikeln lobend erwähnt, mit welchem Eifer und mit welcher Ausdauer die schweiz. Eisenbahnen, und unter diesen hauptsächlich diejenigen, welche zu den Touristen-Bahnen zählen, ihr Möglichstes thun zur Hebung und Förderung des Fremdenverkehrs. Von den internationalen Bahnen war es bis vor einigen Jahren die Gotthardbahn, welcher hinsichtlich Reklame die Palme gebührte, seither ist sie in dieser Hinsicht durch die Jura-Simplon-Bahn abgelöst, d. h. überflügelt worden und zwar als direkte Folge der enormen Konkurrenz, welche der Westschweiz seit dem Betriebe der Gotthardbahn entstanden. Unerwähnt möchten wir hier nicht lassen, was in Bezug auf Reklame von Seiten unserer wesentlichsten Bergbahn- und Schiffsgesellschaften geschieht, auch sie sehen sich durch die stetig zunehmende Konkurrenz in die Lage versetzt, die grosse Trommel rühren zu müssen und sie rühren sie auch.

Wie gross die Summen sind, welche alljährlich zu diesem Zwecke von den Bahnen ausgegeben werden, liegt ausser dem Bereich unserer Berechnung, soviel aber ist sicher, dass ein grosser Teil derselben aus den Taschen unserer Hoteliers fliesst, in der wohlberechneten Voraussetzung, dass Reklameunternehmen administrativen Charakters, wobei es sich nicht darum handelt, aus den Reklameobjekten selbst Geld zu erwerben, immerhin zu den besten gehören. Ebensogut, wie die Bahnen nur ihren eigenen Vorteil, nämlich die Erhöhung der Fremdenfrequenz, dabei im Auge haben, ebensogut helfen die Hoteliers an dieser Propaganda nur mit, um indirekt ihren Nutzen daraus zu ziehen; im Grunde genommen ist es aber doch ein Hand in Hand arbeiten zum Wohle beider Teile. Etwas anders verhält es sich mit der Propaganda, welche die schweizerische Hotellerie von sich aus in Scene setzt und wofür sie jährlich ca. eine Million ausgiebt. Eigentlich sind es $1^1/_2$ Millionen, aber wir nehmen an, dass ein Dritteil davon, also 500,000 Fr., in Gemeinschaft mit den Bahnen ausgegeben wird. Diese eine Million, und wenn davon nur zwei Drittel *zweckmässig* ausgegeben werden, hilft unzweifelhaft zu einem guten Teile mit, den Fremdenverkehr zu heben; dies ist dann aber das *alleinige* Verdienst der *Hotellerie*, wobei jedoch natürlicherweise wiederum die Bahnen in erster Linie profitieren. Was liegt nun näher auf der Hand, als dass die Bahngesellschaften das Sprüchwort: „Eine Hand wäscht die andere" etwas mehr beherzigen dürften, als dies in Wirklichkeit der Fall ist. Wie das? Es bedürfte weiter nichts, als dass das nach der *unrichtigen* Seite sehr generöse Freikartensystem beschränkt und dafür nach der *richtigen* Seite ausgedehnt oder von gewissen Bahnen überhaupt eingeführt würde.

Unsere Hoteliers haben sich schon zu dutzend und aber dutzend Malen überzeugen können, wie freigebig die Bahngesellschaften in der Regel sind, wenn irgend ein Annoncenjäger oder der Verfasser eines Reisebuches, und mag dieses von noch so zweifelhaftem Wert sein, sich ihnen vorstellt. Die Aeusserung des Wunsches genügt in der Regel, um sie in den Besitz einer Freikarte zu stellen, welche sie dann gegenüber ihren Opfern, den Hoteliers, ausnützen, indem sie ihnen eine ganze Hand voll solcher Karten unter die Nase halten, und die da und dort leider noch imponierende Bemerkung beifügen: „Sehen Sie, wenn das Buch (oder die Zeitung), die ich vertrete, nicht gut wäre, würden mir nicht von allen diesen Bahnen Freibillete zur Verfügung gestellt worden sein." Dabei handelt es sich dann meistens um ein Reisebuch von sehr zweifelhaftem Wert oder um irgend ein Winkel- oder obscures Fremdenblättchen.

Wie viel besser wären diese Freikarten angewendet, wenn sie bei Bedarf in diejenigen Kreise gelangten, deren Interessen mit denjenigen der Bahnen identisch sind und die *thatsächlich* mit allen ihnen zu Gebote stehenden Mitteln helfen die gemeinsamen Interessen zu fördern. Unsere *Berg*bahnen haben sich grösstenteils schon längst auf diesen Standpunkt gestellt und wohl keine dieser Gesellschaften wird behaupten können, dass mit den Freikarten von Seite der Hoteliers „abus" getrieben wird, denn wir kennen eine grosse Zahl von Inhabern solcher Billete, die seit Jahren noch nicht dazu gekommen, dieselben benutzen zu können, oder wenn doch, dann geschah es fast ohne Ausnahme in Begleitung, für welche letztere die Fahrtaxe entrichtet wird. Die Verabfolgung von Freikarten bedeutet also für die Gesellschaft nicht nur keinen Verlust, sondern sie wird indirekt zur nutzbringenden Reklame. Wie mancher unserer Hoteliers gönnt sich mit seinem Bergbahnbillet eine Vergnügungstour und nimmt mit Rücksicht darauf, dass er bei der Bahn *persona grata* ist, seine Frau, seine Familie oder sonst Gesellschaft mit, wogegen er anderswie fein hübsch zu Hause bleiben würde.

Es wäre nun allerdings eine starke Zumutung, für alle unsere Hoteliers diesen Vorteil zu verlangen, namentlich in dieser Unbeschränktheit wie oben geschildert, dagegen sehen wir nicht ein, warum man z. B. den organisierten Hoteliers, d. h. den Mitgliedern des Schweizer Hotelier-Vereins nicht dasjenige Vorrecht einräumen könnte, welches z. B. die Mitglieder des Schweiz. Alpenklubs bei einer Anzahl Bahnen geniessen, indem sie nur halbe Taxe bezahlen? Ist es doch gerade der Schweizer Hotelier-Verein, der in den letzten Jahren auf dem Gebiete der Reklame Erhebliches leistet. In Hotelierkreisen wundert man sich daher nicht mit Unrecht darüber, dass sogar der offizielle Vertreter dieses Vereines, dem der grösste Teil der Fremdenhotels-Besitzer angehört, auf Gesuche um gefl. Ueberlassung einer temporären Freikarte für Reisen, welche mit den Interessen der Bahnen in engster Beziehung stehen, von den Haupt-Touristenbahnen die stereotype Antwort erhält: „Der Konsequenzen halber, bedauern wir, etc."

Ein interessanter Prozessfall.

Ein charakteristischer Courtageprozess spielte sich, laut „Basl. Nachr.", dieser Tage vor dem Appellationsgericht in Basel ab. Die Besitzer des Hotel St. Gotthard hatten einen Agenten E. mit dem Verkauf des Hotels beauftragt und für den Fall des Gelingens $1^0/_0$ des Kaufpreises als Courtage zugesagt, zahlbar „nach notarieller Fertigung." Dem Courtier gelang es auch in der Folge, den Verkauf zu 360 000 Fr. zu vermitteln. Der Handel wurde notarialisch verurkundet, und die Fertigung im Grundbuch sollte am 1. April d. J. erfolgen. In der Zwischenzeit stellte es sich aber heraus, dass der Käufer nicht im Stande war, den Kauf seinerseits zu halten, da es ihm an den nötigen Kapitalien gebrach. Die Verkäufer entliessen ihn seiner Verpflichtungen aus dem Kauf mit der Bedingung, dass er alle ergangenen Kosten, sowie eine allfällige Courtageforderung übernehme. Dieser säumte denn auch nicht, seinen Prozent mit 3600 Fr. von seinen Auftraggebern einzufordern, wurde aber zurückgewiesen und strengte deshalb einen Prozess gegen sie an. Die Beklagten suchten die Klage mit der Einwendung zurückzuweisen, die übliche Courtage betrage nur $^1/_2{}^0/_0$, während ihnen der Agent vorgespielt habe, sie betrage $1^0/_0$. Der ganze Courtagevertrag sei daher unsittlich und widerrechtlich. Dann aber sei die vertragliche Voraussetzung der Fertigung nicht eingetreten, weil die Vollziehung des Kaufs missglückt sei. Und endlich seien sie vom Courtier direkt betrogen worden, denn er habe ihnen angegeben, der Käufer besitze 50 000 Fr. Vermögen und verfüge über einen Blankokredit von 80 000 Fr., während er doch selbst gewusst habe, dass der Käufer den Kauf nicht würde halten können. Für den Fall des Unterliegens verkündeten die Beklagten dem abgefallenen Käufer H. den Streit und verlangten von ihm alles ersetzt, wozu sie dem Kläger gegenüber verurteilt werden könnten. Der Streitberufene gab an, er habe sich, obschon er nur über 25 000 Fr. verfüge, vom Courtier beschwatzen lassen, einen Kaufpreis von 360 000 Fr. mit 50 000 Fr. Barzahlung zu übernehmen. Der Agent habe ihm eben versprochen, sobald er 25 000 Fr. zahle, werde er für alles Weitere sorgen; Münchner oder Basler Brauereien würden das Geld gerne vorstrecken. Dass die angefragte Münchner Brauerei bereits am 17. Dezember 1896, d. h. einen Tag vor Unterzeichnung des Kaufs vor dem Notar, ihre Mitwirkung versagte, habe ihm der Agent verschwiegen, die Basler Brauereien hätten nachher die geforderte Kapitalbeteiligung als zu hoch im Verhältnis zur Rendite abgelehnt. Ueber diese letzten Punkte hat die Zeugenabhörung ergeben, dass der Agent, als sich wegen der Kapitalbeschaffung Schwierigkeiten ergaben, dem Käufer vor dem Notar erklärt hatte, er werde die Kapitalien schon beschaffen können. Ein anderer Zeuge will ferner gehört haben, dass der Agent den Käufer beruhigte, er werde das Geld schon bekommen. Soweit der Thatbestand. Das Civilgericht und mit ihm das Appellationsgericht gelangten zum Schluss, die Klage des Agenten sei begründet und ebenso die Streitverkündung an den Käufer.

Aus den Motiven des Urteils entnehmen wir Folgendes. Die Anfechtung des ganzen Courtageauftrages als unsittlich oder widerrechtlich sei trölerisch und wider bessere rechtliche Einsicht des Vertreters des Beklagten vorgebracht, denn es sei nicht einzusehen, warum die Parteien nicht einen Maklerlohn in beliebiger Höhe gültig vereinbaren können, die Vereinbarung von 1 Prozent sei denn auch durchaus häufig, und der Umstand, dass mangels erweislicher Abmachung über die Höhe der Courtage ein halbes Prozent zugebilligt wird, sei gleichgültig, sobald ein bestimmter Satz nachweisbar vereinbart wurde. Dass der Agent die Beklagten über die übliche Höhe der Courtage betrogen habe, sei nicht dargethan. Die Beklagten seien Geschäftsleute und kennen Handel und Wandel. Ebenso grundlos sei aber auch die fernere Einwendung, dass die Entstehung der Courtageforderung vom Zustandekommen der Eintragung im Grundbuch abhänge. Ob man nun unter notarieller Fertigung die notarialische Abfassung oder die grundbuchliche Fertigung verstehen will, jedenfalls wollte der Vertrag einfach blos die Fälligkeit der Courtage festsetzen, nicht die Entstehung des Anspruchs, welche nur durch die Vermittlung des Handels bedingt ist. Dass der Agent den Beklagten irgendwelche Zusicherungen über die Solvenz des Käufers gemacht und sie durch falsche Angaben zum Kaufabschluss verleitet habe, war nicht nachzuweisen. Die Courtage war somit verfallen, die Verkäufer haben sie zu entrichten, und der Streitberufene hat ihnen laut Vereinbarung dafür aufzukommen. Die Einwendungen, welche der Käufer vorbrachte, richten sich alle gegen den Agenten direkt, nicht gegen die Verkäufer, denen er schlechthin die Courtage vergüten muss. Die Beklagten wurden daher zur Zahlung von 3000 Fr. nebst Zins und Kosten an den Agenten und der Käufer zum Ersatz dieser Beträge verurteilt. Das Appellationsgericht hat die Auffassung des Civilgerichts in allen Teilen bestätigt.

Anmerk. der Red. der „H.-R.": Auffallend muss bei diesem Prozess erscheinen, dass die misslungenen Versprechungen des Agenten gegenüber dem Käufer betr. Herbeischaffung der noch fehlenden Anzahlungssumme, bei der Urteilsfällung gar nicht in Erwägung gezogen wurden, und doch sind es gerade diese Versprechungen, welche den Käufer bewogen haben, auf den Handel überhaupt einzutreten. Am besten ist man in solchen Angelegenheiten daran, wenn man es ohne fremde Hilfe machen kann.

Aufführungsrecht.

Die „Schweiz. Musikzeitung" teilt folgenden Gerichtsfall aus Deutschland mit; Ein Wirt Sch. hatte einen Teil der Musik eines preussischen Pionierbataillons engagiert, um Konzerte in seinem Restaurant zu geben. Es war vereinbart, dass sowohl der Direktor als die Musiker feste Gehälter bekämen, dass aber die Auswahl der Stücke dem Direktor überlassen bleibe. Der Direktor hatte ohne Wissen des Wirtes verschiedene Stücke ohne die Erlaubnis der Komponisten oder ihrer Rechtsnachfolger spielen lassen. Letztere verklagten den Wirt auf Schadenersatz, weil er nach ihrer Meinung als Urheber oder wenigstens als Veranstalter der Konzerte aufmerksamer darüber hätte wachen sollen, dass der Direktor sich keine Ungesetzlichkeiten zu schulden kommen liesse. Die Klage wurde vom Appellationsgericht abgewiesen; das Reichsgericht verwarf den Rekurs ebenfalls aus folgendem Grunde:

„Da der Beklagte weder die gespielten Stücke kannte, noch einen Einfluss auf ihre Wahl hatte, so kann man auch nicht annehmen, dass die gespielten Stücke durch ihn zur Aufführung gekommen seien. Nach Art. 54 des Gesetzes vom 11. Juli 1870 soll ein Schadenersatz bezahlt werden von jedem, welcher mit Absicht oder aus Fahrlässigkeit musikalische Werke entgegen den gesetzlichen Vorschriften aufführt. Es handelt sich hier um den Veranstalter der Aufführung, von welchem in Art. 55 die Rede ist. Es ist sicher nicht nötig, dass der Beklagte selbst alle aufzuführenden Stücke ausgewählt habe, um seine Verantwortlichkeit festzustellen; aber trotzdem kann man ihn nicht als Veranstalter der Aufführung betrachten, weil er weder die Auswahl der zu spielenden Stücke zu treffen, noch dazu etwas zu sagen hatte. Der Beklagte kann nach dem genannten Art. 54 Absatz 1 und 2 weder als Veranstalter noch als Anstifter der behaupteten ungesetzlichen Aufführungen angesehen werden. Der Beklagte hat nicht nach der Weisung des Musikdirektors gehandelt, um eine ungesetzliche Aufführung zu veranstalten, er hat demselben höchstens nach den mit ihm getroffenen Vereinbarungen eine Gelegenheit geboten, u. a. auch solche Stücke zu spielen, für welche er keine Befugnis hatte. Das genügt jedoch nicht, um ihn der Anstiftung zu ungesetzlichen Aufführungen schuldig zu erklären."

„Diese sehr korrekte Entscheidung könnten sich unsere Schweizer Gerichte, das Bundesgericht nicht ausgenommen, in ähnlichen Fällen zum Muster nehmen", fügt die „Schw. Musikzeitung" bei.

Uebers Bergsteigen.

Herr Pfarrer Baumgartner, ein vielerfahrener Alpenklubist, schreibt im Hinblick auf gewisse Vorkommnisse des modernen Bergsteig-Sportes:

An allen Fremdencentren sind heutzutage zuverlässige Führer ersten Ranges zu finden. Sie berücksichtige man zunächst bei Bergtouren. Doch selbst Führer zweiten Ranges sind als Wegweiser und Begleiter andern Leuten, selbst den geübtesten Gängern, vorzuziehen, namentlich auf diesem Gebiete verdienen Leute vom Fach den Vorzug vor Dilettanten.

Die Zahl der Führer hängt natürlich von der eigenen Tüchtigkeit und dem Charakter der Bergtour ab. Für ganz leichte Gipfel, Bergpässe etc., wo es sich nur darum handelt, den richtigen Weg zu finden, genügt ein Führer für mehrere Personen. Gipfel von mittlerer Schwierigkeit dürfen mehrere geübte Touristen ebenfalls mit einem einzigen Führer unternehmen, schwache Anfänger dagegen haben schon hier jeder einen Mann nötig. Auf schwierigen Touren, besonders im Hochgebirge, dürfen sich erprobte Gänger mit nur je einem Mann begnügen. Anfänger sollen in diesem Fall jeder zwei Mann haben.

Entschieden zu verwerfen ist die in letzter Zeit wiederholt vorgekommene Tollkühnheit, mit der sich einzelne Klubisten ohne alle Begleitung von Führern an Schneeriesen ersten Ranges gewagt haben. Man hüte sich indessen wie vor Unter- so auch vor Ueberschätzung dessen, was die Führer leisten können. Es giebt Touristen, welche sich darauf verlassen, im Notfall von ihren Führern gehisst oder sogar getragen zu werden.

So hat einmal ein Norddeutscher auf der Grimsel einer andächtig lauschenden Gesellschaft vordemonstriert, um das Finsteraarhorn zu besteigen brauche man nur zwei bis drei