

Zeitschrift: Schweizer Hotel-Revue = Revue suisse des hotels
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 16 (1907)
Heft: 18

Rubrik: Aufnahms-Gesuche = Demandes d'admission

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: 16.05.2025

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

N^o 19.

Abonnement

Für die Schweiz
 1 Monat Fr. 1.25
 2 Monate „ 2.50
 3 Monate „ 3.50
 6 Monate „ 6.—
 12 Monate „ 10.—

Für das Ausland:
 (inkl. Portozuschlag)
 1 Monat Fr. 1.60
 2 Monate „ 3.20
 3 Monate „ 4.50
 6 Monate „ 8.50
 12 Monate „ 15.—

Vereins-Mitglieder
 erhalten das Blatt
 gratis.

Inserate:

8 Cts. per 1 Spaltige
 Millimeterzeile oder
 deren Raum. — Bei
 Wiederholungen ent-
 sprechend Rabatt.
 Vereins-Mitglieder
 bezahlen 4 Cts.
 netto per Millimeter-
 zeile oder deren
 Raum.



Organ und Eigentum des
 Schweizer Hotelier-Vereins.

16. Jahrgang | 16^{me} Année

Erscheint Samstags.
 Parait le Samedi.

Organe et Propriété de la
 Société Suisse des Hôteliers.

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

Inseraten-Aannahme nur durch die Expedition dieses Blattes und die „Union-Reklame“ in Luzern — Les annonces ne sont acceptées que par l'admin. de ce journal et l'„Union-Réclame“ à Lucerne

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

N^o 19.

Abonnements

Pour la Suisse:
 1 mois . Fr. 1.25
 2 mois . „ 2.50
 3 mois . „ 3.50
 6 mois . „ 6.—
 12 mois . „ 10.—

Pour l'Etranger:
 (inclus frais de port)
 1 mois . Fr. 1.60
 2 mois . „ 3.20
 3 mois . „ 4.50
 6 mois . „ 8.50
 12 mois . „ 15.—

Les Sociétaires
 reçoivent l'organe
 gratuitement.

Annonces:

8 Cts. par millimètre-
 ligne ou son espace.
 Rabais en cas de ré-
 pétition de la même
 annonce.
 Les Sociétaires
 paient 4 Cts. net
 p. millimètre-ligne
 ou son espace.

Siehe Warnungstafel!



Herr J. Ch. Goetz, Hotel Bayrischer Hof,
 Basel. 60
 Paten: HH. G. Wehrle, Hotel Central,
 und G. Strohl, Hotel des Balcons, Basel.

Gabenliste

für die

Besitzer des verschütteten Kurhaus Seeben.

Von voriger Nummer Fr 895
 „ Herrn J. Ott, Direktor des Hotel Bon-
 port, Territet 10
 „ Herrn E. Leopold-Born, Thun 15

Schutz gegen Zechprellerei.

Der Vorstand des Schweizer Hotelier-Vereins hat an das Eidg. Justiz- und Polizeidepartement nachstehende Petition gerichtet, um zu erreichen, dass in dem künftigen neuen Eidg. Strafrechtbuch oder dessen Vollziehungs-Verordnungen ausdrücklicher Schutz geschaffen werde gegen die Zechprellerei, da gegenwärtig die Interpretation der einschlägigen Gesetzesparagrafen in den verschiedenen Kantonen eine ganz verschiedene ist. Die betr. Eingabe hat folgenden Wortlaut: „In seiner Stellungnahme zum Vorentwurf zu einem Schweizer Strafrechtsgesetzbuch gelangt der Schweizer Hotelier-Verein mit dem Gesuch an Ihr Departement:

- es möchte die Schweiz. Hotelindustrie durch eine besondere Bestimmung gegen die Zechprellerei, als ein qualifiziertes Betrugsdelikt, geschützt werden;
- eventuell sei der Art. 89 (Betrugsartikel) des Vorentwurfes, unter Beziehung des Betrugsbegriffes des § 201 d des österreichischen Gesetzbuches, so zu fassen, dass die Zechprellerei ohne allen Zweifel als Betrug aufgefasst werden muss;
- sei in der Botschaft zum Gesetz zur Interpretation von Art. 89 ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass auch die Zechprellerei als Betrug aufzufassen sei, sobald die Tatbestandsmerkmale des Betruges gegeben seien;
- Art. 240 des Vorentwurfes, wonach die in Wirtschaften begangene Zechprellerei nur als Uebertretung bestraft werden soll, sei zu streichen.

In Begründung dieser Anträge schicken die unterzeichneten Schweizerischen Hoteliers voraus, dass diese Anträge, so selbstverständlich und daher überflüssig sie auf den ersten Blick erscheinen möchten, auf ernststen Klagen beruhen, die in der ganzen Schweiz, namentlich aber in den welschen Kantonen erhoben worden sind, weil die Hotelindustrie ohne genügenden Schutz gegen die immer mehr um sich greifende und sie schwer schädigende Zechprellerei ist. Die Gründe für diese Schutzlosigkeit, die im Nachfolgenden dargelegt werden sollen, ergeben ohne weiteres das Bedürfnis, die Hotelindustrie wenigstens künftig, d. h. durch das eidg. Strafrechtsgesetz zu schützen.

Diejenigen Kantone nämlich, welche in ihren Strafrechtsgesetzen dem deutschrechtlichen

Betrugsbegriff gefolgt sind, schützen teils den Hotelier gegen den Hochstapler und Zechpreller, teils schützen sie ihn infolge einer zu engen Interpretation des Betrugsbegriffes nicht. Die welschen Kantone aber, welche den Betrugsbegriff dem *Code pénal français* (Art. 405) entnommen haben, schützen die Hotelindustrie meistens gar nicht. (Vergl. z. B. Beilage I Ausschnitt aus einem Genfer Blatt.) Dies kommt einfach daher, dass der französische Betrugsbegriff nur ein positives Vorspiegeln von falschen Tatsachen kennt („... soit en fausant usage de faux noms ou de fausses qualités, soit en employant des manœuvres frauduleuses pour...“). Der Hochstapler und Zechpreller von Beruf aber macht dem Hotelier eben keine positiven falschen Vorspiegelungen, sondern er verschweigt seine Zahlungsunfähigkeit, indem er die Tatsache ausnützt, dass der Hotelier aus Gründen des modernen Verkehrs einfach gezwungen ist, zu kreditieren. Wenn nun da und dort (auch in deutschschweizerischen Kantonen) die Justiz dem betrogenen Hotelier auf seine Klage antwortet, dass er eben nicht hätte kreditieren sollen, so ist damit den heutigen Verkehrs- und Konkurrenzverhältnissen nicht weniger als Rechnung getragen, dem Hotelier schlecht gedient, vor allem aber eine bedenkliche Rechtsunsicherheit geschaffen. Nun mag man entgegen, es schliesse der deutschrechtliche Betrugsbegriff die Zechprellerei in sich, so dass sie wenigstens in den deutschschweizerischen Kantonen allgemein als strafbar gelten könne. Dem ist aber nicht so. Zwar sollte man meinen, im Verschweigen der Zahlungsunfähigkeit, im Verschweigen der Absicht, nicht zahlen zu wollen, liege eine Unterdrückung einer wahren Tatsache. Auch liesse sich geltend machen, dass schon in einem gewissen Auftreten des Hochstaplers, das fälschlich auf Zahlungsfähigkeit schliessens lässt, eine Vorspiegelung falscher Tatsachen liege (vergl. „Gerichtssaal“, Zeitschrift für Strafrecht, Bd. XXVI, S. 416 ff.) Aber das ist, wie die Indikatur lehrt, alles schon durch eine zu enge Interpretation verneint worden. So kam es, dass z. B. selbst im Kanton Basel-Stadt, wo doch der deutsche Betrugsbegriff gilt, die Hoteliers sich beim Registrarsrat beschwerten, weil man ihre Strafklagen gegen Zechpreller abweise. Und in der Tat hatte sich die Gerichtspraxis eine Zeit lang auf eine zu enge Interpretation des deutschrechtlichen Betrugsbegriffes versteift, indem sie den Kausalzusammenhang als nicht vorhanden betrachtete, wenn der Zechpreller einfach den Kredit ausnützte, diesen aber nicht durch positive falsche Vorspiegelungen fälschlich bewirkt hatte. Auch konnte sie im Verschweigen der Zahlungsunfähigkeit noch keine rechtserhebliche Unterdrückung einer Tatsache erblicken. (Beweis: Beilage 2: Enquete des Justizdepartements des Kantons Basel-Stadt betr. Zechprellerei, welche für die ganze Frage von grossem Interesse ist; vergl. insbesondere den Bericht des Staatsanwaltes).

Daraus folgt aber, dass auch unter der Herrschaft eines schweizer. Strafrechtsgesetzbuches nicht nur die welsche, sondern auch die deutschschweizerische Hotelindustrie Gefahr läuft, auch künftig da und dort ohne Recht und Schutz zu bleiben gegenüber der Zechprellerei und dem Hochstaplerwesen. In den welschen Kantonen wird die Gefahr bestehen, dass sie, weil an Art. 405 des *Code pénal français* gewöhnt, den Art. 89, so wie ihn der Vorentwurf aufgenommen, so eng wie möglich interpretieren werden. Aber auch in gewissen deutschschweizerischen Kantonen ist aus den oben dargelegten Gründen diese Gefahr keineswegs ausgeschlossen.

Somit kann diese Gefahr und Rechtsunsicherheit für die gesamte schweizerische Hotelindustrie künftighin nur beseitigt werden, wenn man die obigen Anträge gutheisst. Sollte man sich aber nicht entschliessen können, aus der Zechprellerei, obwohl sie ein qualifizierter Betrug ist, auch einen solchen zu machen, so wäre wenigstens der Text des Art. 89 dahin zu verbessern und zu verdeutlichen, dass, wie in § 201 d des österreichischen Gesetzbuches, auch noch folgendes Tatbestandsmerkmal aufgenommen wird: Es begibt auch ein Betrug, wer „sich sonst hinter einem falschen Scheine verbirgt“, um sich oder einem Dritten einen rechtswidrigen Vermögensvorteil zu verschaffen. Gerade in diesem Tatbestandsmerkmal liegt das Wesen der Zechprellerei. Dieser Typus von Betrügern, zeichnet sich weder durch besonderes positives Vorspiegeln noch Unterdrücken von Tatsachen aus, sondern er verbirgt sich, wie der österreichische Gesetzgeber trefflich sagt, nur hinter einem falschen Scheine. Damit ist aber positiv ausgedrückt, dass auch der ein Betrüger und zwar ein raffinierter Betrüger ist, der auf diese Weise handelt. — Durch diese Verneinerung des Betrugsbegriffes wird zum voreherein verhindert, dass die Polizeibehörden oder der Strafrichter durch eine zu enge Interpretation dazu kommen können, den Zechpreller auch künftighin laufen resp. strafrei ausgehen zu lassen.

Aus allen diesen Erwägungen und speziell aus dem beigelegten Beweismaterial ergibt sich ferner, dass auch ein diesbezüglicher Hinweis in der Botschaft nichts weniger als überflüssig wäre.

Schliesslich mag noch darauf hingewiesen werden, dass gerade Art. 240 des Vorentwurfes, nach welchem die Zechprellerei in Wirtschaften (und zwar nur in diesen) bloss als Uebertretung bestraft wird, den Schluss erlaubt, dass man entweder die Zechprellerei überhaupt nicht als Betrug aufgefasst hat, oder aber leichtere Fälle dem Art. 89 entziehen wollte. Gerade dieses Vorgehen beweist aber wiederum, dass unsere Anträge wohl begründet sind. Die Zechprellerei ist und bleibt eben streng strafrechtlich genommen eine qualifizierte Betrugstat und es können daher leichtere Fälle nicht bloss als Uebertretungen geahndet werden. Auch würde dadurch leicht Konfusion entstehen.

Daher ist auch der Antrag auf Streichung des Art. 240, in Verbindung mit den übrigen Anträgen, begründet.“

Die Inserat-Reklame für die Schweiz in Frankreich.

Die Ideenkonkurrenz zur Schaffung eines zugkräftigen, auffälligen Inserates, dazu bestimmt, in den französischen Tagesblättern und Wochenzeitschriften die Aufmerksamkeit der Leser auf die Schönheiten unseres Landes, die Gesundheit der reinen Bergluft, die Bequemlichkeit der Verkehrsverbindungen und den Komfort bei zivilen Preisen in den Fremdenhotels zu lenken, hat bereits einen Beitrag aus der Feder von Herrn Behrmann, Zürich, eingebracht, dem unser Organ schon eine Reihe diesbezüglicher Arbeiten verdankt.

Trotz der Schwierigkeit des Problems ist es ihm beinahe gelungen die Aufgabe restlos zu lösen; auf jedenfalls hat er den Weg gewiesen und die Prinzipien festgestellt, so dass durch Weiterverfolgen der gegebenen Anweisungen und nach etwas praktischen Erfahrungen, das ideale Inserat bald gefunden werden dürfte.

Obgleich die Konkurrenzausschreibung selbst, wie Herr Behrmann Arbeit die Grundgedanken bereits vorweggenommen haben, so seien nachstehend noch einige Ideen weiter entwickelt.

Das bisherige grosse und konventionelle Inserat der Schweizerischen Bundesbahnen, das nur einzelne Gegenden gegen besondere Bezahlung hervorhebt und somit nicht dem ganzen Lande dient, ist im Satz zu spezifisch französisch um zwischen den Dutzenden ähnlich gesetzter Reklamen aufzufallen. Bei Adoptierung eines nach deutscher Technik gesetzten Inserates würde eine grössere Wirkung erzielt und das Format könnte um ein bedeutendes reduziert werden, was bei den hohen französischen Inserationskosten eine nicht unerhebliche Ersparnis bedeuten würde.

In diesem Punkte hat nun Herr Behrmann das Richtige gefunden und die quadratförmige Grösse der von ihm vorgeschlagenen Musterreklame dürfte genügen. In Inhalt und Ausführung dagegen entspricht sie nicht ganz ihrem Zwecke. Sie zeigt denselben nicht auf den ersten Blick an, sozusagen ohne eigentlich gelesen zu werden und zwischen den Inseratspalten wird sie weniger stark wirken als mitten im glatten Satze eines Artikels. Sie ähnelt dabei ein wenig den Inseraten, mit welchen einige französische Verleger das neueste Werk des Tagesautors anzeigen. Auch die Genfer Zeitung „La Suisse“ hat sich vor Jahren eines in gleichem Stile gesetzten Inserates bedient, um in den Zeitungen des In- und Auslandes Propaganda zu machen.

Wie ist aber diesen Nachteilen abzuweichen?

Auf rein typographischem Gebiete dürfte das auffallende Element — insofern die Reklame ihr vornehm künstlerisches *Cachet* nicht verlieren soll — erschöpft sein und an Stelle der Linien-Einfassung sollte eine von Künstlerhand gezeichnete Umrahmung treten, die ein Verwenden tiefsatter Flächen gestatten würde. Künstler haben wir genug, man denke nur an die „Schweiz“ in Zürich, die über einen ganzen Stab vorzüglicher Mitarbeiter verfügt, die speziell auf kleine Vignetten und auf Kopf- und Fussleisten eingeübt sind. Denn auf solche käme es in der Hauptsache an, der Seitenrand wäre nun bestimmt, die beiden breiten Leisten mit einander harmonisch zu verbinden. Die Motive wären profilartige Ausschnitte unserer berühmtesten Bergketten, Städtelhouetten auf weissem Grunde, Städte- oder Kantonswappen in grober Strichmännchen, Szenen aus dem Sports- und Volksleben, einzelne Gipfel mit dem skizzierten Panorama, kurz kleine Kunstwerke, die die Aufmerksamkeit sofort zu fesseln vermöchten und ohne Missverständnis sofort ihren Zweck anzeigten. Dem Setzer bliebe dann noch genug Spielraum den Text auffallend zu gestalten und mit dem Rahmen stilgerecht zu verbinden.

Diese Kopf- und Fussleisten würden bei einheitlicher Komposition des Inserates eine viel grössere Variation bieten. Man denke sich ca. 20 verschiedene Motive, von denen je zwei zusammen Verwendung finden und je nach der Saison erscheinen würden. Sie böten den Vorteil sehr aufzufallen, sprächen deutlicher über ihren Zweck und würden nur wenig mehr kosten, denn die Herstellung der Zeichnungen und der Clichés fallen bei der Höhe der verwendeten Summen fast gar nicht in Betracht. Selbstverständlich müsste stets das gleiche Inserat überall gleichzeitig und wenn möglich an gleicher Stelle des Blattes erscheinen. So würden die Leser stets auf die gleiche charakteristische Bilderfolge stossen, die sich samt einer Hauptzeile besser dem Gedächtnis einprägen würde,