

fromme Sinn, noch nicht versiegt sind, noch versiegen werden. In diesem Geiste lassen Sie uns heute auch in der Gutenbergfeier der Väter gedenken und geloben, daß wir ihnen nachfolgen wollen. Dann werden auch wir an unserem Teil erfahren, was der Dichter singt:

Es wirkt mit Macht ein edler Mann
Jahrhunderte auf seinesgleichen,
Denn was ein guter Mann erreichen kann,
Läßt sich im engen Raum des Lebens nicht erreichen.
Drum wirkt er auch nach seinem Tode fort
Und wirkt so mächtig, als er lebte;
Die gute That, das schöne Wort,
Es strebt unsterblich, wie er sterblich strebte.

In solchem Geiste lassen Sie uns diesen Tag feiern in dankbarer Guldigung dem Manne, der Ihre Kunst der Welt gegeben hat, und in ernster Erinnerung an die hier ruhenden großen Vertreter der Buchdruckerkunst.

Und so legen Sie Ihre Kränze nieder auf die Gräber der treuen Dahingeshiedenen und lassen Sie das Gedächtnis der Toten ein segnendes Vermächtnis für die Lebenden sein. Aus tiefstem Herzen sprechen wir:

Gott segne,
Gott schütze,
Gott grüße die Kunst! Amen.

Die Presse und die unlautere Reklame.

Es ist sehr bemerkenswert, daß in keinem andern Lande die Presse sich so häufig gegen Bestrebungen wehren muß, die darauf gerichtet sind, das geltende Recht in einer für sie nicht nur gefährlichen, sondern geradezu unerträglichen Weise abzuändern, wie in Deutschland.

In Gera hat vor einigen Tagen eine Versammlung von Vertretern des Detailhandels, vornehmlich des mittleren und kleinen Detailhandels, getagt, in der man sich eingehend auch mit der Anwendung, bisherigen Wirkung und Verbesserungsbedürftigkeit des Gesetzes zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs beschäftigte. Das Gesetz fand in der Hauptsache wenig Beifall und Anerkennung; man tadelte insbesondere die bekannte Rechtsprechung des Reichsgerichts bezüglich des § 1 und in betreff der fingierten und dauernden Ausverkäufe und schlug Abänderungen vor, die von dem Gesetz kaum mehr übrig lassen würden als das Gerippe.

Es soll an dieser Stelle nicht näher darauf eingegangen werden; dagegen erscheint es geboten, Stellung zu nehmen zu dem Vorschlag, der sich auf die Verantwortlichkeit des Redakteurs, Verlegers, Druckers und Verbreiters unwahrer Reklame bezieht.

Das geltende Gesetz bestimmt in dieser Hinsicht in § 1, Absatz 2, Satz 2: »Der Anspruch auf Schadenersatz kann gegen Redakteur, Verleger, Drucker oder Verbreiter von periodischen Druckschriften nur geltend gemacht werden, wenn dieselben die Unrichtigkeit der Angaben kannten.« Man war seiner Zeit auf allen Seiten darüber einer Ansicht, daß zwar die civilrechtliche Verantwortlichkeit derjenigen Personen nicht verneint werden könne, die bei der Entstehung eines Erzeugnisses der periodischen Presse thätig seien, daß man andererseits aber nicht weiter gehen könne, als diese Verantwortlichkeit lediglich auf den Fall der Kenntnis der Unwahrheit der behaupteten Thatsachen und aufgestellten Angaben tatsächlichen Inhalts zu beschränken, wolle man nicht der Presse die Ausübung ihrer Thätigkeit überaus erschweren oder geradezu unmöglich machen.

Für jeden, der den Pressverhältnissen und insbesondere den Produktionsverhältnissen der periodischen Presse einigermaßen näher steht, bedarf es keines Nachweises, daß die Bestimmung des § 1, Absatz 2, Satz 2 das Maximum dessen enthält, was im Hinblick auf die Presse überhaupt in Vorschlag

gebracht werden kann, und wenn jetzt in Gera gefordert worden ist, daß Redakteur und Verleger für die Wahrheit der Angaben tatsächlichen Inhalts in Inseraten schlechthin haften sollen, also ohne Rücksicht auf ihr Wissen, so beweist das nur eine vollständige Unkenntnis der Verhältnisse, wie sie im Pressgewerbe bestehen und voraussichtlich auch fernerhin bestehen werden. Wie soll der Redakteur, wie soll der Verleger prüfen und feststellen können, ob die Angaben tatsächlicher Art, die in den ihm übertragenen Insertionsaufträgen sich vorfinden, auf Richtigkeit und Wahrheit Anspruch erheben können oder nicht? Man gebe doch einmal seitens der Geraer Versammlungsredner, die so rasch bei der Hand sind, das Moment der Wissentlichkeit aus dem Thatzbestand des § 1 Absatz 2 zu beseitigen, man gebe doch einmal seitens dieser ein Mittel an, das geeignet erscheint, diesen Zweck erreichen zu lassen! Bisher hat man sich wohl damit begnügt, die Verschärfung des Gesetzes zu verlangen; allein in betreff der Mittel, diesem verschärften Gesetze auch zu entsprechen, hat man sich vollständig ausgeschwiegen. Es giebt kein solches Mittel und kann es nicht geben. Nicht einmal der Redakteur des kleinsten Lokal- und Winkelblättchens, der sein eigener Verleger ist, kann feststellen, ob die ihm vorgelegten Inserate auf wahren Angaben tatsächlichen Inhalts beruhen, geschweige der Redakteur und Verleger einer großen Tageszeitung mit vielen hunderten von Inseraten. Es bedarf für den Kundigen gar nicht der Anführung von Beispielen, um dies alsbald einzusehen; aber auch der im Zeitungswesen Unkundige, der nur einen Blick in den Inseratenteil einer großen Zeitung wirft, wird keinen Einwand gegen die Behauptung erheben, daß der Redakteur und der Verleger, der mit der Fähigkeit ausgestattet ist, Wahres vom Unwahren bei der Geschäftsreklame zu unterscheiden, ein unschätzbares, unbezahlbares Wesen wäre.

Der Vorschlag, für den man sich in Gera erwärmt hat, ist sonach vollständig unausführbar; es sei denn, daß man die Benutzung der Zeitungen für Geschäftsreklamen überhaupt unmöglich machen will. Soweit aber werden wohl selbst die eifrigsten und bedingungslosesten unter den Freunden des Geraer Vorschlags schwerlich gehen wollen, denn sie würden sich dadurch in's eigene Fleisch schneiden und das Hauptmittel der Reklame beseitigen.

Sehen wir aber auch hiervon ab, so ist in den bisher gemachten Erfahrungen kein Grund für die beantragte Verschärfung des Gesetzes der periodischen Presse gegenüber vorhanden; Thatsachen, die als Beweis für die Behauptung benützt werden könnten, daß durch die Thätigkeit der periodischen Presse die unlautere und unwahre Geschäftsreklame begünstigt und gefördert worden sei, können nicht vorgebracht werden; die großen und gut geleiteten Zeitungen nehmen schon aus eigener Initiative keine Anzeigen auf, die als unlautere Reklamemittel unschwer zu erkennen sind. Auch in dieser Hinsicht ist die Selbstzucht innerhalb der Presse in durchaus genügender und befriedigender Weise thätig, und ein Bedürfnis nach Verschärfung des Gesetzes der Presse gegenüber ist nicht vorhanden.

Wenn der unlautere Wettbewerb sich in Deutschland ungeachtet des Gesetzes vom 27. Mai 1896 nicht in dem Maße hat zurückdrängen lassen, wie es zweifellos wünschenswert war und ist und wie es auch vielfach erwartet werden konnte, so liegt die Ursache hiervon wahrlich nicht an dem Verhalten der periodischen Presse. Die Interessenten würden deshalb gut daran thun, ihre Aufmerksamkeit auf die wirklichen Ursachen zu lenken und nicht der Presse eine Schuld beizumessen, von der sie wahrlich vollständig frei ist.

Es ist nicht anzunehmen, daß der Geraer Vorschlag zur Abänderung des Gesetzes jemals den Beifall der Reichsgesetzgebung erlangen wird.