

angemessen bezeichnet, so daß für den Besteller die Stunde bei diesem kleinen Format 2,40 M kosten soll. Erhöhen sich die Löhne um 11%, so sind das pro Woche nur 5,05 M oder auf die Stunde berechnet, rund 10 S. In Prozenten ausgedrückt (10 S auf 2,40 M): $4\frac{1}{6}\%$ des bisher geforderten Preises.

Bei dem nächst größeren Format von 53/78 cm betragen die Arbeitslöhne 51 M, das Material 13,50 M, die Lasten 49,50 M, zusammen 114 M pro Woche. Die Arbeitsstunde, deren Selbstkosten sich auf 2,15 M belaufen, soll dem Abnehmer mit 3 M berechnet werden. 11% auf die Löhne sind 5 M 61 S, die Erhöhung pro Stunde also nur rund 11 S oder $3\frac{2}{3}\%$ des bisherigen Gesamtpreises von 3 M pro Stunde.

Format 62/96 cm: Löhne 60 M, Material 17 M, Lasten 60 M 50 S, zusammen 137 M 50 S wöchentlich. 11% der Löhne = 6 M 60 S oder rund 12 S pro Stunde. Mithin deckt eine Erhöhung von $3\frac{1}{3}\%$ des bisherigen Preises von 3 M 60 S pro Stunde die Lohnaufbesserung.

Format 78/117 cm: Löhne 66 M 50 S, Material 23 M, Lasten 73 M, zusammen 162 M 50 S wöchentlich. 11% der Löhne = 7 M 15 S, auf die Stunde rund 14 S oder $3,04\%$ des bisherigen Preises von 4 M 60 S pro Stunde.

Format 95/136 cm: Löhne 80 M 50 S, Material 28 M 50 S, Lasten 86 M 50 S, zusammen 195 M 50 S wöchentlich. 11% der Löhne 8 M 86 S, auf die Stunde 17 S oder $3,04\%$ des bisherigen Stundenpreises von 5 M 60 S.

Bei den Druckpreisen muß also bereits ein Aufschlag von $3\frac{1}{2}$ bis $4\frac{1}{6}\%$ als ausreichend bezeichnet werden, um einen 11prozentigen Lohnaufschlag zu entschädigen. Dabei muß allerdings betont werden, daß die im Preistarif geforderten Kosten von 2 M 40 S bis 5 M 60 S, je nach dem Format, pro Stunde bisher wohl nur in sehr seltenen Fällen wirklich bezahlt worden sind, und daß, je niedriger die Aufschläge im Gesamtpreis waren, desto höher der Prozentsatz des bisherigen Gesamtpreises werden muß, der zur Deckung der höheren Löhne ausreichen würde. Immerhin ist zwischen 3 bis 4% und 11% ein weiter Spielraum.

Vorstehende Zahlen werden jeden rechnenden Verleger zu größter Vorsicht bei den in Aussicht stehenden Verhandlungen mit den Druckereien veranlassen. Dazu ist der Buchhandel in seinem eigensten Interesse auch unbedingt verpflichtet. Ist es an sich zurzeit auch nutzlos, über die fünfjährigen Tarifrevisionen zu streiten und zur Herbeiführung einer größeren Stetigkeit der Preise eine längere Geltungsdauer zu verlangen, so ist es diesmal um so nötiger, der Durchführung höherer Preise, als der durch die Lohnerhöhung an sich bedingten, den schärfsten Widerstand entgegenzusetzen. So berechtigt in einer Zeit allgemeiner Teuerung eine angemessene Lohnaufbesserung für die Arbeiter ist, so unangebracht wäre es, wenn der Verlagsbuchhandel sich bereit finden ließe, den Druckereien außerdem auch einen Aufschlag auf die Geschäftspesen und den Gewinn zu gewähren, da ja auch im Buchhandel eine Abwälzung der stets steigenden Unkosten meist unmöglich ist. Zu fordern ist vielmehr, daß bei der nächsten Tarifrevision durch Zuziehung erfahrener Verleger von vornherein in höherem Maße auf die Verhältnisse des Verlagsbuchhandels Rücksicht genommen wird, was bei den diesmaligen Beratungen leider auch seitens derjenigen Druckereibesitzer nicht geschehen ist, die zugleich dem Verlagsbuchhandel angehören und die Prosperität ihrer Offizinen in erster Linie dem Verlagsbuchhandel verdanken. An diesem Ziele muß jeder Verleger im Interesse des ganzen Standes mitwirken: Je schwieriger den Druckereien die Durchführung der neuen Preise jetzt

gemacht wird, um so eher werden sie bei künftigen Tarifrevisionen dafür sorgen, daß die Bäume nicht in den Himmel wachsen.

E . . .

Kleine Mitteilungen.

Fingierte Ladenpreise. — Ein interessanter buchhändlerischer Rechtsstreit wurde vor der ersten Strafkammer des königlichen Landgerichts II zu Berlin am 2. Dezember d. J. ausgetragen. Angeklagt waren wegen Betrugs und unlauteren Wettbewerbs die beiden Inhaber eines Berliner Großantiquariats. Sie hatten kleine Klassikerausgaben auf den Markt gebracht und diese als in Leder gebunden bezeichnet und verkauft. Nach Lieferung stellte sich heraus, daß die Bände nicht in Leder, sondern in einen Lederersatzstoff gebunden waren. Da die Angeklagten in umfangreichster Weise für ihr Unternehmen durch Reisende Propaganda gemacht hatten, fühlte sich eine andere Berliner Firma, die ein ähnliches Unternehmen herausgibt, geschädigt und erstattete Anzeige wegen unlauteren Wettbewerbs. Das Gericht kam nach der ziemlich umfangreichen Beweisaufnahme in dem Betrugsfalle zu einem Freispruch, da den Angeklagten nicht nachzuweisen war, daß sie nicht tatsächlich das Angebot der Ledereinbände in gutem Glauben gemacht hätten.

Es handelte sich um Klassikerbände, die die Angeklagten von einer Leipziger Buchbinderei hatten einbinden lassen und für die sie in angebliches Ganzleder gebunden inkl. der Materie, also für den kompletten Band, bis zu 400 Seiten stark, 50 S bezahlt hatten.

Dagegen nahm das Gericht einen unlauteren Wettbewerb dadurch an, daß am Schluß der Bände sich folgende Anzeige befand: »In gleich eleganter Ausstattung erschienen folgende Bändchen klassischer Meisterwerke: ... à Band M 3.—.« Da nachgewiesen war, daß die Angeklagten von Anfang an einen Mindestverkaufspreis von 1 M 25 S pro Band festgesetzt hatten, wurde hierin ein Verstoß gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb gesehen und die Angeklagten zu je 100 M Geldstrafe verurteilt.

Besonders interessant war der von den Rechtsvertretern der Angeklagten gemachte Einwand, daß es sich bei einer in einem Buche befindlichen Anzeige um eine öffentliche Anzeige im Sinne des Gesetzes nicht handle. Es wurden diesbezügliche Entscheidungen angeführt. Besonders aber wurde von Seiten der Rechtsvertreter der Beklagten darauf hingewiesen, daß in dieser Art Geschäft eine öffentliche Anzeige durch Prospekte, Inserate, Anzeigen usw. nicht üblich wäre.

Es sind daher die Abnehmer von Großantiquaren und Verlegern, die ohne festen Ladenpreis arbeiten, aufs dringendste zu warnen, daß sie die fingierten Ladenpreise, d. h. solche Ladenpreise, die nur angelegt werden, um in den Käufern den Glauben an ein besonders günstiges Angebot durch die Preisdifferenz zwischen ursprünglichem Ladenpreis und Verkaufspreis zu erwecken, nicht in ihre Kataloge und Prospekte aufnehmen, denn sie machen sich dadurch zweifellos des unlauteren Wettbewerbs schuldig, während ihre Lieferanten, die ja nicht öffentlich die Preise anzeigen und derartige Anzeigen verbreiten, sondern nur mündlich solche Offerte machen oder diese sogenannten Ladenpreise auf die Rechnungen setzen, straffrei ausgehen. Denn auch in dem erwähnten Rechtsstreit wären vielleicht die Angeklagten freigesprochen worden, wenn diese Anzeige in dem Buche nicht als eine öffentliche betrachtet worden wäre.

Gerade in der letzten Zeit sind wieder verschiedene Kollektionen in sehr großen Massen auf den Markt gebracht worden, die fingierte Ladenpreise haben, so z. B. u. a. ebenfalls eine Klassiker-Kollektion in Leder gebunden mit einem Ladenpreis von 6 M und einem Mindestverkaufspreis von 3 M. Jeder Buchhändler, der in einem solchen Falle die Angabe »statt oder früher 6 M jetzt 3 M« in seinen Prospekten oder Anzeigen aufnimmt oder auch nur mit einer derartigen Preisauszeichnung die Bücher ins Schaufenster stellt, macht sich des unlauteren Wettbewerbs schuldig, sobald ihm nachgewiesen werden kann, daß er von dem gleichzeitigen Bestehen eines angenommenen Ladenpreises und eines Mindestverkaufspreises wußte. Auch einige kaufmännische Lehrbücher wurden kürzlich in