

der Konkursordnung, gehört also nicht zur Konkursmasse. Der Beklagte hätte dieses Recht nur durch die Bewilligung des klagenden Gemeinschuldners erwerben können, und dieser hat die Genehmigung ausdrücklich verweigert. Der Kläger ist, da seine Firma bisher nicht gelöscht wurde, zurzeit noch berechtigt, gegen den Beklagten vorzugehen, wenn dieser die Firma unbefugterweise gebraucht haben sollte.

Einen solchen Firmengebrauch hat der Kläger aber nicht nachgewiesen. Als firmenrechtlicher Gebrauch gelten nur Handlungen oder Unterlassungen, die den Willen erkennen lassen, sich bei dem Betriebe des Handelsgeschäfts der fremden Firma zu bedienen; das ist z. B. der Fall, wenn jemand nach Ankauf eines Geschäftes von der Ladentür die alte Firma nicht entfernt, so daß Kunden irreführt werden können.

Doch dieser Wille des Firmengebrauchs gelangt hier durch die beanstandete Art des Vertriebes der Bücher nicht zum Ausdruck. Solange der Beklagte den Kaufpreis für das Geschäft nicht voll bezahlt, also die zugehörigen Verlagsrechte nicht erworben hat, darf er die übernommenen Büchervorräte nach § 6 des Preßgesetzes überhaupt nur mit der Angabe des wirklichen, also des ursprünglichen Verlegers vertreiben. Daraus geht aber auch hervor, daß die Verlagsangabe auf den Büchern nicht dazu bestimmt sein kann, über die Firma des jeweiligen Vertreibers oder Veräußerers der Bücher Auskunft zu geben; die Firma besagt vielmehr, in wessen Verlage sich das Buch befunden hat, als es in den Handel gebracht wurde. Die Beibehaltung des Firmenaufdrucks kann auch nicht dadurch zu einem »Gebrauch der bisherigen Verlagsfirma« werden, daß die zugehörigen Verlagsrechte inzwischen auf den Beklagten übergegangen sind. Der Beklagte ist wohl berechtigt, aber jedenfalls nicht verpflichtet, auf den noch nicht abgesetzten Büchern die Benennung des Verlegers zu löschen. Aus den angestellten Erwägungen erscheint es auch ausgeschlossen, daß die Beibehaltung der bisherigen Verlagsbezeichnung auf den betreffenden Büchern Verwechslungen zwischen dem Geschäftsbetriebe des Beklagten und dem angeblich fortgeführten Geschäftsbetriebe des Klägers hervorrufen könnte.

Die Reklamemarke im Buchhandel.

(Schluß zu Nr. 49, 50 u. 51.)

Daß sich der Zeitschriftenverlag die Gelegenheit, mit der Reklamemarke Propaganda zu machen, nicht entgehen lassen würde, war schon deshalb anzunehmen, weil er sich schon vorher vielfach der Ansichtskarte bedient hatte, um etwas Abwechslung in die Reklamedrucksachen zu bringen. Infolgedessen finden wir die Reklamemarken im Zeitschriftenverlage gerade von denjenigen Firmen angewendet, die besonderen Wert auf die geschmackvolle Ausstattung dieser Reklamemittel legen. Die Marke der Firma **George Westermann** in **Braunschweig**, die zum Zwecke der Propaganda für Westermanns Monatshefte ausgegeben wird, zeigt im Vordergrund eines Gartens aus der Rokokozeit eine Dame, einen Fächer in der einen, ein aufgeschlagenes Buch in der anderen Hand haltend. Das Gewand ist natürlich auch dem Stile des Gartens entsprechend. Das mit Rosen umkränzte Reklamefeld für die Schrift trägt den Text: »Westermanns Monatshefte«. Die Reklameaufgabe ist in einfacher, aber sehr künstlerischer Weise gelöst worden. Eine Serie von vier Marken in farbigem Druck benutzt die Firma **Velhagen & Klasing** in **Bielefeld-Leipzig** zur Propaganda von Velhagen & Klasing's Monatsheften. Die Motive: Lesende Dame in einer Sänfte getragen, Lesender Gelehrter in einem Lehnstuhl, Interieur (Tisch mit Lampe, Buch und Stuhl), Interieur (Buch vor buntem Fenster) sind sehr geschmackvoll und künstlerisch ausgeführt. Der Aufdruck lautet ebenfalls nur »Velhagen & Klasing's Monatshefte«. Einfach und wirkungsvoll ist die Reklameaufgabe in der Marke für die Zeitschrift »Hochland« der **Jos. Kösel'schen Buchhandlung**, Verlag, in **Kempten** gelöst. Auf einer Gebirgswiese, die durch zwei dunkle Bände abgeschlossen wird, weiden zwei Pferde. Im Hintergrunde er-

blickt man eine Dolomitengruppe im Alpenglühen. Diese farbige Marke ist durchaus zweckentsprechend und gibt neben dem Titel der Zeitschrift auch noch Untertitel und Herausgeber, sowie die Verlagsfirma an mit einem Hinweis auf Gratisbezug von Probeheften. Das bekannte Umschlagbild der von **Julius Rodenberg** herausgegebenen und im Verlage von **Gebrüder Paetel** in **Berlin** erscheinenden Zeitschrift »Deutsche Rundschau« wird vom Verlage in Verkleinerung ebenfalls als Reklamemarke zum Zwecke des Briefverschlusses benutzt. Auch die Firma **L. Staadmann** in **Leipzig** führt die verkleinerte Umschlagzeichnung ihrer Zeitschrift »Der Turmhahn« als Reklamemarke. Sie ist zweifarbig gedruckt und enthält in dem roten Giebel den kurzen Reklamehinweis »Der Turmhahn. Staadmann's Halbmonatsschrift«. In sehr origineller Form präsentiert sich die Marke der Verlagsanstalt **Alexander Koch** in **Darmstadt**, die diese zur Propaganda für ihre Zeitschrift »Deutsche Kunst und Dekoration« herausgegeben hat. Sie ist in Schwarzweiß-Manier ausgeführt und zeigt einen mit charakteristischem Hut, Halskrause und fliegendem Mantel dahereilenden Mann (Holländer), der eine Nummer der genannten Zeitschrift im Arme trägt. Am Fuße des Bildes stehen die Worte: »Fragen Sie Ihren Buchhändler nach Hofrat Alexander Koch's Darmstädter Kunstzeitschriften!« Eine in zweifarbigem Druck ausgeführte Marke der Firma **Oskar Gulig Verlag** in **Vissa i. P.** zeigt die neue **Bosener Kaiserpfalz** mit darunter befindlicher Anzeige, Abonnementspreis und Verlagsangabe der Zeitschrift »Aus dem Bosener Lande«, Monatsblätter für Heimatkunde. Über den in Bogen gedruckten Marken steht die Aufforderung:

»Schickt uns in alle Lande, klebt uns auf Briefe, Karten, Wir wollen Leser werben, die längst auf uns schon warten.«

Der Verlag der **Deutschen Modenzeitung** in **Leipzig** gibt neben den bereits behandelten Marken seines Buchverlages auch eine solche zur Propaganda der »Deutschen Modenzeitung« aus. Ein frisches, hübsches und freundlich lachendes Mädchen hält dem Beschauer eine Nummer der Zeitschrift entgegen, die neben dem Titel noch einen entsprechenden Reklameausdruck nebst Abonnementspreis usw. enthält. Die sehr wirkungsvolle und zweckmäßige Marke ist in Zweifarbendruck hergestellt. Zur Propaganda des angesehenen und beliebten Witzblattes »**Meggendorfer-Blätter**« benutzt die Firma **J. F. Schreiber**, Verlag der **Meggendorfer-Blätter** in **München** eine Serie von 10 Blatt Reklamemarken, die in farbiger Reproduktion eine Anzahl besonders charakteristischer Illustrationen des Blattes mit Angabe der Künstler wiedergeben. Die Marken tragen die Bezeichnung: »Siegelmarke der »Meggendorfer Blätter« und bringen auf der gummierten Rückseite einen Hinweis auf den Gratisbezug von Probenummern. Die Eigenart des Blattes tritt in den Marken deutlich in die Erscheinung. Ebenso wirkungsvoll und zweckmäßig, aber weniger einfach und sinnfällig ist eine Marke des Verlags der **Lustigen Blätter** in **Berlin**. Ein mit grünen Flügeln versehener Pan mit recht verschlafenen Mienen und einem kleinen auf die Seite gerutschten Lendenschurz hat im rechten Arm einen Stoß Blätter, in der rechten Hand ein Blümchen, in der linken ein ausgebreitetes Blatt. Darüber steht: »Lustige Blätter 30 J.«. Das Motiv ist farblich auf schwarzem Grunde mit weißer Schrift versehen. Besser und sinnvoller ist eine zweite Marke des gleichen Verlags, die ein lachendes, glasköpfiges Männerantlitz, ebenfalls in farbiger Ausführung auf schwarzem Hintergrunde zeigt mit der Unterschrift: »Man lacht. Neue humoristische Monatshefte. 20 Pf.«. Dem Verlag liegt natürlich weniger daran, daß diese Marken von Kindern gesammelt werden, als vielmehr, daß sie als Reklamemittel für die darauf angezeigten Publikationen benutzt werden. Indessen hat die starke Nachfrage danach den Erfolg gehabt, daß eine Reihe weiterer Reklamemarken sich in Vorbereitung befinden und demnächst erscheinen sollen. — Eine verkleinerte Nachbildung des Umschlagbildes — ein vor dem Winde segelndes Schiff — bildet das Motiv einer von der Firma **Voll u. Pichardt** in **Berlin** zum Zwecke der Propaganda für ihre Zeitschrift »Überall« in einfarbigem Druck auf farbigem Papier herausgegebenen Marke. Sie ist lediglich zur Reklame für die Zeitschrift