

redaktionellen Textes noch mehr Inserate hätten Aufnahme finden können. Um den vorgeesehenen Raum nicht offen zu lassen, muß ein anderes Inserat hineingestellt werden; es ist belanglos, ob zum Füllen dieses Raumes ein bezahltes oder ein unbezahltes Inserat verwendet worden ist. *)

(Berliner Handelskammer.)

6. Teilrechnungen bei längere Zeit hindurch laufenden Anzeigenaufträgen.

Im Insertionsgeschäft der Zeitungen ist es allgemein üblich, daß bei längere Zeit hindurch laufenden Anzeigenaufträgen schon am Anfang eines jeden Kalender-Quartals für die bisher erschienenen Anzeigen Teilrechnung gelegt und Zahlung verlangt wird, selbst wenn die Insertion nicht schon das ganze vergangene Jahr hindurch, sondern nur eine kürzere Zeit im Gange gewesen ist. **)

(Graudenzler Handelskammer.)

7. Rabattverkürzung bei Zahlungsverzug.

a)

Im März 1912 hat die Handelskammer folgendes Gutachten erstattet: »Im Zeitungswesen ist ein allgemeiner Handelsbrauch, nach welchem ein bei Aufnahme von Inseraten bewilligter Rabatt bei zwangsweiser Beitreibung des Insertionsbetrages hinfällig wird, nicht festzustellen. Es wird aber vielfach zwischen Verlegern und Inserenten ausdrücklich vereinbart, daß der ausbedungene Rabatt bei gerichtlicher Zahlungsverweigerung oder Konkursen in Wegfall kommt.***) Dagegen sind im Juni und Juli 1914 zwei hiervon abweichende Auskünfte erteilt, und es ist ausdrücklich darauf hingewiesen worden, daß sich neuerdings ein von den früheren Befundungen abweichender Gebrauch herausgebildet habe. Gegen diese Gutachten ist Einspruch erhoben und der Standpunkt vertreten worden, daß sich mangels Übereinstimmung der Zeitungsverleger und Inserenten der von der Kammer befundene Gebrauch nicht gebildet habe. Bei Erstattung der Gutachten im Juni und Juli 1914†) wurde u. a. auch berücksichtigt, daß sich nicht nur der Verein Deutscher Zeitungsverleger, sondern auch das Landgericht Bielefeld und die Amtsgerichte Dresden-Döhlen und Hamburg mit der neuerlich vertretenen Auffassung

der Handelskammer im Einklang befinden. Anlässlich eines im Februar 1915 ergangenen gerichtlichen Ersuchens hat die Handelskammer in ihrer Vollversammlung vom 5. März sich wiederum mit der Frage des Rabatts in der Inseratenbranche befaßt und den im Jahre 1914 eingenommenen Standpunkt trotz der von den Verlegern geltend gemachten Gegengründe verlassen. Der Rabatt, den die Inserenten erhalten, hat mangels abweichender Vereinbarung die Bedeutung eines Warenkontos, nicht eines Kassenkontos. Hieraus ergibt sich, daß er bei Zahlungsverzug nicht ohne weiteres entfällt.

(Berliner Handelskammer.)

b)

Ein Handelsgebrauch dahin, daß im Verkehr zwischen Zeitungsverleger und Inserenten der Verleger bei Vereinbarung eines Rabatts von 20% berechtigt sei, volle Bezahlung der Insertionsgebühr ohne Kürzung des Rabatts zu verlangen, wenn der Inserent nicht sofort bei Vorlegung der quittierten Rechnung oder spätestens innerhalb 2 Wochen nach Übersendung der Rechnung bezahlt, daß demzufolge der Nachlaß von 20% — trotz seiner Höhe — nicht als Warenkonto, sondern als Kassenkonto aufzufassen sei, besteht nicht.

Es wird hierzu bemerkt: Ein Rabatt in Höhe von 20% wird der Natur der Sache nach nur gewährt werden bei mehrfach wiederkehrenden Insertionsaufträgen, und es ist aus diesem Grunde wohl die Mehrzahl der befragten Inserenten der Anschauung, daß es sich hierbei um Warenkonto, nicht um Kassenkonto handeln kann.

(Chemnitzer Handelskammer.)

8. Provisionsanspruch des Anzeigenwerbers.

Nach Handelsgebrauch hat ein Inseratenagent erst dann Anspruch auf die Provision für einen von ihm vermittelten Auftrag, wenn Zahlung für das Inserat erfolgt ist. Dies gilt auch dann, wenn der Verleger aus einem zwingenden Grunde dem Auftraggeber Stundung für Abnahme des Inserats gewährt hat.

(Berliner Handelskammer.)

H. W.

*) Hierzu ist folgender Beschluß des Verbandes der Fachpresse Deutschlands von Interesse, den die Vollversammlung am 13. April 1915 im Saale der Berliner Handelskammer auf Antrag des Herrn Otto Fernbach, des Verlegers der Zeitschrift »Der Holzmarkt«, mit großer Majorität gefaßt hat:

1. Es besteht bei Zeitungen und Zeitschriften im allgemeinen kein Bedürfnis zum Aufnehmen von »Füll«-Inseraten, da der Ausgleich durch den redaktionellen Text herbeigeführt werden kann. In Fällen, in denen im Inseratenbilde einer Seite eine Lücke auszufüllen ist, steht Blättern mit oder ohne redaktionellen Text die Möglichkeit offen, durch eigene Werbeinserate (betreffend Insertion, Abonnement, Bücher usw.) das technische Bedürfnis voll auf zu befriedigen.
2. Die Aufnahme von unbestellten und unbezahlten Inseraten aus andern Blättern oder die kostenfreie Wiederholung früher bestellter Inserate, oder gar die Aufnahme von fingierten Inseraten — sei es unter dem Namen einer Firma oder unter Chiffre — ist unter allen Umständen als verlagstechnisch verwerflich, den Interessen des Zeitungsverlegerstandes zuwiderlaufend und als unlauterer Wettbewerb zu charakterisieren.
3. Glaubt ein Verleger den Nachdruck ihm wichtig erscheinender Inserate aus irgendwelchen Gründen vornehmen zu müssen, so ist unbedingtes Erfordernis,
 - a) daß der Abdruck als solcher für jeden Leser klar und deutlich erkennbar ist und
 - b) daß sich der Abdruck auch in diesem Falle in angemessenen Grenzen hält.

**) Ebenso hat die Berliner Handelskammer sich dahin ausgesprochen, daß eine Vereinbarung: »Die Abrechnung wird vierteljährlich nach Erscheinen erfolgen« dahin auszulegen ist, daß am Ende eines Vierteljahres die bis dahin erschienenen Inserate zu bezahlen sind.

***) Börsenblatt 1912, S. 6865 Ziff. 3.

†) Zusammenfassend veröffentlicht Vbl. 1914, Nr. 281 S. 1725 Ziff. 3. Auf die bei dieser Gelegenheit veröffentlichten Bemerkungen des Einsenders wird nochmals verwiesen.

Was die Sache selbst anbetrifft, so ist es erfreulich, daß die Berliner Handelskammer ihren ganz haltlosen Standpunkt vom Juni

Verlags-Katalog von S. Karger in Berlin 1890—1915. Fünfundzwanzig Jahre Verlagstätigkeit der Firma S. Karger in Berlin auf dem Gebiete der Medizin und Naturwissenschaften. Abgeschlossen März 1915. 8°. (XV, 111 S.)

Vielfach herrscht über die geistige Schöpfertätigkeit des Verlegers, dessen Arbeit sich äußerlich so wenig sichtbar hinter den stillen Mauern

1914 wieder aufgegeben hat. Die dadurch entstandene Unsicherheit mußte um so größer sein, als angesehenen Handelskammern wie Hannover und Leipzig sich für ihren Standpunkt von der Unzulässigkeit der Rabattverkürzung bei Zahlungsverzug auf die früheren Gutachten der Berliner Handelskammer gestützt hatten. Die Bestrebungen, die darauf ausgehen, einen Handelsgebrauch für den Fortfall des Rabatts bei Außerachtlassung der vereinbarten Fristen zu schaffen, übersehen, daß ein derartiger Brauch nicht einseitig von einem Teile der am Inseratenverkehr beteiligten Kreise geschaffen werden kann, daß dabei doch auch die Inseratbesteller mitzusprechen haben. Gewiß wird durch geschäftliche Normativbestimmungen Klarheit geschaffen, Prozesse und damit Kosten und Ärger vermieden und manch wertvolle Geschäftsbedingung erhalten werden. Die notwendigen Voraussetzungen für Handelsgebräuche sind aber, daß diese objektiv und nicht einseitig im Interesse einer Branche des Abnehmers oder des Lieferanten aufgestellt sind. In dieser Hinsicht wird vielfach gefehlt. Der frichtige Handelsgebrauch könnte unseres Erachtens nur dadurch geschaffen werden, daß er tatsächlich in der größten Mehrzahl der vorkommenden Fälle von den beteiligten Parteien geübt und allgemein anerkannt wird. Wie die Verhältnisse im Anzeigengeschäft aber liegen, scheint es wohl kaum möglich, einer derartigen Bestimmung eine allgemeine Geltung zu verschaffen, da sich die Inserenten — zumal in der nächsten Zeit — damit auf keinen Fall einverstanden erklären werden.

Wie aus dem unter b) veröffentlichten Gutachten der Chemnitzer Handelskammer hervorgeht, das ebenfalls den behaupteten Handelsgebrauch der Zulässigkeit des Rabattabzugs bei Zahlungsverzug verneint, sind bei der Feststellung dieses Gutachtens auch die Inserenten befragt und gehört worden.