

thüringische Wege-Gesetz gelte. Nach diesem könne lt. Paragraph 5 jeder Mann auf einem öffentlichen Wege sich aufhalten, gehen, reiten, Vieh treiben, mit Fahrzeugen aller Art fahren (Gemeingebrauch). Im Paragraph 7 bestimmt, daß ein öffentlicher Weg dem Gemeingebrauch im Sinne des Paragraph 5 diene. Ein anderer Gebrauch ist nur mit Erlaubnis der Wege-Polizeibehörde zulässig. (Sondergebrauch.)

Nach thüringischem Recht umfasse der Allgemeingebrauch nur das Recht, sich auf einem öffentlichem Wege aufzuhalten, zu gehen usw. Einen Anlieger-Gemeingebrauch kenne das thüringische Recht nicht, vielmehr sei jeder Gebrauch, der über den Gemeingebrauch hinausgehe, Sondergebrauch; darunter falle auch die Anbringung eines Lichtreklamekastens. (März 1930.)

**H a m b u r g.**

Der Kläger hat vor seinem Laden ein Reklameschild angebracht, das etwa 2 Meter in den Luftraum vor dem Hause ragt. Er beantragt, dafür keine Gebühren zahlen zu müssen, bereits bezahlte zurückzuerhalten.

Der Kläger wurde abgewiesen unter folgender Begründung: »Grund und Boden vor dem Geschäft sind Privateigentum des Klägers. Dieser Grund und Boden wird vom öffentlichen Verkehr benutzt. Nach Paragraph 2 der Straßenordnung sind »öffentliche Straßen« auch Privatstraßen, wenn in ihnen ein öffentlicher Verkehr stattfindet. Da die Straßenordnung im Paragraph 59 bestimmt, daß für Schilder, die in den öffentlichen Luftraum hineinragen, die Genehmigung der Polizeibehörde einzuholen ist, so kann, entsprechend der Behandlung der im Privateigentum befindlichen Straße, als öffentlicher Luftraum auch der Luftraum als öffentlich angesehen werden, der sich über dem privaten Grund und Boden des Klägers befindet. — Es wird noch Bezug genommen auf ein Urteil des Hanseatischen Oberlandesgerichts, das die Frage in der gleichen Weise beurteilt mit der Bemerkung, daß bei der Bestimmung über den Luftraum die gleiche Veranlassung vorliege wie bei den Straßen, nämlich die, der Hinderung und Gefährdung des freien Verkehrs vorzubeugen.« (März 1929.)

**Frau und Beruf.**

Im Hinblick auf das Thema »Frau und Buch« und auf die Werbung, die sich insbesondere an die Frau wendet, auch den Weg zum Mann über die Frau wählt — unter den Käufern sind die Frauen in der Mehrheit —, seien nachstehend zwei Abschnitte aus dem jetzt abgeschlossen vorliegenden Handwörterbuch der Arbeitswissenschaft (Verlag Carl Marhold, Halle\*) wiedergegeben. Zunächst eine allgemeine Übersicht:

Die Zahl der berufstätigen Frauen hatte sich vor dem Kriege in einem Vierteljahrhundert fast verdoppelt; um wieviel mehr mußte sich diese Bewegung nach dem Kriege steigern, da sich die wirtschaftlichen Verhältnisse der Frauen noch um ein Bedeutendes verschlechtert haben. Die Zahl der Mädchen, die so wirtschaftlich stark sind, daß sie berufslos gesichert in die Zukunft schauen können, ist gering, sodas sie im Vergleich zu den übrigen kaum eine Rolle spielen. Die Inflation hat ferner in vielen Familien, die früher durch ihren Vermögensbesitz ihren Töchtern ein auskömmliches Leben bieten konnten, diese Möglichkeit zerstört. Aber selbst die wirtschaftlich gesicherten Mädchen fühlen häufig durch die moderne Schulerziehung und den Zeitgeist, die in ihnen das Verantwortungsgefühl gegenüber der Gesamtheit wecken, die innere Notwendigkeit, einen Beruf auszuüben. Besonders stark hat die Zahl der berufstätigen Ehefrauen zugenommen; denn die durch den Krieg hervorgerufene verteuerte Lebensweise zwingt viele Frauen dazu, ein Zusatzeinkommen zu dem des Mannes zu verdienen. Viele wollen auch die Bequemlichkeiten, die sie früher bei Doppelverdienst hatten, nicht aufgeben, und bleiben deshalb im Beruf, ohne daß sie die Not dazu zwingt. Schließlich verursachte auch die Zunahme der weiblichen Bevölkerung überhaupt eine Vermehrung der berufstätigen Frauen. Seit der Berufszählung im Jahre 1907 hat die Zahl der weiblichen Bevölkerung bis zur Zählung im Jahre 1925 in folgender Weise zugenommen:

Weibliche Gesamtbevölkerung	+ 13,2%,
Weibliche erwerbsfähige Bevölkerung	+ 30,1%,
Weibliche erwerbstätige Bevölkerung	+ 34,8%,
Weibliche berufslose Selbständige	+ 33,5%,
Weibliche Angehörige ohne Haupterwerb	— 0,6%.

Wie verteilen sich nun die erwerbstätigen Frauen auf die einzelnen Berufsgruppen? Wir legen der Betrachtung die 6 Gruppen zugrunde, die bei der Berufszählung von 1925 verwendet wurden. In allen diesen sind neben den Männern auch Frauen tätig; jedoch ist der Anteil an den einzelnen Gruppen, wie die folgende Tabelle zeigt, verschieden:

Von je 100 weiblichen Erwerbstätigen entfallen auf:

Länder und Landesteile	Landwirtschaft	Industrie einfacl. Handwerk	Handel und Verkehr	Verwaltung, Unterricht usw.	Gesundheitswesen usw.	Häusliche Dienste usw.
Bayern . . . . .	56.1	19.3	10.8	2.6	2.0	9.2
Sachsen . . . . .	17.1	53.9	15.6	1.9	2.2	9.3
Württemberg . . . . .	55.8	23.9	9.1	1.6	2.0	7.6
Baden . . . . .	50.4	24.9	10.5	2.0	3.0	9.2
Thüringen . . . . .	43.5	33.8	10.5	1.7	1.8	8.7
Hessen . . . . .	52.5	22.1	10.9	2.0	2.6	9.9
Hamburg . . . . .	2.7	25.8	38.3	5.1	5.6	22.5
Mecklenburg-Schwerin . . . . .	49.6	7.8	10.1	2.5	2.9	27.1
Oldenburg . . . . .	63.5	10.0	10.1	1.9	2.0	12.5
Braunschweig . . . . .	42.4	23.4	15.4	2.5	2.4	13.9
Anhalt . . . . .	43.1	21.6	14.8	2.6	2.6	15.3
Bremen . . . . .	4.1	26.9	32.6	4.9	5.5	26.0
Lippe . . . . .	52.9	19.9	11.5	1.0	2.6	12.1
Lübeck . . . . .	8.5	27.4	30.7	4.9	4.9	23.6
Mecklenburg-Strelitz . . . . .	55.8	9.4	9.8	1.7	2.3	21.0
Waldeck . . . . .	75.4	4.8	8.2	0.7	1.9	9.0
Schaumburg-Lippe . . . . .	60.7	12.3	10.8	1.3	1.7	13.2
Reich ohne Preußen . . . . .	43.6	28.6	12.9	2.2	2.4	10.3
Ostpreußen . . . . .	64.2	8.8	9.4	2.2	1.8	13.6
Berlin . . . . .	0.8	45.3	26.9	5.5	3.6	17.9
Brandenburg . . . . .	55.0	21.1	8.7	1.6	2.0	11.6
Pommern . . . . .	60.4	10.3	11.5	1.8	2.1	13.9
Schleswig-Holstein . . . . .	38.3	18.0	16.8	2.8	3.1	21.1

Abgesehen von den überwiegend industriell eingestellten Gebieten wie Sachsen und Berlin wird das Hauptkontingent der weiblichen Berufstätigen in der Landwirtschaft gestellt. Teilweise beträgt dieser Anteil über 50% der weiblichen Erwerbstätigen überhaupt; so in Bayern, Württemberg, Baden, Hessen, Oldenburg, Lippe, Mecklenburg, Schaumburg-Lippe, Ostpreußen und Brandenburg, in Waldeck sogar über 75%. Begreiflicherweise bietet in Hamburg, Bremen und Lübeck die Abteilung Handel und Verkehr den meisten Frauen Arbeit. Die Abteilungen Öffentliche Verwaltung und Gesundheitswesen nehmen überall nur wenige Frauen auf, dagegen ist der Anteil der weiblichen Kräfte für häusliche Dienste in einigen Gebieten verhältnismäßig hoch, so z. B. in Mecklenburg-Schwerin 27,1% und in Bremen 26,0% der weiblichen Erwerbstätigen. Geht man von den Verhältnissen Berlins aus, das in allen Berufszweigen weibliche Arbeitskräfte verlangt, so ergibt sich folgendes Bild: In den Fachabteilungen der Arbeitsnachweise wurde im Jahre 1924/25 am meisten weibliches Personal für die Metallindustrie vermittelt (34,7%). Es folgte das Gastwirtsgewerbe mit 14,8%. Die nun folgende Abteilung für Bekleidung und Textilgewerbe beschäftigte vorwiegend Frauen (fast das dreifache der Männer). Bei den Buchbindern waren sogar 79,1% Frauen. Es folgten in größeren Abständen kaufmännische Angestellte, Tabakarbeiterinnen, Konditorinnen, Angehörige des Transportgewerbes, Krankenpflegepersonal, Wohlfahrtspflegerinnen und Angehörige geistiger Berufe.

Die Verteilung der verschiedenen Berufe unterliegt bedeutsamen Schwankungen innerhalb eines Jahres, die zum großen Teil durch Saisonarbeit bedingt sind. Vor allem haben landwirtschaftliche Betriebe zu gewissen Zeiten einen größeren Bedarf an weiblichen Arbeitskräften, der sogar teilweise den Bedarf an männlichen Arbeitern übersteigt. Besonders ist das bei solchen Arbeiten der Fall, die weniger Kraft und Umsicht als Ausdauer erfordern (z. B. bei Unkrautjäten). Die zeitweilige erhöhte Nachfrage tritt in verstärkter Maße bei den verschiedenen Erntearbeiten auf, so beim Einbringen des Gemüses (Spargelstechen), der Kartoffeln, auch bei der Getreidernte, soweit nicht Maschinen verwendet werden. Nach Beendigung eines Arbeitsabschnittes werden die Arbeiterinnen meist wieder entlassen. Für diese landwirtschaftlichen Saisonarbeiterinnen bietet manchmal auch der Winter Arbeitsgelegenheit, so vor allem in den Gebieten mit Flachsanbau oder mit vorwiegender Geflügelzucht.

\*) Das Handwörterbuch wurde im Abl. bereits früher angezeigt. Es enthält viel wertvolles Material auch sonst für Marktanalyse und Werbung des Buchhandels.

