

Polizei in die Lage versetzt werden, rechtzeitig von dem Inhalt der Zeitschrift Kenntnis zu erhalten, um notfalls frühzeitig genug eine Beschlagnahme veranlassen zu können. Deshalb soll die Ablieferung spätestens bei Beginn der Austeilung oder Versendung erfolgen. Aus der Bestimmung, daß die Ablieferung gegen eine sofort zu erteilende Bescheinigung geschehen soll, geht hervor, daß in erster Linie an eine Übermittlung durch einen besonderen Boten gedacht ist (vgl. Ur. OLG. Hamburg vom 22. Dezember 3StrB. 44, 496). Es kann dahingestellt bleiben, ob der Zweck der Ablieferung auch unter Umständen mittels Zustellung durch die Post erreicht werden kann. Auch wenn man dies bejahen würde, so reichten doch im vorliegenden Falle die tatsächlichen Feststellungen des Amtsgerichts keinesfalls aus, um den Schluß zu rechtfertigen, es sei weder ein vorfälliges noch ein fahrlässiges Verhalten des Angeklagten festzustellen. Wenn auch der Angeklagte ohne Fahrlässigkeit annehmen konnte, die Polizeibehörde besitze ein Postfach, in das das Pflichtexemplar noch rechtzeitig hineingelegt werde, so hatte er damit seiner Ablieferungspflicht noch nicht genügt. Vielmehr hätte er sich auch darüber vergewissern müssen, ob die Polizeibehörde das vermeintliche Postfach auch noch rechtzeitig zu leeren pflegte. Daß nicht nur das Hineinlegen in das Fach, sondern auch die Kenntnismahme seitens der Polizeibehörde 'rechtzeitig', also spätestens bei Beginn der Austeilung, hätte erfolgen müssen, ergibt sich schon daraus, daß der Empfänger nur dann eine Bescheinigung über den Empfang (wie sie der § 9 vorschreibt) erteilen kann, wenn er Kenntnis von der Ablieferung hat. . . . Der Angeklagte hätte seiner Verpflichtung aus § 9 Preßgesetz erst dann genügt, wenn er die Gewißheit hatte, daß die zuständige Polizeibehörde zur Zeit des Beginnes der Austeilung seiner Zeitschrift in der Lage war, von deren Inhalt Kenntnis zu nehmen.*

Buch-Ansichtsendung als kostenloser Unterricht bezeichnet.

Einem unlauteren Werben, das den Buchhandel betrifft und von denen, die ihre Ankündigungen wahrheitsgemäßer gestalten, mit Recht beanstandet wurde, hat das Reichsgericht mit Urteil vom 18. September 1931 ein Ende bereitet.

Es wurden in den letzten Jahren in einer größeren Anzahl von Zeitungen Ankündigungen veröffentlicht, die Sprachfernkurse »völlig kostenlos« mit »energetischen Hilfsmitteln« anboten, durch die auch Personen »von mittelmäßiger Intelligenz« mühelos und sicher ans Ziel gelangen. In Wahrheit handelte es sich um zweiwöchige Leihweise Überlassung von Sprachlernbüchern zum Selbstunterricht. Das Reichsgericht sagt daher in seinen Entscheidungsgründen u. a.:

»Gegen ein solches im Sortimentsbuchhandel bei wissenschaftlichen Werken weit verbreitetes Verfahren, das selbstverständlich nur den Zweck hat, den Absatz von Büchern zu steigern dadurch, daß dem Interessenten durch kostenlose Überlassung solcher ihm sonst vielleicht nicht zugänglicher Werke auf eine gewisse Dauer die Möglichkeit gegeben wird, sich ein Urteil darüber zu verschaffen, ob er sich zu ihrem Ankauf entschließen will, ist vom Standpunkt des lauteren Wettbewerbs nichts einzuwenden. Das würde auch für das Verhalten der Beklagten gelten, wenn sie von vornherein in ihren Zeitungsanzeigen die kostenlose Überlassung ihrer Werke zum Selbstunterricht in einer fremden Sprache auf die Dauer von zwei Wochen ohne Kaufzwang an jeden, der sich an sie wenden würde, ankündigen würden. Aber die Beklagten haben diesen einfachen geraden Weg zur Erreichung ihres Zweckes, den Umsatz der von ihnen vertretenen Sprachlehrbücher zu steigern, nicht gewählt. Sie haben einen »kostenlosen Sprachunterricht«, »kostenlose Sprachfernkurse« in ihren Zeitungsanzeigen angeboten, und sie sagen in einigen ferner: »Wir stellen Ihnen die nötigen Unterrichtsmittel kostenlos zur Verfügung« oder: »Zwecks Einführung ihres psycho-energetischen Unterrichtsverfahrens, das auf sinnvolle Weise durch Sprachstromkontakt . . . die fremde Sprache im Gehirn des Schülers entstehen läßt, erhalten Herren und Damen auf einen genügend langen Zeitraum Versuchs- und Probekurse ohne Berechnung« oder »Fernkurse in Sprachen kostenlos, nach unserem psycho-energetischen Verfahren, das das Auswendiglernen von Vokabeln und grammatischen Regeln erübrigt (usw.)«. Diese Sätze werden, da sie keinerlei einschränkende Zusatz enthalten, nach der Feststellung des Berufungsgerichts zum mindesten von einem großen Teil der Leser dahin verstanden, daß es sich nicht um einzelne Lektionen — richtiger: nicht um die Überlassung von Lehrbüchern zum Selbstunterricht auf die kurze Dauer von zwei Wochen —, sondern um einen in sich abgeschlossenen Sprachkursus handelt, der dem Teilnehmer »praktisch auswertbare Sprachkenntnisse in erheblichem Umfange« zu verschaffen geeignet ist.«

Hierin erblickt das Reichsgericht — mit vollem Recht — eine unrichtige Anpreisung, also einen Verstoß gegen § 3 UnWettbG. Und in sehr interessanter Weise erinnert das Reichsgericht dabei an die — sachlich ganz ähnlich liegenden seinerzeitigen Prozesse wegen der »Gratis«-Anzeigen von Büchern, wo es sich auch wie hier darum handelte, daß erst einmal durch eine irreführende Anlockung der Kunde geworben und dann erst durch eine zweite, nähere Mitteilung ihm der wahre Sachverhalt mitgeteilt wurde. Das Reichsgericht betont, daß durch solchen zweiten Akt der Aufklärung der erste Akt der Irreführung nicht ungeschehen gemacht werde, und fährt fort: »Danach können, wie bereits in dem Urteil betreffend das Gratisangebot von Schillers Werken durch die bekannten großen Zeitungsankündigungen des Gutenberg-Verlags vom 10. Januar 1930, II 2/29 in JW. 1930, S. 1687 ff., ausgeführt ist, für den auf die Anlockung von Kunden gerichteten ersten Teil des einheitlichen Reklamesystems keine anderen Grundsätze als für die Reklame überhaupt gelten. Er muß also — vom Standpunkt des Lesers beurteilt — wahr sein. Daß er das nicht ist, hat das Berufungsgericht einwandfrei festgestellt. Die nachträglich, nämlich im zweiten Abschnitt dieses Werbesystems der Beklagten, erfolgende Richtigstellung hat in dieser Beziehung keine Bedeutung. Ist der Kunde durch die unwahre Angabe angelockt, so ist alles, was weiter geschieht, ohne Belang, wie der erkennende Senat wiederholt entschieden hat (RGZ., Bd. 92, S. 382; Bd. 96, S. 244; ferner in MuW. XXI, S. 145, in JW. 1922, S. 33; 1927, S. 115 und das oben zitierte Urteil in JW. 1930, S. 1687.«

(Die weiteren Ausführungen des sehr umfangreichen Urteils sind minder grundsätzlich und können hier übergangen werden.)

Warnende Mitteilungen gegen Inserataufnahmen von Konkurrenten.

Ein rechtskräftiges Urteil des Landgerichts I Berlin (20. Jan. 1931) hat eine Firma verurteilt, die an Zeitungen Warnungen gerichtet hatte, sie möge Inserate des X nicht aufnehmen, und unkontrollierbare herabsetzende Äußerungen über diesen X gemacht hatte. Das Urteil nennt ein solches Verfahren unlauter, auch wenn es sachlich begründet wäre. »Die Anwendung derartiger Kampfmittel ist auch in einem gerechten Kampf nicht mit den guten Sitten in Einklang zu bringen.«

Leuchttransparente im Buchhandel.*

Vor Jahren erzählte mir ein dänischer Kollege von einem Leuchttransparent, das fast alle großen Buchhandlungen in Kopenhagen für ihre Buchwerbung benutzen. Auf seine Anregung hin habe ich einige Zeit später, im Herbst 1930, ein solches Transparent herstellen lassen; seitdem arbeiten wir in der Buchhandlung Hans Paul Scharrer, Hamburg, sehr gern mit dieser Einrichtung und sind mit dem Erfolg durchaus zufrieden.

Das Transparent, das ich herstellen ließ, besteht aus drei Kästen, wie es die Abbildung (S. 96) zeigt. Das Gerüst ist Eisenkonstruktion. Im Innern der Kästen sind Birnen angebracht, im ganzen sind es 14 Brennstellen, und zwar 7 Birnen im Längskasten (Hauptkasten Hans Paul Scharrer), 3 Brennstellen im kleinen Kasten (Bücher) und vier im Hauptkasten. Die eiserne Konstruktion des Transparentes ist blau angestrichen und überlackiert. Die Schrift in den Kästen ist in schwarzer und roter Farbe auf das Glas aufgemalt und danach weiß hinterstrichen. Auf diese Weise wurde erreicht, daß das Licht gleichmäßig durchscheint; Milchglas ist nicht so gut lichtdurchlässig und ist außerdem teurer. So macht das Ganze einen sehr freundlichen Eindruck und findet am Tage wie des Nachts gute Beachtung.

Bei dem Hauptkasten bestehen die Reklameflächen zu beiden Seiten aus einer klaren Glasscheibe, an deren Rand ein zwei Zentimeter breiter Streifen in roter Farbe aufgemalt ist, der eine gute Umrahmung für die Plakate abgibt. Diese Plakate werden auf einem Holzrahmen mit Festzwecken befestigt; dann werden sie auf Schienen in den Hauptkasten eingeführt und durch eine einfache Hebeleinrichtung in ihrer Lage festgehalten. Verschlössen wird der

*) Siehe auch Bbl. 1931, Nr. 288, S. 1068 und die Beschreibung des von Herrn August Lohde-Gelsenkirchen konstruierten Kastens im Börsenblatt Nr. 83 vom 8. April 1930.