

Redaktioneller Teil

Bekanntmachung

Herr Dr. Friedrich Oldenbourg hat sein Amt als Erster Vorsteher des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler niedergelegt. Es ist mir ein Bedürfnis, ihm auch an dieser Stelle den Dank der Reichsschrifttumskammer auszusprechen.

Berlin, den 30. Mai 1934.

Der Präsident der Reichsschrifttumskammer

Dr. Hans Friedrich Blund

Mitteilungen der Geschäftsstelle.

Betr.: Muttertag und Hilfswerk »Mutter und Kind«.

Die Geschäftsstelle des Börsenvereins erbittet bis zum 9. Juni von Arbeitsgemeinschaften oder einzelnen Buchhandlungen ausführliche Berichte über ihre Zusammenarbeit mit den zur Durchführung des Muttertages und des Hilfswerkes »Mutter und Kind« beauftragten Stellen. Es kommt uns auf die Darstellung eigener Arbeiten und auf Berichte über ihren Erfolg an, damit wir für die Zukunft daraus lernen können.

An welchen Orten ist eine ständige Arbeitsgemeinschaft zwischen N.S. Volkswohlfahrt, Buchhandel und den anderen beteiligten Stellen eingeleitet worden? Wir brauchen diese Teilberichte zur Abfassung des Gesamtberichts an die Reichsleitung der N.S. Volkswohlfahrt.

Betr.: Woche des deutschen Buches.

Da der Geschäftsführer und die Pressestelle des Arbeitsausschusses für die »Woche des deutschen Buches« schon hinreichend mit anderen organisatorischen Aufgaben beschäftigt sind, werden im Gegensatz zu unserer Ankündigung vom 19. Mai alle Anregungen, Wünsche und Vorschläge unserer Mitglieder unmittelbar an die Geschäftsstelle des Börsenvereins nach Leipzig erbeten. Von hier aus werden sie nach Bearbeitung an den Arbeitsausschuß weitergeleitet.

Betr.: Reichsschwimmwoche.

Der Deutsche Schwimm-Verband veranstaltet in der Zeit vom 17. bis 24. Juni d. J. in Verbindung mit der Deutschen Lebensrettungs-Gesellschaft, der Deutschen Turnerstaffel und mit Unterstützung der amtlichen Stellen eine »Reichsschwimmwoche« mit dem Ziele, für den Schwimmsport zu werben und auch auf diese Weise zu planmäßiger Körperertüchtigung anzuhalten.

Dem Sortiment stellt sich die Aufgabe, in diesen Tagen das fachliche und schöne Schrifttum über Schwimmen, Wasserretten, Wasserspiele und Wasserspringen in die Schaufenster zu legen und es bevorzugt anzubieten. Ferner empfiehlt sich die rechtzeitige Aufnahme der Verbindung mit den örtlichen Organisationsleitungen der Reichsschwimmwoche zur Aufstellung von Verkaufsständen während der Werbeveranstaltungen und Werbung unter den Sportausübenden.

Die Geschäftsstelle des Börsenvereins wird die Reichsorganisationsleitung der »Reichsschwimmwoche« noch bitten, die ihr nachgeordneten Stellen anzuweisen, die Verbindung zu den Buchhändlern aufzunehmen. Es kommt nicht nur darauf an, daß der Buchhandel für die Sportveranstaltungen durch seine Schaufenster

wirbt, sondern daß nach dem Vorbild einiger kleinerer Gruppen auch das Buch endlich seinen Platz als Preis für sportliche Wettbewerbe findet. Wir verweisen hierzu auf die Ausstellung »Bücher als Sportpreise — Der Ehrenpreis« in Berlin am 20. März 1933 (s. Börsenblatt Nr. 72, 74 u. 84 von 1933) und die darüber veröffentlichte Broschüre, von der wir gern auf Wunsch kostenlos ein Exemplar zur Verfügung stellen. Z

Leipzig, den 29. Mai 1934.

Dr. Geß.

Gegen die Unfitte »vergleichender« Reklame.

Es ist eine Forderung der Sauberkeit im Anzeigenwesen, immer mehr auf einen reinen Leistungswettbewerb hinzuarbeiten und jeglichen Behinderungswettbewerb zu unterlassen.

Bei dem Vergleich der eigenen anzupreisenden Ware oder Leistung mit derjenigen von Konkurrenten liegt solcher Behinderungswettbewerb, der die eigene Ware und Leistung gegenüber der fremden herausstreichen, die andere also schädigen will, sehr nahe. Solcher Behinderungswettbewerb hat im weiten Maße als unlauter und mithin als unerlaubt zu gelten. Es gibt freilich Grenzfälle und Ausnahmen. Diese gilt es klar zu erkennen ohne Preisgabe der Grundsätze eines anständigen Wettbewerbs.

Wir müssen dabei zunächst die »persönliche« Reklame von der sachlichen unterscheiden.

I. Persönliche Reklame.

Das Reichsgericht (vgl. Entsch. v. 30. Juni 1931, Gew.Rsch. u. Urh.R. 1931, 986) versteht unter persönlicher Reklame »den Fall, wo der Wettbewerber die Vorzüge der eigenen Ware oder gewerblichen Leistung anpreist durch planmäßige Herabsetzung der Ware des Mitbewerbers, wodurch sich dessen geringere Leistungsfähigkeit ergebe«. Das ist wohl zu eng definiert. Neben der eigentlichen Herabsetzung des Mitbewerbers gibt es auch andere Benutzung der »Person«, des Namens des Konkurrenten, um Vorspann für die eigene Propaganda zu sein, wie das Reichsgericht es selbst in einer neueren Entscheidung ausgesprochen hat (s. unten zu I. 2).

1. Herabsetzung des Mitbewerbers ist in der Regel unerlaubt. Das liegt insbesondere vor, wenn ein bestimmter Wettbewerber durch die Äußerungen getroffen wird. Dies hat das RG. in einer Entscheidung vom 11. März 1923 (Gew.Rsch. u. Urh.R. 1927, 486) betont: »Es muß angenommen werden, daß das Verhalten des Beklagten mit den Anschauungen eines redlichen und anständigen Geschäftsverkehrs nicht in Einklang steht, weil es zu Mißverständnissen im Publikum Veranlassung gibt und weil eine sogenannte persönliche Reklame, der Hinweis auf die besonderen Vorzüge der eigenen Leistungen gegenüber denjenigen