

Höhe bleiben, sonst verlieren sie ihren guten Ruf schneller als sie ihn erringen konnten.

Allerdings bewirkt die umfangreiche Reklame auch eine Erweiterung des Absatzgebietes und eine Erhöhung des Verbrauches, aus welchem Grunde selbst mehrere Konkurrenzen nebeneinander bestehen können. Die bekannten Kakao-, Seifen-, Speisefettmarken bilden hierfür den besten Beweis.

Also, weil die Reklame ihre Sache dem Urteil der breiten Öffentlichkeit unterstellt, drängt sie zur Ehrlichkeit, zur Tüchtigkeit und zum Fortschritt. Die Erfahrung lehrt, daß für minderwertige Waren die Reklame sich wenigstens auf die Dauer nicht lohnt. Die ethische Innerlichkeit der Reklame ist demnach auch hier wieder zu erkennen und es muß mit Recht gefolgert werden, daß ohne Reklame leicht im alten Fahrwasser geblieben wird und dabei nicht nur Stillstand, sondern sogar Rückschritt eintreten kann.

d. Wert, Preis und Reklame.

Die erzwingbare Norm zur Herstellung und Aufrechterhaltung der gesellschaftlichen Ordnung ist das Recht. Eigentum ist rechtmäßig erworbener Besitz, unrechtmäßig erworbener Besitz ist darum kein Eigentum und rechtlich auch nicht Besitz.

Ersterer, also der rechtmäßige Besitz, kann auf verschiedene Art erworben sein: erstens durch Schenkung, Fund oder Erbschaft; zweitens durch eigene produktive Arbeit; drittens durch Kauf oder Tausch.