

## Warenzeichen

Gesetz vom 12. Mai 1894

Unter dieser Ueberschrift werden die uns eingesandten neuen Warenzeichen des Papier- und Schreibwarenfaches, falls nicht zu umfangreich, kostenfrei veröffentlicht

**DERO.** Klasse 32. Eingetragen für *Dresing & Runge*, Osnabrück, zufolge Anmeldung vom 6. Mai 1914 am 11. Juli 1914. Geschäftsbetrieb: Geschäftsbücherfabrik und Buchdruckerei. Waren: Geschäftsbücher in fest gebundener und loser Blattform, bedruckte und unbedruckte Papiere, Papierwaren.

**Comenius.** Klasse 32. Eingetragen für *J. W. Guttknecht*, Stein b. Nürnberg, zufolge Anmeldung vom 8. April 1914 am 8. Juli 1914. Geschäftsbetrieb: Bleistiftfabrik. Waren: Blei-, Farb-, Patent-, Pastell-, Tinten-, Kopier-, Schiefer- und Künstlerstifte und deren Einlagen, Maßstäbe, Winkel, Malerfarben, Leim, Tinte, Bleistiftspitzer, Kontorgeräte (ausgenommen Möbel), Lehrmittel.



## STERN-PAPIER

Klasse 27. Eingetragen für *Mohr & Dutzauer*, Leipzig, zufolge Anmeldung vom 8. Mai 1914 am 13. August 1914. Geschäftsbetrieb: Papiergroßhandlung. Waren: Papier und Karton.

**Auf blauen Wellen — Aus der Ferne — Edelgard.** Klasse 27. Eingetragen für *Otto Ficker*, Kirchheim-Teck, zufolge Anmeldung vom 4. Mai 1914 am 9. Juli 1914. Geschäftsbetrieb: Briefhüllenfabrik, Fabrik von Papierausstattungen, Blankokarten, Trauerpapierwaren, verbunden mit Buch- und Steindruckerei, Prägerei, Papiergroßhandlung und Ausfuhrgeschäft in den angegebenen Waren. Waren: Papier, Pappe, Karton, Papier- und Pappwaren, Roh- und Halbstoffe zur Papiererzeugung, Phantasiepapiere, Blankokarten, Trauerpapiere, Briefhüllen, Papierausstattungen, photographische und Druckereierzeugnisse, Spielkarten, Druckstöcke, Schreib-, Zeichen- und Malwaren.

**Strategie — Rigi — Circe.** Klasse 27. Eingetragen für *Eugen Lemppenau*, Stuttgart, zufolge Anmeldung vom 12. Mai 1914 am 10. Juli 1914. Geschäftsbetrieb: Briefumschlag- und Papierausstattungsfabrik. Waren: Briefumschläge, Papier, Briefkassetten, Kartenbriefe, Trauerpapierwaren.

**Doge — Torquato — Tasso — Trajan — Phaeton.** Klasse 27. Eingetragen für *Eugen Lemppenau*, Stuttgart, zufolge Anmeldung vom 14. Mai 1914 am 10. Juli 1914. Geschäftsbetrieb: Briefumschlag- und Papierausstattungsfabrik. Waren: Briefumschläge, Papier, Briefkassetten, Kartenbriefe, Trauerpapierwaren.

**Kundry.** Klasse 27. Eingetragen für *Eugen Lemppenau*, Stuttgart, zufolge Anmeldung vom 19. Mai 1914 am 10. Juli 1914. Geschäftsbetrieb: Briefumschlag- und Papierausstattungsfabrik. Waren: Briefumschläge, Papier, Briefkassetten, Kartenbriefe, Trauerpapierwaren.

**Pippin.** Klasse 27. Eingetragen für *M. Mayer*, Coblenz-L., zufolge Anmeldung vom 27. März 1914 am 10. Juli 1914. Geschäftsbetrieb: Herstellung von Papierwaren sowie Ausfuhrgeschäft. Waren: Papier, Pappe, Karton, Papier- und Pappwaren, Roh- und Halbstoffe zur Papiererzeugung, Tapeten.

**Nolepag.** Klasse 27. Eingetragen für *Norddeutsche Lederpappenfabriken A.-G.*, Gr.-Särchen (Kr. Sorau N.-L.), zufolge Anmeldung vom 13. Mai 1914 am 10. Juli 1914. Geschäftsbetrieb: Herstellung und Vertrieb von Pappen. Waren: Papier, Pappe, Karton, Papier- und Pappwaren, Roh- und Halbstoffe zur Papiererzeugung.

**Orotyp.** Klasse 11. Eingetragen für *Metallpapier-, Bronzefarben-, Blattmetallwerke A.-G.*, München, zufolge Anmeldung vom 16. März 1914 am 18. Juli 1914. Geschäftsbetrieb: Metallpapier-, Bronzefarben-, Blattmetallwerke. Waren: Metallpapiere, Bronzefarben, Blattmetalle, Prägefolien, Firnisse, Lacke, Farben.

## Leipziger Maschinen für das Papier- und Druckgewerbe

Nach dem Jahresbericht 1913 der Leipziger Handelskammer waren die Fabriken, die Maschinen für die Papierindustrie und das Buchgewerbe bauen, in der ersten Hälfte des Berichtsjahres noch immer durch die unsichere politische Lage beunruhigt, die das Geschäft nach den Balkanstaaten vollständig und das nach Oesterreich-Ungarn zum Teile still legte. Dieser Rückgang verallgemeinerte sich unter dem Einflusse der schwierigen wirtschaftlichen Verhältnisse im weiteren Verlaufe des Jahres mehr oder weniger; er machte sich sowohl im Inlands- wie im Auslandsgeschäfte bemerkbar. Bei den Fabriken häuften sich daher teilweise erhebliche Lagervorräte an; teilweise mußte sogar der Betrieb eingeschränkt werden. Unter diesen Umständen versuchten manche Fabriken, um jeden Preis Aufträge zu erlangen; dadurch wurden die Preise erheblich gedrückt, während andererseits die Rohstoff-Syndikate ihre scharfen Bedingungen und ihre hohen Preise aufrecht erhielten. Die Arbeiterverhältnisse waren regelmäßig; entsprechend der allgemeinen Lebensmittel-Teuerung wurden z. T. die Löhne erhöht. Ueber die ungünstigen Zollverhältnisse wird nach wie vor geklagt. Wenn auch die Aussichten zunächst noch nicht günstig beurteilt werden, so verspricht man sich doch wenigstens von der Internationalen Ausstellung für Buchgewerbe und Graphik eine Belebung des Geschäftes.

Auch in der Fabrikation von Druckmaschinen und Hilfsmaschinen für das graphische Gewerbe blieb der Umsatz im In- und Auslande infolge der unsicheren politischen Lage und der Geldknappheit hinter den früheren Jahren zurück; ebenso fehlte die sonst wahrnehmbare Gleichmäßigkeit im Eingange der Aufträge. Besonders mangelte in den chemigraphischen und galvanoplastischen Anstalten sowie Stereotypie-Werkstätten die Kauflust für neue Maschinen, aber auch der Bedarf an Tiegeldruckpressen erreichte kaum die sonstige Höhe. Dafür wurden an die Perforiermaschinen-Fabrikation außerordentliche Anforderungen gestellt, was zum Teil auf die plötzlich so stark angewachsene Reklamemarken-Industrie zurückzuführen ist.

## Berliner Handelsbräuche

Gerichtliche Gutachten der Handelskammer

**Allgemeines.** Ein kaufmännischer Brauch, nach dem Kaufleute Zahlungen, die sie an einem bestimmten Tage zu leisten haben, an jenem Tage bis 10 Uhr vormittags leisten müssen, besteht nicht. 15684/14

**Agenten.** Nach Handelsbrauch bezieht sich die Abrede, daß ein Handlungsagent Provision auch für Nachbestellungen, d. h. für die nicht von ihm selbst vermittelten, aber von den durch ihn dem Geschäftsherrn zugeführten Kunden erteilten Aufträgen, erhalten solle, nur auf Nachbestellungen, welche während des Agenturverhältnisses erteilt werden, sofern nicht aus der getroffenen Abrede die gegenteilige Absicht der Kontrahenten sich ergibt, wie es z. B. bei der Abrede, daß die Provision von allen Aufträgen, welche der von ihm zugeführte Kunde erteilen würde, dem Agenten zu zahlen sei, wohl der Fall sein würde. 14093/14.

Im allgemeinen werden von einem Agenten nach Ablauf des Agenturvertrages die ihm von der Firma übergebenen Kommissionsbücher nicht zurückverlangt. Ein Handelsbrauch aber, nach welchem durch Aushändigung der Kommissionsbücher an den Agenten der Eigentumsanspruch des Geschäftsherrn auf die — noch vorhandenen — Kommissionsbücher verloren geht, läßt sich nicht feststellen. (Vgl. Dove-Meyerstein, Gutachten über Handelsbräuche, erstattet von der Handelskammer zu Berlin, Bd. II, Nr. 166.) 15387/14.

**Ansichtspostkarten.** Im Ansichtspostkarten-Geschäft ist es handelsüblich, Entwürfe, die auf Ersuchen eines Bestellers behufs Erteilung eines Auftrages angefertigt wurden, zu berechnen, falls der Auftrag nicht erteilt wird; es sei denn, daß der Besteller ausdrücklich erklärt hat, daß er die Entwürfe ohne Berechnung erwarte. 16705/14.

**Anzeigen.** Im Verkehr zwischen Zeitungsverlegern und Anzeigenagenten hat sich ein einheitlicher Handelsbrauch, nach welchem dem Agenten nur dann Provision zu gewähren ist, wenn er den Auftrag dem Verleger direkt überbringt, nicht herausgebildet. Wenn nicht, wie das häufig der Fall ist, feste Abmachungen mit dem Agenten bestehen, wird die Frage des Provisionsanspruches von Fall zu Fall entschieden werden müssen. Bemühen sich mehrere Agenten um einen Auftrag, so wird, nach Billigkeit, demjenigen die Provision zugesprochen werden, der den Nachweis erbringen kann, daß die Erteilung des Anzeigenauftrages besonders auf seine Bemühungen zurückzuführen ist, gleichviel, ob er selbst oder ein anderer den Auftrag überbringt. 16494/14.

**Maschinen, Armaturen.** Im gesamten Maschinengeschäft — hierzu gehören Armaturenfabriken — besteht kein Handelsbrauch, nach welchem Fabrikanten ihren Abnehmern ohne weiteres ein Ziel von einem oder drei Monaten gewähren (vgl. Dove-Meyerstein, Gutachten über Handelsbräuche, erstattet von der Handelskammer zu Berlin, Band 1, S. 71, Nr. 285). „Per Kasse ohne Skonto“ bezeichnet Zahlung bei Lieferung ohne Abzug. 16238/14.