

## Bedeutung der Liebesgabensendungen für den Handel

Wir empfehlen unseren Lesern, folgendem Aufsatz Aufnahme in ihren Ortszeitungen zu verschaffen. Das Abdrucksrecht ist freigegeben.

### Sendet Liebesgaben!

Die Zahl der Liebesgabensendungen an unsere im Felde stehenden Krieger hat seit Wochen beträchtlich nachgelassen. Das ist außerordentlich beklagenswert. Denn wir in der Heimat Gebliebenen und unserem Berufe Erhaltenen haben doch nicht nur die vaterländische Pflicht zu sparen, sondern zu sparen, um desto reichlicher geben zu können! Nicht nur für unsere tapferen im Felde stehenden Krieger sollen sich unsere Geldbeutel immer wieder öffnen, sondern auch für unsere Verwundeten und für die Familien, denen der Ernährer ganz oder vorübergehend genommen ist.

Für die Aufforderung, mit den Liebesgabenspenden nicht einzuhalten, kommt aber noch ein wirtschaftlicher Gesichtspunkt in Betracht. Er soll nicht maßgebend sein für die Liebesgabenfreudigkeit, aber es ist doch nicht ohne Bedeutung, daß durch die Beteiligung an den Liebesgabenspenden das Wirtschaftsleben Deutschlands nicht geschwächt, sondern im Gegenteil gestärkt wird. Es gibt ja manche Art öffentlichen Wohltuns, namentlich durch unbezahlte Dienstleistungen, durch Sparen am falschen Ort usw., die mehr Schaden als Nutzen bringt. Für die Versendung von Liebesgaben gelten Bedenken dieser Art nicht. Wenn im Gegenteil mit der Erfüllung dieser Pflicht gegenüber unseren tapferen Kriegern eingehalten würde, so wäre das nicht allein im Interesse der letzteren zu bedauern, sondern auch der ganze Kaufmannsstand würde dadurch geschädigt, dem ohnehin in vielen Geschäftszweigen durch die von den Fabriken errichteten Zentralstellen für die Kriegslieferungen das Geschäft entgeht, durch die oft alle Stufen des Handels, die Groß- und Kleinhändler, die Handelsagenten usw., ausgeschaltet werden. Dies bedeutet aber, daß von den Millionengeschäften, welche die Fabrikanten für Heereszwecke machen, der Kleinhändlerstand nicht nur keinerlei Vorteil, sondern Schaden hat, denn es fehler dem Händler nicht nur die Millionen Männer als Verbraucher, die im Felde stehen, sondern durch die Lieferungen an das Heer kommt die Versorgung des Privatpublikums so ins Hintertreffen, daß der für die kleinere Geschäftswelt zur Versorgung übriggebliebene Teil der häuslichen Bedürfnisse nicht mehr in der erforderlichen Weise befriedigt werden kann.

Die Folge hiervon ist, daß der Bestand dieser Klassen des Mittelstandes immer mehr gefährdet wird, daß Handwerker weniger beschäftigt, daß Zahlungen hinausgeschoben werden. Deshalb ist es äußerst erwünscht und wirtschaftlich geboten, wenn weiten

Kreisen des Kaufmannsstandes wenigstens durch den Vertrieb der Liebesgaben eine Verdienstmöglichkeit erhalten und so auch bis in diese Kreise hinein der Geldumlauf gesichert bleibt.

## Verletzung eines fremden Warenzeichens

Das in Nr. 62 angeführte Urteil des Oberlandesgerichts Hamburg steht ja, soweit man nach dem Auszuge beurteilen kann, im Einklang mit dem § 434 des BGB, dennoch wird es kaum mit dem Rechtsempfinden weiter Kreise vollständig übereinstimmen. Der Lieferer des Plakates hat im vorliegenden Falle für allen Schaden aufkommen müssen, welcher dadurch entstanden ist, daß er seinem Besteller ein Plakat geliefert hat, welches gegen das eingetragene Warenzeichen einer anderen Zigarettenfabrik verstieß. Es gibt nämlich so viele eingetragene Warenzeichen für Zigaretten, daß keine Druckerei sie sämtlich kennen kann, namentlich weil der Drucker mit einer großen Zahl verschiedener Geschäftszweige arbeitet.

Anders liegt der Fall bei dem Besteller, der wohl Zigarettenfabrikant ist, von dem man also eher erwarten kann, daß er die eingetragenen Warenzeichen seines Geschäftszweiges kennt. Es wird also durch dieses Urteil dem Lieferer eine Verpflichtung auferlegt, welcher er viel weniger nachkommen kann als der Besteller. Man kann, solange die Einzelheiten des Prozesses und des Urteils nicht bekannt sind, nicht sagen, ob besondere Vorgänge zu diesem Urteil geführt haben, sollte aber allgemein der Hersteller von Plakaten (und sinngemäß auch der von Etiketten und Packungen) seinem Besteller gegenüber die volle Verantwortung gegenüber dem Eingriff in fremde Schutzrechte tragen, so müßte jeder Hersteller derartiger Drucksachen einen besonderen Angestellten haben, der die außerordentlich schwierige und zeitraubende Prüfung vornimmt, ob fremde Warenzeichen verletzt werden. B.

**Preiserhöhung für Briefumschläge in der Schweiz.** Die Schweizerischen Briefumschlagfabriken haben ihre Preise um 20 v. H. erhöht. K. (Luzerner Tgbl.)

## Büchertisch

**Bongs Kriegs-Kalender** mit Illustrationen. Verlag des Deutschen Verlagshauses Bong & Co. in Berlin W 57. Heft 12. Preis 20 Pf.

Das zwölfte Heft berichtet über die Kriegs-Erlebnisse vom 1. bis 30. Juni 1915 in Form von Kriegsdepeschen und amtlichen Veröffentlichungen. Die dem Text vorgehefteten Bilder sind auf Kunstdruckpapier gedruckt und stellen gute Verkleinerungen größerer Kriegsbilder dar.

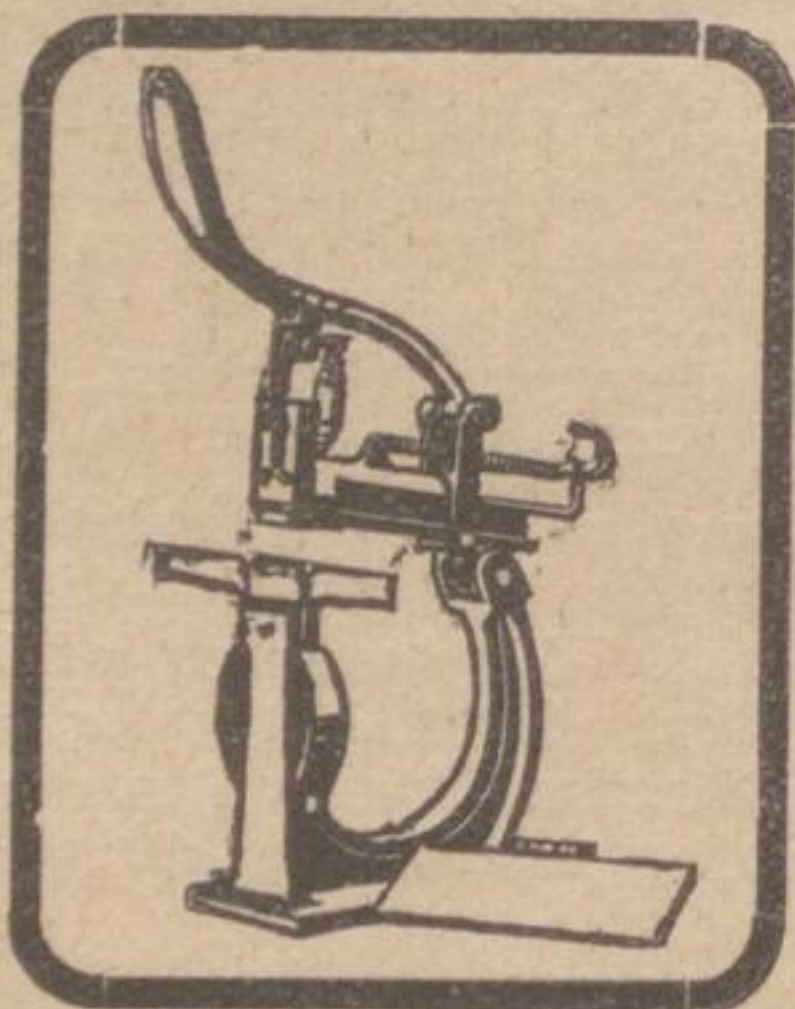
# KALTLEIM

# Salicum

liefert pünktlich zu den  
niedrigsten Tagespreisen

**FERD. EMIL JAGENBERG**

**Kaltleim-Fabrik in Düsseldorf**  
Lager in: Hamburg • Berlin  
Leipzig • Stuttgart • Mannheim



4201]

## Heft-Apparate



aller Art in grösster Auswahl. Verlangen Sie Katalog **B Neuausgabe**  
von der Spezialmaschinenfabrik **C. L. LASCH & Co., Leipzig-R. 1.**