

hemmen, als zu fördern suchen, die aber gerade dadurch die Entstehung neuer Konkurrenzunternehmen, die ihrerseits den technischen Fortschritt sich zum Bundesgenossen machen, immer wieder mit veranlassen und so dazu beitragen, den modern kapitalistischen Charakter dieser Industrie zu erhalten. —

Dennoch, oder gerade wegen dieser Verhältnisse ist auch in der Fahrradindustrie die Neigung zur Ring- und Monopolherrschaft vorhanden, und zwar seitens der grösseren Werke, die sich im Verein deutscher Fahrradfabrikanten zusammengeschlossen haben. Sie wollen, eben von ihrem oben begründeten konservativen Standpunkte aus, die neueren nicht aufkommen lassen. Der Kampf nun spielt sich grossenteils auf dem Gebiete des Reklamewesens ab. Der Fabrikantenverein kämpft, indem er in sehr richtiger Erkenntnis von ihrer grossen Bedeutung die Reklame zu monopolisieren sucht. Zwar die Zeitungsreklame kann er selbstverständlich nicht monopolisieren, denn die Zeitungen stehen schliesslich jedem Inserenten offen, aber die Grossfirmen haben durch das jahrelange Inserieren ihrer Marken, und indem sie das jetzt eifriger denn je fortsetzen, auch hierin einen bedeutenden Vorsprung. Dazu kommt das Heer ihrer Vertreter, die überall sitzen und das Land mit einem zweiten, sehr wirksamen Reklamenetze überzogen haben. Dann aber haben sie sich eine dritte, sehr eigenartige, ungemein wirksame, wenn freilich auch sehr kostspielige Art von Reklame durch ihre Verbindung mit den Berufsfahrern geschaffen. Zehntausende zahlt in manchem Jahre ein grösseres Werk für diese Art von Reklame, die natürlich ein Anfänger in der Branche nicht leicht mitmachen kann. Endlich haben die grossen Fabrikanten ein viertes, hierhergehöriges Mittel, das darauf hinausläuft, direkt die Reklame der anderen nach Möglichkeit zu unterdrücken. Es besteht in der Verpflichtung der Mitglieder des Fabrikantenvereins, bei Konventionalstrafe keine Fahrradausstellung zu beschicken, die nicht vom Vereine selbst veranstaltet wird, und so eine solche überhaupt unmöglich zu machen und damit den jüngeren Konkurrenten die Gelegenheit, sich zu zeigen, zu nehmen.

An diesem Punkte nun hat der Angriff eingesetzt. Neben dem Fabrikantenverein besteht ein Verband deutscher Fahrradhändler, der, über ganz Deutschland ver-

breitet und ausgezeichnet organisiert und geleitet, zur Zeit gegen 1000 Mitglieder zählt. In der sehr richtigen Erwägung nun, dass eine Monopolisierung der Produktion den Händler in eine unerträgliche Abhängigkeit vom Fabrikanten bringen müsse, veranstaltete der Verband die Fahrradmesse, an der sich wohl nicht die Mitglieder des Fabrikantenvereins, selbstverständlich aber die nicht im Verein organisierten Unternehmer, sowie die Halbfabrikanten, die nicht eigentlich bestimmte hervorragende Marken, sondern nur Durchschnittsräder mehr zusammensetzen als selbst in ihren Teilen fabrizieren, und die Fabrikanten von Fahrradteilen und Fahrradzubehör beteiligten.

Die Messe war glänzend besetzt und ebenso glänzend besucht; sie hat das Geschäft stark belebt; sie hat den freien Unternehmern die denkbar günstigste Gelegenheit zur Reklame gegeben; ja sie hat selbst einige Mitglieder des Fabrikantenvereins zur Ausstellung genötigt, andere von ihnen aber wenigstens veranlasst, einen Mittelweg zu beschreiten, indem sie Sonderausstellungen ihrer Erzeugnisse in der Nachbarschaft der Messe veranstalteten. Der Reklamering des Vereines ist an einer wichtigen Stelle gesprengt und wird vermutlich gesprengt bleiben, denn man hat es im Fabrikantenvereine nicht gewagt, von den Kontraktbrüchigen die festgesetzte Konventionalstrafe zu verlangen, und überdies hat der Händlerverband Herrn Klarner, der seine schwierige Aufgabe so überaus ehrenvoll für ihn selbst und für den von ihm vertretenen Verband gelöst hat, beauftragt, auf weitere drei Jahre wiederum Messen in Leipzig zu veranstalten. Damit ist dem Händler seine Freiheit und Unabhängigkeit gesichert und den jüngeren Unternehmungen freie Bahn gebrochen. Das individualistische Wirtschaftsprinzip hat sich durch das glückliche Gelingen der Leipziger Fahrradmesse in der Fahrradindustrie gegenüber dem genossenschaftlichen Wirtschaftsprinzip für lange Zeit hinaus Geltung gesichert, und hierin liegt die grosse volkswirtschaftliche Bedeutung der Fahrradmesse und — was zum Schlusse besonders zu erwähnen wir nicht versäumen wollen —, das grosse Verdienst des Händlerverbandes, insbesondere des Herrn Arthur Klarner, um eine gedeihliche Entwicklung der gesamten deutschen Fahrradindustrie und des deutschen Fahrradhandels. B.

Das 10jährige Stiftungsfest des Ortsvereins „Stahlrad“ und Bezirksfest des Bezirks Chemnitz.

Der Ortsverein „Stahlrad“ beging am Freitag, den 25. November, im Saale des Handwerker-Vereinshauses sein 10. Stiftungsfest, und mit ihm feierte der Bezirk Chemnitz sein Bezirksfest. Es war eine zwanglose und doch von jenem echten sportlichen Geiste, welcher in der Liebe zum Sporte und der Pflege treuer Kameradschaft das erste und einzige Ziel sieht, getragene Abendunterhaltung, um deren gemüthlichen Verlauf neben einem gut geschulften Orchester mehrere Damen und Herren durch deklamatorische und gesangliche Darbietungen sich verdient machten. Von den Vortragenden seien besonders erwähnt Frau M. Geidel, welche mit ihrer sehr sympathischen, klangvollen Stimme mehrere Lieder und gemeinsam mit Herrn Telegraphen-Assistent Paul Müller, der

über einen frischen Bariton verfügt, ein Duett vortrug, und Fräulein Paula Schönfeld, eine im Coloraturgesange wohlgeübte Dame, die unter anderen die Pagenarie und das Kuckuckslied unter grossem Beifall vortrug.

Der Bezirks- und Ortsvertreter Stüwe gab nach Begrüssung der zahlreichen Festteilnehmer, die den Saal bis auf den letzten Platz ausfüllten, einen kurzen Ueberblick über die Vergangenheit des Vereins.

Der ehemalige Radfahrer-Club „Stahlrad“ wurde am 5. Juni 1888 von 14 Mitgliedern des Chemnitzer Bicycle-Clubs gegründet, um das Tourenfahren zu heben. Von den Gründern des Vereins gehören nur noch das Ehrenmitglied Clemens Seeber, Woldemar Brauer, Curt Krüger und Friedrich Stüwe dem Verein an. Zur Zeit zählt der