

Deshalb fürchtete er, ein Teil seiner Kundschaft, die sich natürlich zum weitaus grössten Teile aus der Augsburger Bevölkerung rekrutiert, möchte sich seinen Konkurrenten am Platze, die dem Kläger angehören und dessen Marken führen, zuwenden. Um das zu verhüten und womöglich neue Kunden zu gewinnen, suchte er diese seine Geschäftsrivalen bei dem Publikum, das in seinem Laden verkehrt, als unreell anzuschwärzen. Zugleich suchte er damit darzutun, dass die Leute deshalb, weil er keine Rabattmarken führe, viel besser daran seien, wenn sie bei ihm kaufen, indem sie die gleiche Ware billiger und für den gleichen Preis eine bessere Ware bekämen als bei seinen Konkurrenten am Platze. Der Zweck, den er verfolgt, ist also geschäftlicher Wettbewerb und nichts anderes. Hierzu stellt er Behauptungen tatsächlicher Art in einer Allgemeingültigkeit auf, die ihnen, wie er wohl weiss, gar nicht zukommt. Ein jeder Kaufmann hat, wie ein anderer anständiger Mensch, die Vermutung für sich, dass er sein Geschäft reell und ehrlich betreibt. Wenn daher der Beklagte behauptet, dass seine Augsburger Konkurrenten, soweit sie Rabatt und namentlich in der Form von Marken gewähren, das Publikum täuschen und übervorteilen, und dass die Leute besser daran sind, wenn sie nicht bei ihnen kaufen, sondern bei ihm, so hat er diese Anschuldigung zu beweisen. Dieser Beweis kann nicht dadurch geführt werden, dass der Beklagte nachzuweisen versucht, dass zwei Kolonialwarenhändler beim Verkaufe von Zucker den fünfprozentigen Rabatt auf den Kaufpreis schlagen.

Abgesehen davon, dass Zucker zu den Waren gehören kann, bei denen Rabatt für gewöhnlich nicht gewährt wird, wird es sicher vorkommen, dass Mitglieder eines Rabattsparvereins aus Gewinnsucht den fünfprozentigen Rabatt noch besonders dem Verkaufspreise zuschlagen. Allein das vermag ihn nicht zu entlasten. Ihm ist es auch gleichgültig, ob Geschäfte, die nicht als seine Konkurrenten in Betracht kommen, Rabatt geben oder nicht. Es handelt sich darum, ob die Behauptung, dass seine Konkurrenten, die Mitglieder des klagenden Vereins sind, den Rabatt eigens auf die Waren schlagen und sie verteuern, richtig ist oder nicht. Alles andere gehört nicht hierher. Belanglos ist es daher,

wenn das Publikum meint, dass es den Rabatt vorher mitbezahlen muss. Der Beklagte stellt die Sache so hin, als ob die Augsburger Kleidergeschäftsinhaber, die Markenrabatt gewähren, gezwungen gewesen seien, mit Einführung des Rabatts die Preise gegen früher und gegen die Geschäfte, die keine Marken führen, zu erhöhen, weil die Rabattgewährung anders gar nicht möglich sei, und dass deshalb die Leute, wenn sie nicht übervorteilt werden wollen, besser daran seien, wenn sie in solchen Kleidergeschäften kaufen, wo kein Rabatt gewährt werde, wie z. B. in dem seinen.

Das ist der Sinn seiner Plakate und das hat er zu beweisen, er ist beweispflichtig, nicht der Kläger; er ist auch von dem Kläger mit Recht auf die Notwendigkeit dieses Beweises hingewiesen worden. Die Behauptungen, die er unter Beweis stellt, sind anderer Art und treffen den Kern der Sache nicht. Deshalb braucht das Gericht auf sie nicht näher einzugehen und die Erhebung der angebotenen Beweise auch nicht anzuordnen. Der Beklagte erhebt zu Zwecken des Wettbewerbs öffentlich den unbewiesenen Vorwurf, dass die Augsburger Kleidergeschäftsinhaber, die Rabattmarken verabfolgen, also dem klagenden Vereine angehören, durch die Rabattgewährung das Publikum täuschen und übervorteilen. Ein solcher Vorwurf verstösst, auch wenn er in die Form eines Urteils gekleidet ist, gegen die guten Sitten, und der Kläger kann gemäss §§ 1 und 13 U.W.G. auf Unterlassung klagen. An seiner Aktivlegitimation ist nicht zu zweifeln.

Der Klage war daher stattzugeben. Der Kläger hat mit der Beseitigung der Plakate offensichtlich gemeint, dass der Beklagte jede Bekanntmachung dieser Art zu unterlassen habe. Der grösseren Klarheit wegen war der Urteilssatz so zu fassen, wie geschehen.

Gemäss § 91 Z.P.O. treffen den Beklagten die Kosten. Die vorläufige Vollstreckbarkeit ergibt sich aus § 710 Z.P.O. —

Wir gratulieren den Verein Augsburg zu seinem schönen Erfolge, der den Gegnern deutlich sagt: Hände weg vom guten Ruf der gemeinnützigen Rabattsparvereine!

(„Deutsche Rabattsparvereins-Zeitung.“)

Von den angeblich hohen Arbeitslöhnen in den Vereinigten Staaten von Amerika.

Von Georg Nicolaus.

In den Kreisen unserer Handwerksgehilfen, und namentlich der Industriearbeiter, geniesst das Land jenseits des Atlantik, wo der Dollar rollt, noch immer den Ruf, das Land der höchsten Arbeitslöhne zu sein.

Was es in der Tat mit diesen hohen Arbeitslöhnen zu bedeuten hat und wie die Verhältnisse gegen vor 30 Jahren für die Arbeiter der Goldwaren- und Uhrenbranche liegen, das sei mir vergönnt, einer näheren Betrachtung zu unterstellen, gerade mit Rücksicht auf diese Gewerbe.

Voraussenden will ich, dass es mir vor 30 Jahren vergönnt war, in diesem Lande zu leben; ich habe Freud und Leid darinnen erfahren — es wieder zu sehen, war mein Wunsch. Keinem zu Liebe und keinem zu Leide werde ich bestrebt sein, das Einst mit dem Jetzt zu vergleichen.

Wir finden unter Goldschmieden und Uhrmachern in den ersten Geschäften, namentlich in New York, viele Leute, die ganz ausserordentlich tüchtig sind — aber auch nur solche — und die deshalb sehr hohe Arbeitslöhne erzielen. Löhne von 35, 40 ja bis 50 Doll. die Woche kommen vor — bei den Maurern bilden sogar 50 Doll. die Regel. Aber — und das gibt der Sache sofort ein anderes Bild, wenn wir hören — diese letzteren sind im günstigsten Falle nur wenig mehr als $\frac{1}{2}$ Jahr beschäftigt, wodurch sich ihr Jahreslohn ganz erheblich reduziert. Auch die Goldschmiede und Uhrmacher in den grossen Fabrikzentren haben jährlich mit ganz bedeutender Arbeitseinschränkung — man nennt dies hier allgemein Stabtime —, die in der Regel gleich nach Weihnachten einsetzt, zu rechnen. Die Stabtime hängt nicht nur von der allgemeinen Konjunktur, sondern auch von den Schnee-, Eis- und Witterungsverhältnissen des grossen Westens ab; sind die Verkehrsverhältnisse schwer behindert, so kann sich die Stabtime unter Umständen um Wochen verlängern.

Wenn wir nun die Arbeitslöhne statistisch betrachten wollen, so wie diese für die grosse Allgemeinheit Geltung haben, dann müssen die wenigen Berufe, in welchen einzeln bevorzugt Veranlagte wirklich hohe Löhne erzielen, bei der Beurteilung ausgeschieden werden, denn sie spielen gegenüber den vielen Hunderttausenden, die sehr viel schlechter gestellt sind, keine Rolle.

Auch sei darauf hingewiesen, dass es im Verhältnisse zum Bedarfe absolut nicht an guten und tüchtigen Arbeitern mangelt. Wenn es sich um einen Neueingewanderten handelt, so muss er schon sehr viel Glück und persönliche Freunde und Fürsprecher im Lande haben, wenn es ihm glücken soll, einen seine Fähigkeiten gut lohnenden Platz zu erhalten.

Der allergrössten Mehrzahl wird dies überhaupt nicht möglich sein, diese müssen in der grossen Masse derer, die in den Industriezentren ihres Gewerbes eine sehr viel schlechtere Entlohnung finden, untertauchen; nicht mehr vielen aber gelingt es, aus dieser Masse sich wieder emporzuarbeiten.

Für die Verhältnisse unseres Gewerbes kommen die Fabriken in New York, Newark, Philadelphia, Atleborov, Providence und einige andere in Betracht. Hier will ich noch einschalten, dass bessere Stellungen, wie Werkführer, Geschäftsleiter oder Einzelarbeiter, die in den Detailgeschäften sitzen, wie gerade Uhrmacher, in allen Fällen nur von solchen verwaltet werden können, die der englischen Sprache mächtig sind, also doch mindestens 2 Jahre im Lande weilen müssen.

Wenn in den grossen Fabriken heute Löhne von 12 bis 18 Doll. erzielt werden, dann muss man dies als Norm betrachten; wo in einzelnen handwerksmässigen Betrieben höherer Lohn erreicht wird, dann bildet dies die Ausnahme.

Wenn heute ein Goldschmied — sagen wir ein Medaillonmacher oder ein Bracelettmacher, denn alles ist hier spezialisiert