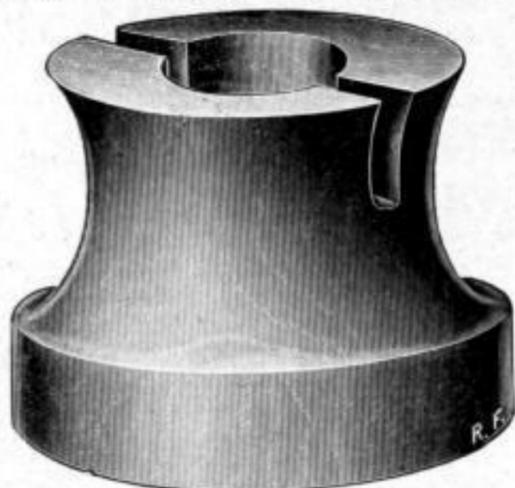


Schlösschen gegenüber der früheren gleicher Form ist, abgesehen von ihrer Zweckmässigkeit, dass sie nicht teurer oder wenigstens nicht erheblich teurer als die letzteren sind und die Anschaffung komplizierter, folglich teurerer Schlösschen überflüssig macht. Ein Versuch mit diesen Schlösschen ist sehr zu empfehlen.

Einen Arbeitsklotz bietet die Firma Rudolf Flume, Berlin, neuerdings an. Jeder Uhrmacher wird bei der Bearbeitung von Brillen, Kneifern usw. die Erfahrung gemacht haben, dass ihm eine bequeme Auflage für das Arbeitsstück fehlt. Gerade die vielen vorspringenden Teile dieser Arbeitsstücke nötigen dazu, eine Auflage zu nehmen, bei der von vornherein auf den besonderen Arbeitsgegenstand Rücksicht genommen ist. Der Arbeitsklotz hat einen Durchmesser von 55 mm und ist 40 mm hoch. Da er nur 60 Pf. kostet, so wird er überall gern gekauft werden.



Einen Werberuf an das deutsche Handwerk erlässt die Ausstellung: „Das Deutsche Handwerk, Dresden 1915“, in einem kleinen Aufklärungsschriftchen

über diese bedeutende Kundgebung, die in Dresden 1915 als gemeinsame Tat des gesamten Handwerks der Welt Zeugnis von dem Können und Wollen des deutschen Handwerks ablegen soll. In geschmackvoller Ausführung gibt das kleine Schriftchen Auskunft über alles Wissenswerte über die Ausstellung, ihrer Einrichtung und Ziele. Die Geschäftsstelle der Ausstellung, Dresden, An der Kreuzkirche 18, versendet an alle Interessenten Druckschriften über die Ausstellung, ebenso ist die Geschäftsstelle bereit, alle Anfragen schnellstens zu erledigen. Die regste Beteiligung aus allen Kreisen des Handwerks ist zum Gelingen des grossen Werkes nötig. Das deutsche Handwerk soll in Dresden zeigen, was es kann, und auch unser Beruf darf sich nicht ausschliessen bei dieser gemeinsamen Willenskundgebung.

Das Vorschieben beim Ausverkauf. (Zwei Millionen Zigarren und Zigaretten beim Ausverkauf vorgeschoben.) Urteil des Reichsgerichts vom 8. Januar 1914. Leipzig. (Nachdr. verb.) Nach § 8 des neuen Wettbewerbsgesetzes vom 7. Juni 1909 wird bestraft, wer im Falle der Ankündigung eines Ausverkaufs Waren zum Verkauf stellt, die nur für den Zweck des Ausverkaufs herbeigeschafft worden sind. Nach der neueren Rechtsprechung des Reichsgerichts (Entscheidungen Bd. 45, S. 371) gilt dieses Verbot des Vor- oder Nachschiebens nicht nur für in den Verkauf eingeworfene, zum auszuverkaufenden Warenvorrat nicht von Anfang an gehörende Waren, sondern allgemein auch für solche Waren, die zum Zwecke eines Ausverkaufs, der erst später beginnen soll, vorbereitet worden sind. Bei der Ankündigung eines Ausverkaufs sind nach § 9, 1 des Gesetzes die Worte „Ausverkauf“ und „Räumung“ nicht erforderlich, es genügt jede Ankündigung eines Verkaufs von Waren wegen Beendigung des Geschäftsbetriebs oder Räumung eines bestimmten Vorrats. Als Kennzeichen eines tatsächlichen „Ausverkaufs“ hat das Reichsgericht folgende Merkmale festgelegt: Beschleunigung des Verkaufs, Heraustreten aus dem Rahmen des laufenden Geschäfts, Herbeilockung der Kunden durch Ankündigung besonderer Preisvorteile. Diese Gedanken bestimmten eine Reichsgerichtsentscheidung in folgendem hochinteressanten Fall: Das Landgericht Stuttgart hat am 4. Juli 1913 wegen Vergehens gegen § 8 des Wettbewerbsgesetzes den Kaufmann Löwenberg zu 300 Mk. Geldstrafe verurteilt und die Bekanntmachung des Urteils angeordnet (§ 23 des Gesetzes). Löwenberg, der unter der Firma E. Löwenberg das Partiewarengeschäft seiner Frau leitete, kaufte im Frühjahr 1912 auf Anregung seines Schwagers bei einer Zigarrenfabrik in Kreuznach 1500 Mille Zigarren zum Durchschnittspreis von 28 Mk. pro Mille für insgesamt 42000 Mk., liess sie aber, um sie zu abgestuften Preisen verkaufen zu können, derart verpacken und etikettieren, als beliefe der Durchschnittspreis sich pro Mille auf 65 Mk. Ferner erwarb er aus Berlin 400000 Stück Zigaretten. Dann mietete er in Stuttgart in der Marktstrasse in einem zum Abbruch bestimmten Haus einen Laden und stellte hier die nahezu 2 Millionen Zigarren und Zigaretten vom 26. April 1912 bis zum 31. März 1913 zum Verkauf. Um den gewaltigen Vorrat loszuwerden, entfaltete er eine ungeheure Reklame in Zeitungsinserten und auf Riesenschildern am Geschäftslokal. Es war hierbei die Rede von einer „grossen Sensation“, „nie wiederkehrende Gelegenheit“, „etwa 2 Millionen Zigarren müssen hier schleunigst verkauft werden“, so hiess es auf den Schildern. Es wurde hingewiesen auf die unvergleichlich grössere Preiswürdigkeit als bei anderen Detailgeschäften und zuletzt ein Totalausverkauf angekündigt. Als der Württembergische Bund für Handel und Gewerbe mit Gegenerklärungen hervortrat, wiederholte Löwenberg seine Behauptungen. Während des Verkaufs bezog er zweimal Zigarren nach in einer Gesamtmenge von ungefähr 20 Mille. Zur gerichtlichen Verantwortung gezogen, erklärte Löwenberg, beim Erwerb des grossen Postens keine Ausverkaufsabsichten gehabt zu haben und erst später darauf gekommen zu sein, ein „Zigarrengeschäft in Gelegenheitskäufen“ zu errichten. Die Strafkammer nahm jedoch für erwiesen an, dass Löwenberg schon vor dem Ankauf einen beschleunigten Verkauf beschlossenen habe, ferner, dass der Verkauf trotz des Mangels einer derartigen Bezeichnung von vornherein ein Ausverkauf des Gesamtbestandes im Sinne der oben gegebenen Begriffsbestimmung und Löwenberg sich dessen bewusst gewesen sei. Hierbei habe Löwenberg nur zum Zwecke des Ausverkaufs herbeigeschaffte Waren zum Verkauf gestellt, und zwar die ersten grossen Zigarren- und Zigarettenposten vor-, die später gekauften Zigarren nachgeschoben. Gegen

seine Verurteilung legte Löwenberg Revision beim Reichsgericht ein. Der I. Strafsenat des Reichsgerichts entschied jedoch, dass das Urteil den oben dargestellten Grundsätzen des Reichsgerichts entspreche und die dagegen erhobenen Einwände unbegründet seien und erkannte daher im Anschluss an den Antrag des Reichsanwalts auf Verwerfung der Revision. (Aktenzeichen: 1 D. 1101/13.)

Selbstkostenpreis plus x Prozent. Der „Deutschen Confection“ entnehmen wir folgendes: „In Köln hat der Verein gegen Unwesen im Handel und Gewerbe gegen ein dortiges Schuhwarengeschäft einen Prozess angestrengt, weil es in den Zeitungsankündigungen die Annonce ‚Selbstkostenpreis plus 7 1/2 Prozent‘ veröffentlicht und ferner dieses System als eine ‚volkswirtschaftliche Tat‘, ‚das System der Sparsamkeit‘, ‚das System der Ehrlichkeit‘, ‚das System der Zukunft‘ bezeichnet hat. Durch Urteil des Landgerichts Köln, Kammer für Handelssachen, ist der betreffenden Firma verboten worden, sich weiter einer derartigen Ankündigung zu bedienen. Es ist auch dem klägerischen Verein die Befugnis zugesprochen worden, in rheinischen Blättern das Urteil zu veröffentlichen. Das Urteil wurde einstweilen gegen Sicherheitsleistung von 10000 Mk. für vollstreckbar erklärt.“

Postverwaltungsfragen. Die von dem Staatssekretär des Reichspostamts anberaumte Besprechung einzelner Fragen aus dem Gebiete seiner Verwaltung hat am 17. Januar stattgefunden. Punkt 1 der Tagesordnung betraf die Einführung von Postkreditbriefen. Danach werden die Postkreditbriefe in Form eines Heftchens in der Grösse von 12 1/2 zu 8 1/2 cm ausgestellt, welches 10 Quittungsformulare für die Abhebung von Teilbeträgen enthält; sie können auf alle durch 50 teilbare Summen bis 3000 Mk. lauten. Die Gültigkeitsdauer beträgt 4 Monate. Die Ausfertigung der Postkreditbriefe wird den Postscheckämtern übertragen. Bestellungen nimmt ausser diesen jede Postanstalt entgegen. Der Besteller hat den Betrag, auf den der Postkreditbrief lauten soll, mit Zahlkarte zur Gutschrift auf ein Kreditbriefkonto bei dem Postscheckamt, zu dessen Bezirk die Einzahlungsstelle gehört, einzuzahlen und auf dem Abschnitte der Zahlkarte Namen und Wohnort des Einzahlers und derjenigen Person anzugeben, auf welche der Kreditbrief lauten soll. Der Inhaber eines Postscheckkontos kann den Betrag für den Postkreditbrief von seinem Guthaben auf das Kreditbriefkonto überweisen. Der Postkreditbrief wird von dem Postscheckamt der vom Einzahler bezeichneten Person als Einschreibebrief unter „Eigenhändig“ portofrei zugesandt. Abhebungen, welche ebenfalls durch 50 teilbar sein müssen und auf 50 bis 1000 Mk. lauten dürfen, können gegen Vorlegung des Postkreditbriefes bei allen Postanstalten, also auch bei den in kleineren Orten befindlichen Postagenturen, im Reichspostgebiet sowie in Bayern und Württemberg erfolgen. Der Abheber hat seine Berechtigung zur Empfangnahme von Teilzahlungen durch Vorzeigung einer auf ihn lautenden Postausweiskarte nachzuweisen.

Als Gebühren sind in Aussicht genommen:

1. für die mit Zahlkarte zu leistende Bareinzahlung oder für die Ueberweisung von einem Postscheckkonto die nach der Postscheckordnung festgesetzten Gebühren;
2. eine Ausfertigungsgebühr von 50 Pf.;
3. für jede Rückzahlung a) eine feste Prämie von 5 Pf., b) eine Steigerungsgebühr von 5 Pf. für je 100 Mk. oder Teile davon.

Die Einführung der Postkreditbriefe durch eine Ergänzung der Postordnung ist von der Zustimmung des Bundesrats zu den in Aussicht genommenen Gebühren abhängig, deren Einholung die Reichspostverwaltung in Aussicht stellt.

Bei der Besprechung fand die Absicht der Schaffung der Postkreditbriefe allgemeine Anerkennung.

Eine lebhaftere Aussprache rief Punkt 2 der Tagesordnung hervor, die zahlreichen Wünsche, die der Deutsche Handelstag für den nächsten Weltpostkongress hat. Im Vordergrund des Interesses stand die Frage der Ermässigung des Weltpostportos für Briefe. Es wird gewünscht, dass, wenn es nicht möglich sein sollte, das Weltpennyposto einzuführen, wenigstens die grossen Verschiedenheiten beseitigt werden, die seit dem Kongress in Rom auf diesem Gebiete bestehen, und dass soweit als möglich durch besonderes Abkommen mit Nachbarländern für diese eine Portoermässigung erreicht würde. Andere wesentliche Wünsche betreffen die Ermässigung des Zuschlagportos für unzureichend frankierte Briefsendungen, die allgemeine Annahme der Antwortscheine, der Eilbestellung, der Bestimmungen des Postpaketvertrags, insbesondere die allgemeine Zulassung von Wertangabe, Nachnahme, Sperrgut, dringenden Paketen, Zollfrankoverfahren, Vereinfachung der Zollinhalts-erklärungen und allgemeine Annahme des Zeitungsübereinkommens. Alle diese und die sonstigen Wünsche wurden von der Postverwaltung mit den Vertretern besprochen.

Als Punkt 3 und 4 der Tagesordnung schlossen sich ausführliche Mitteilungen über den Umfang und den Verkehr der deutschen Funkentelegraphie sowie über die Entwicklung der deutschen Kabeltelegraphie an, die allgemeinen Beifall fanden. („Tägl. Rundschau.“)

Eine unerhörte Reklameart. Die „Porzellan- und Glashandlung“ führt Klage über eine Reklame des Warenhauses A. Wertheim in Berlin, die wirklich die Grenze des Erlaubten bedeutend überschreitet, bei der man bedauern kann, dass gegen sie nach Lage der Dinge nichts zu machen ist: Das Warenhaus kündigt unter anderem in einem seitengrossen Inserate folgendes an: „5 Stück Ansichtspostkarten mit 5 Pf.-Marke frankiert, zusammen 20 Pf.“ Nach der Fassung dieses Versprechens sollte also das Publikum denken, dass die 5 Postkarten-Freimarken allein einen Wert von 25 Pf. haben, dass also das Warenhaus bei einem Verkaufspreis von 20 Pf. nicht nur dem Publikum hiermit 5 Pf., sondern noch die Ansichtskarten schenkt. Tatsächlich liegt die Sache natürlich so, dass zwischen die Ansichtskarten Blätter mit Reklamen anderer Unternehmungen eingehaftet sind, und dass diese Einnahmequelle der betreffenden Gesellschaft den Verlust an Briefmarken und Postkarten mehr als deckt, ganz abgesehen davon, dass die verschenkten Postkarten ausschliesslich