

satzband einen neuartigen Verschluss besitzt? Also erklären Sie!

Ein Beispiel aus der Praxis: Nach der letzten Messe stellte ein Geschäft aus einer andern Branche nahe an der Schaufensterscheibe ein Bild mit silberner Umrahmung aus, das einen Herrn mit der Aktentasche darstellte. Im Hintergrund war der Leipziger Hauptbahnhof sichtbar. Darunter stand folgender Text: „Zum 25. Mal wurde in diesem Jahr die Leipziger Messe von unserer Firma besucht. Die Moden haben sich in dieser Zeit gewandelt, aber immer haben wir die schönsten und neuesten Waren ausgewählt. Unsere ständig wachsende

Kundenzahl beweist, daß wir auf dem rechten Wege sind. Von der letzten Leipziger Messe zeigen wir Ihnen hier auserlesene Neuheiten. Wie gefallen Sie Ihnen?“

Schon das Leipziger Meßamt gibt jedem Besucher bzw. Einkäufer ein Werbeschild für sein Geschäft mit. Es handelt sich um ein Plakat mit der Aufschrift: „Ich habe auf der Leipziger Herbstmesse Neues und Schönes eingekauft.“ Man erhält dieses Schild gratis in beliebiger Zahl und kann es im Schaufenster und Laden anbringen.

So kann jeder Geschäftsmann durch den Leipziger Messebesuch seine Werbung aktuell gestalten, und die Reisespesen werden sich gut rentieren. Herold.



Beim Einkauf in der Ausstellung Hanauer Industriefirmen zur Leipziger Messe

Aufn. Meßamt, Paulstich

Gegen unlauteren Wettbewerb

Das Einigungsamt der Industrie- und Handelskammer Berlin hat in der letzten Zeit eine Reihe Entscheidungen getroffen, deren Kenntnis auch für die Uhren-Geschäfte zur Abwehr wichtig ist. Wir entnehmen diesen folgendes:

Ausverkauf

Ein Geschäft kündigte durch Schilder im Schaufenster an:

„Ladeneinrichtung,

bestehend aus, im ganzen oder teilweise billig bis zum 30. Juni 1936 abzugeben.“

Außerdem waren Plakate mit der Aufschrift „Nur bis zum 31. März“ angebracht.

Diese Überschriften stellen die Ankündigung eines Ausverkaufs dar. Wenn auf diesen auch mit keinem Wort ausdrücklich hingewiesen wird, handelt es sich doch nach der ganzen Aufmachung um die Ankündigung einer solchen Veranstaltung. Aus den Worten „Nur bis zum 31. März“ erkennt jeder unbefangene Beschauer, daß hier eine befristete Kaufgelegenheit geboten wird.

Das Publikum bringt die Hinweise auf den Verkauf der Ladeneinrichtung mit der Auflösung des Geschäftsbetriebs zu dem genannten Tag in Verbindung, und es wären deshalb die Vorschriften von § 7b des Wettbewerbsgesetzes über Ausverkäufe zu erfüllen.

418 Die Uhrmacher-Woche · Nr. 35. 1937

Keine nachgeahmten Zahlungsbefehle verwenden!

Mahnschreiben, die in der Anordnung dem amtlichen Formular für Zahlungsbefehle nachgebildet sind und die Überschrift „Zahlungsbefehl“ tragen, sind nach Ziffer 6 der 2. Bekanntmachung des Werberats vom 1. November 1933 unzulässig.

Vergleichende Reklame

„Wir dienen besser als alle anderen Ihren Vorteilen und schützen Sie vor nachteiligen und kostspieligen Enttäuschungen und unangebrachten Geldausgaben.“

Durch diese vergleichende Reklame werden die Mitbewerber herabgesetzt. Die Richtlinien des Werberats bringen aber zum Ausdruck, daß die Werbung die Vorteile der eigenen Leistung hervorheben soll, ohne den Mitbewerber herabzusetzen.

Meisterschuhe

Die Bezeichnung „Meisterschuhe“ ist auch für fabrikmäßig hergestellte Schuhe zulässig, wie der Werberat ausführt. Voraussetzung ist aber, daß es sich um besonders gute Schuhe handelt. Entsprechend wird man die Verbindung des Wortes „Meister“ mit anderen Waren, z. B. Uhren, beurteilen können; unter Umständen wird aber die Bezeichnung eingetragene Markenschutzrechte verletzen, wenn sie neu eingeführt wird.