

fragenden die Übung eines amerikanischen Warenhauses empfohlen wurde; nämlich einen gekauften Gegenstand auf Wunsch des Kunden anstandslos gegen Rückgabe des Kaufpreises zurückzunehmen, also einen fest abgeschlossenen Kauf rückgängig zu machen. Man denke doch einmal an die Folgen, wenn solche Theorien eine Anhängerschaft fänden oder in großen Geschäfts- und Warenhäusern zur Gepflogenheit würden! Damit wäre ein untragbarer Druck auf mittlere und kleine Geschäftsleute ausgeübt, der sich bis zur Existenzgefährdung verdichten könnte.

Schon dieses eine Beispiel mag zeigen, wie weit es führen kann, wenn man nur den einen Leitsatz gelten läßt: unter allen Umständen den Wunsch der Kundschaft zu erfüllen. Darf nicht auch der Geschäftsmann seinen Standpunkt behaupten? Dem Ansehen seines Standes könnte es nur zum Vorteil gereichen. Treu und Glauben müssen im Handel auf Gegenseitigkeit beruhen, sie bilden die Grundlage jedes erfolgreichen Geschäftsvorganges.

Bleiben wir bei dem angezogenen Beispiel: das Rückgängigmachen eines bereits abgeschlossenen Kaufes. Es darf doch als Mindestmaß kaufmännischen Wissens vorausgesetzt werden, daß jedem Verkäufer bekannt ist, von welchem Augenblick an ein Kauf rechtlich als abgeschlossen gilt. An diesem Grundsatz ist unter allen

Umständen festzuhalten. Es wäre vielleicht richtiger, die hierfür bestehenden gesetzlichen Bestimmungen der Allgemeinheit bis zur Selbverständlichkeit geläufig zu machen, als Abwegiges zu befürworten. Oder soll auch das Bürgerliche Gesetzbuch eine Verbeugung vor „Seiner Majestät dem Kunden“ machen?

Vom Kaufmann kann als weitestes Entgegenkommen nur zugestanden werden: Umtausch oder Rücknahme gegen Ausstellung eines Gutscheines. Von dieser wohl bisher auch meist bestehenden Sitte darf auch in Zukunft nicht abgewichen werden, trotz allen Ausbaues des „Kundendienstes“.

Darüber eine Verständigung aller beteiligten Kreise herbeizuführen, erscheint nach den angeführten Schilderungen durchaus nicht überflüssig, um ungeschickten Bestrebungen den Boden zu entziehen. Man unterschätze solche nicht in ihren Auswirkungen, sie könnten neben der allgemeinen Wirtschaftskrise noch weiteren un-absehbaren Hemmungen im Geschäftsleben Eingang verschaffen und zu mancher Existenzgefährdung führen. Letzten Endes muß aber auch noch dem kleinen und mittleren Geschäftsmann zugestanden werden, sein Standesbewußtsein hochzuhalten, trotz aller schweren Zeiten, und es muß sogar respektiert werden von „Seiner Majestät dem Kunden“. (V 371) Andreas Huber.

Verschiedenes

Gebührensenkung bei der Reichspost. Nachdem sich auch einige Handelskammern für eine Gebührensenkung bei der Reichspost ausgesprochen hatten, hat nunmehr der Deutsche Industrie- und Handelstag in seinem Postausschuß diese Angelegenheit behandelt und einstimmig folgenden Beschluß gefaßt:

„Der Postausschuß des Deutschen Industrie- und Handelstages ist der Ansicht, daß es aus gleichen Erwägungen, aus denen die Reichsregierung von der Privatwirtschaft eine allgemeine Preissenkung verlangt, unabwiesbare Pflicht der Reichspostverwaltung ist, mit einer sichtbaren und wirkungsvollen Senkung ihrer Tarife nicht mehr zurückzuhalten. Eine Verabsäumung dieser Pflicht gerade seitens dieses großen Wirtschaftsunternehmens des Reiches müßte die Gesamtkonjunktur der Reichsregierung aufs schwerste schädigen und die von der Privatwirtschaft gebrachten und noch zu erwartenden Opfer ihrer Wirkung weitgehend berauben.“

Die durch die Gehaltskürzungen eintretenden Ersparnisse sind dabei in vollem Umfange für die Gebührenermäßigung mit zur Verfügung zu stellen.“

Der Hauptausschuß des Deutschen Industrie- und Handelstages trat diesem Beschluß einstimmig bei. (VI 1 915)

Giroverkehr. Vom Reichsbankdirektorium wird uns mitgeteilt, daß am 1. Dezember 1930 geänderte Bestimmungen über den Giroverkehr mit der Reichsbank in Kraft treten, die bei den Reichsbankanstalten erhältlich sind. Die Änderungen beziehen sich hauptsächlich auf das Unterschriften- und Vollmachtenwesen im Verkehr zwischen Reichsbank und Kunden. Jede Unterschrift wird fortan der Reichsbank auf einem besonderen Blatt mitgeteilt. Die besonderen Vollmachten für die Reichsbank fallen fort. Persönliches Erscheinen der Kunden und der Bevollmächtigten zur Unterschriftsniederlegung ist nicht mehr erforderlich, Beglaubigung nur noch in Ausnahmefällen.

Am Reichsbankgiroverkehr können auch in das Handels- usw. Register nicht eingetragene Handel- und Gewerbetreibende und sonstige Privatpersonen, die einen entsprechenden Zahlungsverkehr haben, teilnehmen. Nähere Auskünfte über die Änderungen erteilen die Reichsbankanstalten. (VI 1 914)

Handelsverkehr mit Italien. Für den Verkauf von Bijouterien, Edelsteinen, Kleinsilberwaren usw. in Italien ist die vorherige Erlaubnis der italienischen Polizeibehörde einzuholen. Diese Erlaubnis wird nicht der Firma, sondern der Person erteilt, die in Italien reist, und gilt in der Regel für das Kalenderjahr; sie kann anfangs jeden Jahres erneuert werden. Die Erlangung der Erlaubnis ist mit einigen Schwierigkeiten verbunden. Der Antrag muß von dem Reisenden persönlich bei einer italienischen Quästur eingereicht werden (der Antrag kann z. B. für ganz Italien bei der Quästur in Mailand gestellt werden). Dem Antrag sind folgende Papiere beizufügen: Geburtsurkunde, Leumundszeugnis des Reisenden, Bescheinigung der dortigen Handelskammer, daß die vertretene Firma eingetragene Firma und zum Handel von Bijou-

terien und Silberwaren berechtigt ist. Die Bescheinigungen müssen überseht und von dem zuständigen italienischen Konsul beglaubigt sein. Ferner noch ein Zeugnis der italienischen örtlichen Finanzbehörde, daß die Firma oder der Reisende entweder in Italien Steuern zahlen, oder daß und warum sie in Italien keine Steuern zahlen. Die Gebühr für die Erlaubnis wird etwa 50 bis 100 Lire betragen.

Für die von dem Reisenden mitgeführten Artikel sind, wie bisher, bei der Einfuhr die Zollabgaben zu hinterlegen; sie werden für die wiederausgeführten Artikel zurückerstattet. Ferner ist bei der Einfuhr die Umsatzsteuer in Höhe von 1,5% des Wertes zu erlegen. Für Perlen, Brillanten, farbige Edelsteine, harte Steine und imitierte Edelsteine wird, wenn sie von Reisenden vertrieben werden, die Umsatzsteuer endgültig vereinnahmt; für die wiederausgeführten Perlen usw. findet dann also keine Erstattung der Steuer statt. Nur dann, wenn die genannten Perlen usw. an in Italien ansässige Kaufleute gesandt werden, wird für die von diesen wiederausgeführten Stücke die bei der Einfuhr hinterlegte Umsatzsteuer zurückgezahlt.

Zu dieser Notiz ist von seiten der Handelskammer Pforzheim noch zu bemerken: Die Handelskammer ist der Ansicht, daß die ausdrückliche Sonderbehandlung des Edelstein- und Perlenhandels im Gegensatz zu allen anderen Waren den Bestimmungen des deutsch-italienischen Handelsvertrages zuwiderläuft, und hat deshalb die deutsche Regierung gebeten, dagegen Einspruch zu erheben. (VI 1 939)

Werbebericht des Zentralausschusses für Deutsche Schmuckkultur. Leider muß zunächst festgestellt werden, daß die Hoffnungen auf einen Zusammenschluß aller beteiligten Verbände zum Zwecke einer Gemeinschaftsreklame sich nicht erfüllt haben. Obwohl allseits Bereitwilligkeit zur Beteiligung an gemeinschaftlicher Propaganda vorhanden ist, haben die Verhandlungen über die Einzelheiten ihrer Durchführung keine Einigung ergeben. Die Schwierigkeiten finden ihren Ausgangspunkt in der Tatsache, daß sowohl im Einzelhandel wie in der Herstellung wichtige Firmengruppen außerhalb der Verbände stehen, die damit Nutzen der Werbung würden, ohne für ihre Finanzierung herangezogen werden zu können. Ein letzter Versuch, der von anderer Seite her an die Frage heranzugehen sich bemüht, wird in den nächsten Tagen unternommen, worüber noch genauere Mitteilungen erfolgen werden.

Für die Weihnachtswerbung sind vom Zentralausschuß bisher folgende Maßnahmen durchgeführt worden:

1. Inserate. Größere Anzeigen erscheinen in der Vorweihnachtszeit in je zwei Ausgaben der „Dame“, der „Berliner Illustrierten“, der Zeitschrift „Neue Frauenkleidung und Frauenkultur“ und der Zeitschrift „St. Georg“. Die Durchführung weiterer Insertionen scheiterte an der Geldfrage. Die Inserate stehen unter dem Sinnspruch „Erst denken – dann schenken!“ und verweisen auf ein Geschenkbüchlein von Franz Blei. Sie haben,