

Terms and Conditions

The Library provides access to digitized documents strictly for noncommercial educational, research and private purposes and makes no warranty with regard to their use for other purposes. Some of our collections are protected by copyright. Publication and/or broadcast in any form (including electronic) requires prior written permission from the Library.

Each copy of any part of this document must contain there Terms and Conditions. With the usage of the library's online system to access or download a digitized document you accept there Terms and Conditions.

Reproductions of material on the web site may not be made for or donated to other repositories, nor may be further reproduced without written permission from the Library

For reproduction requests and permissions, please contact us. If citing materials, please give proper attribution of the source.

Imprint:

Director: Mag. Renate Plöchl

Deputy director: Mag. Julian Sagmeister

Owner of medium: Oberösterreichische Landesbibliothek

Publisher: Oberösterreichische Landesbibliothek, 4021 Linz, Schillerplatz 2

Contact:

Email: [landesbibliothek\(at\)ooe.gv.at](mailto:landesbibliothek(at)ooe.gv.at)

Telephone: +43(732) 7720-53100

das Schiebertum stark ausgebreitet, zumal bei Fleischkonserven und kondensirter Milch. Deshalb wollte man, neben dem Zwange richtiger Warenbezeichnung auf der Umhüllung, eine feste Grenze schaffen, bis zu welcher der Preis bis zur Abgabe an den Verbraucher höchstens gesteigert werden konnte. Sobald man sich dieser Grenze näherte, mußte das Eintreten neuer Handelsglieder aufhören, überhaupt mußte die begrenzte Handelsspanne dahin führen, daß jedes Handelsglied von dieser einen möglichst großen Teil zu erlangen, also schon dadurch die Zahl der im Vertriebe mitwirkenden Handelsglieder zu vermindern strebte.

Indem man im Regelfalle dem Hersteller die Festlegung des Kleinverkaufspreises übertrug, glaubte man wohl, daß dessen Eigeninteresse ihn dazu bewegen werde, den Handelszuschlag nicht zu hoch zu bemessen, um die unter seinem Namen hinausgehende Ware möglichst billig an den Verbraucher gelangen zu lassen. Diese Annahme erweist sich in der Ausführung recht häufig als irrig. Noch immer begegnet man einem Bestreben mancher Fabrikanten, die Kleinhandelszuschläge in diesen aufgedruckten Preisen möglichst hoch anzusetzen. Dieses Verfahren geht aus dem natürlichen Bestreben hervor, dem Kleinhändler, der eine solche Ware schließlich empfehlen soll, durch hohen Verdienst einen Anreiz dafür zu geben, die Ware dieses Herstellers gegenüber allen anderen, bei denen kein so großer Gewinn für den Kleinhändler vorgesehen ist, zu bevorzugen. In solchen Fällen kann sich der Fabrikant strafbar machen, denn die Preissteigerungsverordnung bedroht mit Strafe nicht nur denjenigen, der solche Preise mit übermäßigen Gewinnen fordert, sondern auch denjenigen, der solche Preise sich oder e i n e m a n d e r n gewähren läßt. Der andere, dem der Preis mit übermäßigem Gewinn hier gewährt wird, ist in diesem Falle der Kleinhändler. Dieser darf sich auch seinerseits nicht darauf berufen, daß ihn eine Vorschrift des Fabrikanten über den hohen Preis binde, denn eine solche Bindung ist kraftlos, sobald sie gegen das Strafgesetz, in diesem Falle gegen die Preissteigerungsverordnung, verstößt.

Wie beim Höchstpreise, der nur Erzeuger und Kleinverkaufspreis nennt, liegt auch beim aufgedruckten Preise in der richtigen Verteilung der im Preise gelassenen Handelsspanne, eine Schwierigkeit, wenn die Ware nicht unmittelbar vom Fabrikanten an den Kleinhändler geht. Auch hier hat man häufig beobachtet, daß die Großhändler von der Spanne, die für den Handel gelassen war, einen übermäßig großen Teil für sich in Anspruch genommen haben. Die Regel, daß der Großhändler durchweg von der gesamten