

hatte und der Verband schweizerischer Spezereihändler infolge vermehrter Inanspruchnahme seines Sekretariates einer Verbindung der Sekretariate nicht mehr zustimmen konnte, wurde beschlossen, ein eigenes selbständiges Sekretariat zu schaffen. Anlässlich der Delegiertenversammlung von Glarus war Charles Olivier, Biel als Zentralpräsident gewählt worden.

### b) Die einheitliche Rabattmarkenabgabe

Die erste Aufgabe des jungen Verbandes bestand darin, die einheitliche Rabattmarkenabgabe in weiteste Kreise zu propagieren. Die Anstrengungen waren von Erfolg gekrönt. Erst zögernd und dann immer mehr die gehegten Befürchtungen fallen lassend, organisierten sich die Geschäftsleute in Rabattvereinen. Die im Anhang sich befindende statistische Darstellung der Entwicklung der einheitlichen Rabattmarkenabgabe gibt die Daten der Entstehung der schweizerischen Rabattvereine an, sodaß es überflüssig ist, in diesem Zusammenhang näher darauf einzutreten. Erwähnenswert ist, daß die älteren Vereine immer mehr das Bonssystem fallen ließen und das Einheitssystem mit einheitlichen Rabattbüchlein einführten. Auch diejenigen Vereine, welche bis anhin das System der Rabattmarken nach Rabattwert verwendet hatten, gingen zum Deck- und Freiburgersystem über. Im zweiten Abschnitt wird Gelegenheit geboten sein, diese verschiedenen Systeme eingehender zu beleuchten.

Der Verband schweizerischer Rabattvereine hatte bereits in seinen ersten Jahren eine wilde Rabattgesellschaft zu bekämpfen, nämlich den „Interkantonalen Rabattsparverein vereinigter Geschäftsleute“. Dieses Unternehmen, welches eine ganze Anzahl Detaillisten als Mitglieder zählte, mußte aber im März 1912 liquidieren und zwar stellte es sich heraus, daß verschiedene Betrügereien vorgekommen waren, zum Nachteil der Büchleininhaber. Sekretär Kurer wurde damals mit der Liquidation des Unternehmens betraut, und führte diese Angelegenheit möglichst zum Vorteil der geschädigten Detaillisten und Käufer durch.

Je und je hatten der Verband, wie auch die Sektionsleitung gegen die laxen Auffassung einzelner Mitglieder anzukämpfen, die in der Abgabe von Rabattmarken oft zurückhaltend waren. Im Laufe der Jahre hat allerdings die Erkenntnis Boden gefunden, daß die lückenlose Rabattmarkenabgabe einzig in der Lage ist, den Detailhandel wirkungsvoll zu fördern, daß jedes Kargen mit der Abgabe der Marken hingegen ein Nachteil bedeutet.

Auch gegen die Abgabe von Barrabatt mußte schon früh eingeschritten werden, so klagte im Jahre 1911 der Rabattverein Winterthur darüber, daß bei größeren Einkaufsbeträgen der Rabatt sofort abgezogen würde. Es wurde damals beschlossen, an der Ausrichtung von Rabattmarken festzuhalten und gegen Mitglieder, welche den Bestimmungen des Vereins zuwiderhandelten, unnachsichtlich vorzugehen.