

Redaktioneller Teil

Lauterkeit im Geschäftsverkehr.

Von Dr. A. Heß.

Die Klagen über die Zunahme unlauterer Methoden im geschäftlichen Verkehr sind allgemein. In den Verbandszeitschriften ist darüber viel die Rede; in der juristischen Literatur nehmen die Abhandlungen über den Wettbewerb und seine erlaubten und unerlaubten Auswirkungen einen breiten Raum ein. Dieses Hervortreten der Frage ist selbstverständlich, bis zu einem gewissen Grade sogar natürlich; denn je schärfer sich der Kampf um die wirtschaftliche Behauptung gestaltet, um so größer ist der Anreiz, ihn unter Benutzung aller Möglichkeiten auszufechten, und um so schwächer werden die Hemmungen gegen die Anwendung unzulässiger Mittel. Auch in Zeiten ruhiger wirtschaftlicher Entwicklung gab es und wird es unlauteren Wettbewerb geben; in Notzeiten aber, wie sie die deutsche Wirtschaft in den Kriegs- und Nachkriegsjahren erlebt hat und noch erlebt, treten solche Bewegungen zwangsläufig besonders in Erscheinung. Natürlich ist durchaus richtig, daß auch auf diesem Gebiet eine Wandlung zu erwarten ist, wenn erst eine allgemeine Besserung der wirtschaftlichen Lage vorliegt; bis dahin aber gilt es, die schlimmsten Auswüchse zu bekämpfen und zu beseitigen. Dabei scheidet die Anwendung wirtschaftlicher Mittel so gut wie aus. Sie könnten doch in der Hauptsache nur von Seiten des Staates vorgenommen werden und würden damit in Widerspruch zum Grundsatz der Gewerbefreiheit treten. Man meint, die Situation würde sich für den redlichen Wettbewerber bessern, wenn sich beispielsweise für die Warenerzeugung eine Kontingentierung in Anpassung an den Bedarf durchführen ließe oder wenn die Ausbreitung und Verteilung der Handelszweige durch Konzessionierung geregelt werden könnte. Abgesehen davon aber, daß solche Maßnahmen eine Rückkehr zu mittelalterlichen Verkehrsanschauungen bedeuten würden, über die die heutigen Wirtschaftsformen doch längst hinausgewachsen sind, muß die deutsche Wirtschaft vor solcher staatlichen Bevormundung bewahrt bleiben. Es würde damit kaum etwas geändert. Gerade auf dem Gebiete des Buchhandels steht es doch in Österreich und der Tschechoslowakei auch nicht besser als im Reich selbst, obwohl diese Länder die Einrichtung der Buchhandelskonzession besitzen.

Die freie Wirtschaft muß sich aus eigener Kraft mit diesen Erscheinungen auseinandersetzen und sie zu meistern suchen, wobei natürlich der Staat die Aufgabe hat, die Wirtschaft bei ihrem Kampf zu unterstützen und zu fördern und sich nicht etwa, sei es durch Gesetz oder durch Verwaltungsmaßnahmen, hindernd in den Weg zu stellen.

Den gewerblichen Verbänden fällt hierbei eine ganz besonders wichtige Rolle zu. Sie sind berufen, in vorderster Kampffront zu stehen und sich für Durchführung und Anerkennung lauterer Geschäftsgrundsätze zu verwenden. Soweit es sich dabei um die eigenen Mitglieder handelt, bildet schon der innere Organisationszwang, d. h. die Möglichkeit der Anwendung von vereinsrechtlichen Maßnahmen die Grundlage eines Einschreitens. Freilich findet er, abgesehen von mancherlei Hemmungen der modernen Gesetzgebung, seine Grenze in der Entschließungsfreiheit der Mitglieder über ihre Organisationszugehörigkeit. Tritt das Mitglied aus, so entzieht es sich der Machtsphäre des Vereins, soweit diesem nicht auch äußerer Organisationszwang zur Verfügung steht, d. h. die Möglichkeit, auch auf Nichtmitglieder im Sinne seiner Bestrebungen einzuwirken. Daß das Kartellgesetz gerade

in dieser Beziehung mancherlei Änderungen gebracht hat, dürfte allgemein bekannt sein.

Das wesentlichste und bedeutungsvollste Kampf- und Hilfsmittel zur Aufrechterhaltung der Lauterkeit im Geschäftsverkehr ist das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb. Neben ihm kommen noch die §§ 823, 826 BGB. in Betracht und mancherlei Bestimmungen in Spezialgesetzen, z. B. im Urheberrechts- und Warenzeichengesetz; aber das Wettbewerbsgesetz gewährt doch die Haupthandhabe. Es steht auf Grund seines § 13 den wirtschaftlichen Interessenverbänden, aber natürlich auch jedem einzelnen Gewerbetreibenden zur Durchführung berechtigter Ansprüche zur Verfügung. Soweit es sich bei seiner Anwendung um Wahrung bestimmter gesetzlicher Vorschriften, beispielsweise solche gewerbepolizeilicher Art handelt, bestehen keine Schwierigkeiten. So lassen sich Verletzungen der Vorschrift über Ausverkäufe leicht ahnden; meist genügt zur Abhilfe die Anzeige, da das Gesetz neben zivilrechtlichen Unterlassungs- und Schadensersatzansprüchen auch die Möglichkeit strafrechtlicher Verfolgung gewährleistet. Hindernd ist bei Verfolgung unzulässiger Ausverkäufe höchstens die Verschiedenartigkeit der maßgebenden örtlichen Bestimmungen. Beispielsweise weichen die von den Gemeindebehörden festgesetzten Zeiten für Inventur- und Saisonausverkäufe wesentlich voneinander ab*). Schwieriger gestaltet sich schon die Verfolgung von Firmenrechtsverletzungen, ein nicht unbeliebtes Gebiet des unlauteren Wettbewerbs. Ebenso sind die Anwendungsgrundsätze auf dem Gebiete der Reklame nicht von vornherein eindeutig. Wäre dies der Fall, so müßten die vom Börsenverein gegen die Gratisangebote angestregten Prozesse längst erfolgreich durchgeführt sein. Es erscheint doch völlig zweifellos, daß ein Angebot unlauter ist, wenn es unentgeltliche Lieferung von Waren anpreist, obwohl der Empfänger Geldwert dafür zu entrichten hat, ebenso wie es unbedingt unlauter ist, wenn Gegenstände des Buchhandels »zu spottbilligen Preisen« oder »zu besonders billigen Preisen« angeboten werden und es sich dabei um einen Verkauf zum Ladenpreis handelt.

Recht kompliziert gestaltet sich aber die Anwendung des § 1 des Wettbewerbsgesetzes, der sogenannten Generalklausel. § 1 will mit seiner ganz allgemein gehaltenen Fassung, daß auf Verhütung und Schadensersatz in Anspruch genommen werden kann, wer im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs Handlungen vornimmt, die gegen die guten Sitten verstoßen, auf der einen Seite die freie Wirtschaftstätigkeit nicht unbillig einschränken und lähmen, auf der andern aber die Möglichkeit bieten, jeder Art von unlauterem Geschäftsgebaren zu begegnen. Die Begriffe Lauterkeit und Unlauterkeit bringt der Gesetzestext überhaupt nicht; er spricht nur von guten Sitten und der Notwendigkeit ihrer Wahrung. Aber auch der Begriff der guten Sitten findet im Gesetz selbst keine Deutung und Klärung; er ist vielmehr der Rechtsauslegung allein überlassen.

Danach ist folgendes zu beachten: Der Wettbewerb selbst ist nicht unerlaubt; er ist naturnotwendig und selbstverständlich im Kampf um den Absatz, um das Interesse, um die »Seele« des Käufers. Das Niederringen des Konkurrenten, selbst wenn es zur Vernichtung seiner wirtschaftlichen Existenz führt, kann nicht verhindert werden. Der Kleinhändler, den das neben seinem

*) Eine gut brauchbare, für die Praxis geeignete Zusammenstellung enthält: Levi, Ausverkäufe und Sonderveranstaltungen, Verlag des Konfektionär L. Schottlaender & Co., Berlin, 1928.