

Waren abhängig macht. In der Entscheidung des Reichsgerichts (*»Jurist. Wochenschr.«* 1916, Seite 1127) wird der Einsatz schon in den von den Spielenden zu erwartenden Kaufpreisen aus den gelegentlich der Losentnahme getätigten Käufen gesehen. Ebenso in der bekannten Entscheidung (*»Jur. Wochenschr.«*, 1928, S. 1210). Hier war eine Reihe von Gutscheinen in einer bestimmten Anzahl von Nähgarnrollen versteckt. Der Preis des Nähgarns war nicht erhöht. Trotzdem nahm das Reichsgericht eine verbotene Auspielung an, da nach seiner Ansicht der Einsatz in dem Kaufpreis der Nähgarnrollen enthalten war. Derselbe Gedankengang findet sich auch in K.O.-Entsch. vom 10. Februar 1930, 3 D 1127/29. Hier erfolgte eine Verlosung von verschiedenen Gegenständen an die Besucher eines Lokals. Obwohl der sonstige Eintrittspreis ohne Erhöhung beibehalten war, nahm das Reichsgericht einen versteckten Einsatz an. Der Einsatz wird hier offenbar in der Erhöhung der Geschäftseinnahmen, also in der Kellameinwirkung, gesehen.

Diese Rechtsprechung des Reichsgerichts geht meines Erachtens in Bezug auf die These vom versteckten Einsatz zu weit. Wollte man ihr konsequent folgen, so müßte sich z. B. eine Zeitung strafbar machen, die ein Preisausschreiben veranstaltet und als Beteiligungsbedingung die Vorlage der Abonnementsquittung verlangt. Es ist wohl noch niemand auf den Gedanken gekommen, hierin eine verbotene Auspielung zu sehen. Praktisch liegt der Fall meines Erachtens aber ebenso, als wenn ein Geschäft die Beteiligung an einem Preisausschreiben vom Bezug von Waren ohne Erhöhung der Kaufpreise abhängig macht. Der Kaufpreis der Ware wäre hier unbedenklich dem Bezugspreis der Zeitung gleichzusetzen. Da in beiden Fällen gleichermaßen eine erkennbare Mehrleistung nicht gefordert wird, ist eine unterschiedliche Behandlung kaum zu begründen. — Es ist deshalb der Kritik Eisters (*»Jur. Wochenschrift«*, 1930, S. 1217; 1931, S. 453) beizupflichten. Unter Einsatz kann man nur eine vorherige Leistung des Spielers an den Veranstalter verstehen. Man kann aber nicht von einem versteckten Einsatz sprechen, wenn erst der erhoffte Erfolg und die künftige Wirkung der Kellame den Ausgleich für die Kosten des Preisausschreibens bringen sollen. Ebensovienig wie man bei einer öffentlichen Lotterie den zu erhoffenden Überschuß als Einsatz bezeichnet, kann das Vorliegen eines solchen durch den zu erwartenden Erwerb von Kunden oder durch die zukünftige Erhöhung des Umsatzes begründet werden.

Einstweilen wird jedoch der Kaufmann, der zur Belebung seines Geschäfts ein Preisausschreiben veranstalten will, mit dieser Rechtsprechung des Reichsgerichts rechnen müssen. Er muß also jede Möglichkeit eines versteckten Einsatzes vermeiden und darf insbesondere die Teilnahme an dem Wettbewerb nicht von einem Einkauf von Waren oder von einer sonstigen Leistung abhängig machen.

Ganz unabhängig von einem eventuellen Verstoß gegen § 286 StGB. ist die Frage zu prüfen, ob eine solche Wettbewerbsbehandlung unter Umständen gegen die guten kaufmännischen Sitten und damit gegen § 1 UWG. verstößt. Es sind hierbei von den Gegnern des Preisausschreibens die verschiedenartigsten Einwendungen erhoben worden, die im nachstehenden einzeln geprüft werden sollen. Vor allem wird geltend gemacht, daß eine solche Werbemethode sich nicht mit den Anschauungen eines ordentlichen und ehrbaren Kaufmanns vertrage und deshalb unzulässig sei. Eine solche Argumentation erscheint aber gefährlich, weil sie nicht der Tatsache Rechnung trägt, daß die Verkehrsanschauungen sich im Laufe der Zeit ändern. Was gestern noch ungewöhnlich und unmöglich schien, kann morgen alltäglich und selbstverständlich werden. Die Kellame sucht und findet täglich neue Wege, mit den Wettbewerbsmethoden ändern sich auch die Wettbewerbsitten und die Ansichten darüber, was erlaubt und verboten ist. Die Mannigfaltigkeit des Verkehrs läßt sich nicht in starre Formen bannen. Erinnert sei hierbei nur an das Zugabewesen, das sich trotz aller Kämpfe bis auf den heutigen Tag erhalten hat und sich wahrscheinlich noch auf unabsehbare Zeit halten wird. Manche Art der Kellame mag vom Standpunkt des Mitbewerbers aus unerwünscht und häßlich sein, deshalb ist sie noch nicht unlauter.

Man hat das Preisausschreiben auch als eine besondere Form des Anreizens bezeichnet. Auch dieser Einwand geht fehl, es sei denn, daß er durch die besonders aufdringliche Art der Durchführung gerechtfertigt wird. In einem Einzelfalle, in dem das Publikum gezwungen wurde, sich in einem Geschäft nach der Ausgabestelle der Lose durchzufragen, hat OLG. Düsseldorf (Urteil vom 12. März 1930, 2 U 342/29) die Frage des Anreizens bejaht, da die Loseempfänger dadurch in eine »psychologische Zwangslage« versetzt seien. Diese Ansicht widerspricht aber den Anschauungen des Reichsgerichts, wie unten näher ausgeführt wird. Als »Anreizen« ist eine solche körperliche oder geistige Einwirkung auf das Publikum zu verstehen, durch die die freie, nur auf sachliche Erwägungen gestützte Willensbestimmung des Käufers beeinträchtigt und er zum Kauf bestimmt wird aus dem Wunsche heraus, dieser lästigen Einwirkung zu entgehen. Bei einem mit den üblichen Mitteln durchgeführten Preisausschreiben liegt eine derartige lästige Beeinflussung des Publikums sicher nicht vor. Es bleibt zudem dem freien Willen eines jeden überlassen, ob er sich an einer solchen Veranstaltung beteiligen will oder nicht.

Es sind gegen die Preisausschreiben auch deshalb Bedenken laut geworden, weil es sich um Veranstaltungen handelt, die einen erheblichen Kostenaufwand verursachen und deshalb die wirtschaftlich schwächeren Unternehmungen, die sich eine solche Kellame nicht leisten können, in ihrem Bestande bedrohen. Mit Recht tritt dem die RGE. vom 19. Dezember 1930, 198/30 II entgegen: »Die Unmöglichkeit des wirtschaftlich Schwächeren, wegen des großen Kostenaufwandes gleiches zu tun, bildet keinen Maßstab für die Grenze des Zulässigen, auch wenn dadurch zahlreiche Mitbewerber ihre wirtschaftliche Selbständigkeit verlieren müssen, so lebhaft das auch vom sozialen Standpunkt aus zu beklagen ist.« — Man will einen Verstoß gegen die guten kaufmännischen Sitten auch darin sehen, daß oft betriebsfremde Gegenstände als Preise ausgesetzt werden, also Gegenstände, die mit den in dem betreffenden Geschäft geführten Waren nichts zu tun haben. Endlich erklärt man die Preisausschreiben aus dem Grunde für unsittlich, weil sie geeignet sind, die Spiel Leidenschaft beim Publikum zu erwecken. So OLG. Raumburg (Urteil vom 18. März 1929, 1 U 4/29) bei Zugabe von Losen einer staatlich anerkannten Lotterie. Auch das Reichsgericht hat wiederholt jedes Kellamemittel für sittenwidrig erklärt, das sich der Spiel Leidenschaft des Publikums bedient und diese so dem Wettbewerb dienstbar macht, gleichgültig, ob eine Auspielung im strafrechtlichen Sinne vorliegt (RGE. *»Jurist. Wochenschrift«* 1908, 702; 1927, 777; 1927, 1527; 1928, 1210). Von einer Erweckung der Spiel Leidenschaft kann aber dann keine Rede sein, wenn kein Einsatz geleistet wird. Die Bekanntmachung eines Preisausschreibens und die Auslosung der Gewinne ist rechtlich als Antrag auf Abschluß von Schenkungsverträgen aufzufassen. Von ganz besonderem Interesse für die rechtliche Beurteilung der Preisausschreiben sind die Entscheidungen des zweiten Zivilsenats des Reichsgerichts vom 30. September 1930 (533/29 II) und 19. Dezember 1930 (2/29 II). In dem Urteil vom 30. September 1930 handelt es sich um ein Preisausschreiben, bei dem die Bedingung aufgestellt war, daß die Lose in dem Geschäft der veranstaltenden Firma in Empfang genommen werden müßten. Jrgendeine Gegenleistung war nicht zu entrichten. Die Hergabe der Lose war insbesondere nicht an einen Kauf von Waren gebunden. Die Revisionsbeklagte machte geltend, daß ein solches Preisausschreiben gegen die guten Sitten verstöße. Die Klägerin bediente sich im vorliegenden Falle zur Kundenwerbung nicht nur des Hinweises auf die Güte ihrer Waren, sondern sie wolle durch die Aussicht auf Gewinn Käufer heranziehen. Dabei nutze sie zur Heranziehung von Käufern, die ihr ohne die Veranstaltung fernbleiben würden, den Umstand aus, daß viele Damen sich einerseits durch die verhältnismäßig wertvollen Gewinne verleiten ließen, das Geschäft der Klägerin zum Zwecke der Losentnahme zu betreten, andererseits aber sich scheuen würden, ein Los als Geschenk entgegenzunehmen, ohne gleichzeitig einen Kauf zu bewirken. Das Reichsgericht schließt sich dieser Auffassung nicht an. Es bemerkt, daß der jeder Kellame eines Geschäftsmannes zugrunde liegende