

Zum übrigen muss noch gesagt werden, dass durch ein Schleudern die Preise wohl herabgesetzt werden, nie jedoch — auch wenn der eine oder andere der betreffenden Geschäftsleute Sieger bleibt — daran zu denken ist, die ehemals besseren Preise wieder einzuführen. Eine Verschlechterung der eigenen Lage ist somit das Resultat jeder Preisdrückerei! Daran zu erinnern, ist der Zweck heutiger Zeilen.

Verbandsmitglied T. in E.

Warennachschübe bei Ausverkäufen.

[Nachdruck verboten.]

Sehensreiche Wirkungen, die man sich vom Gesetze zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs versprach, sollten sich nicht zum wenigsten darin zeigen, dass den Scheinausverkäufen ein Ende gemacht werden würde. Es braucht hier nicht gesagt zu werden, wie sehr solche Manipulationen den geordneten reellen Geschäftsverkehr benachteiligen, wie empfindlich er darunter leiden muss, wenn bald hier, bald dort irgend ein findiger Kopf einen besonders plausiblen Anlass zur Veranstaltung eines Scheinausverkaufs entdeckt zu haben glaubt.

Man mag dem Publikum noch so eindringlich und noch so klar därtun, dass es bei einer solchen Gelegenheit keineswegs billiger und besser einkauft, die meisten lassen sich hiervon doch nicht überzeugen und rennen dorthin, wohin möglichst schreiende Plakate mit dem denkbar unsinnigsten Bombaste sie locken. Aber das, was man in dieser Hinsicht gehofft hat und auch hoffen dürfte, hat leider der höchste Gerichtshof im Deutschen Reiche vereitelt. Ueber unserm Geschäftsleben hat kein günstiges Gestirn gewaltet, als das Reichsgericht Nachschübe von Waren bei Ausverkäufen für zulässig erklärte, denn mit diesem Satze hat es die Möglichkeit geschaffen, eine solche Veranstaltung gewissermassen in Permanenz zu versetzen, indem man immer und immer wieder bald von dieser, bald von jener Sorte ein Postchen von Ware nachschiebt und auf diese Weise die entstandenen Lücken ergänzt.

Das Reichsgericht hat zur Begründung jenes Satzes sich dahin ausgesprochen, dass die Restbestände eines Warenlagers an Verkäuflichkeit einbüßen, wenn nicht von allen oder doch mindestens von den wichtigsten Artikeln immer noch ein kleiner Vorrat vorhanden sei. Gehe dieser aus, so müsse es dem, der den Ausverkauf veranstaltet, gestattet sein, in bescheidenem Umfange Neuanschaffungen auf das Lager zu bringen, um der Nachfrage genügen zu können. Würde man ihm dies verbieten, würden also zuletzt nur drei oder zwei oder gar nur ein Artikel am Lager sein, so würde sich auch für die kein Abnehmer finden. Es kann dahingestellt bleiben, ob diese Auffassung den tatsächlichen Verhältnissen in Wahrheit entspricht. Aber selbst zugegeben, es wäre dies der Fall, so würde sich immer noch nicht die Folgerung rechtfertigen, zu der das Reichsgericht gelangt ist, der Ausverkäufer würde daraus noch lange nicht die Befugnis herleiten können, Waren nachzuschicken. Man braucht sich nur an den Wortsinn der Bezeichnung „Ausverkauf“ zu halten, um dies ohne weiteres einzusehen. Im regelmässigen und ordnungsmässigen Geschäftsverkehr besteht die Tätigkeit eines Kaufmanns bekanntlich darin, dass er Waren anschafft, um sie weiter zu veräußern. Diese beiden Tätigkeiten schon bilden das Kennzeichen eines Handelsgewerbes, auf der einen Seite der Einkauf von Waren, der in der Absicht geschieht, sie wieder abzusetzen. Darin unterscheidet sich ein solches Geschäft von dem Einkaufe zur Befriedigung von persönlichen Bedürfnissen, also für den Konsum, auf der anderen Seite aber auch von der Verwertung selbstgewonnener Produkte, mit denen sich etwa der Landwirt befasst. Der verständige und umsichtige Kaufmann wird daher niemals eine Warenart, irgend einen Artikel ausgeben lassen, sondern er wird dafür sorgen, dass der Nachfrage jederzeit Genüge geschehen könne. Sowie er also sieht, dass seine Vorräte sich dem Ende zuneigen, so muss er auf Ersatz bedacht sein, d. h. er muss regelmässig Ware nachschieben. Sache seiner Berechnung und seiner Erfahrung ist es dabei, dass er den Zeitpunkt und den Umfang der Nachfrage richtig bemesse, um

danaeh zu bestimmen, wann und in welchen Mengen er die Neuanschaffung zur Stelle haben müsse. Im Gegensatz hierzu steht der Ausverkauf. Er hat den Zweck, das, was sich als Vorrat am Lager befindet, abzusetzen, um überhaupt aufzuräumen. Diesem Verkaufe, den er vornimmt oder vorbereitet, fehlt die Absicht, die entstandenen Lücken zu ergänzen. Ob der Ausverkauf zu dem vollen Erfolg, den man erhofft, führen wird, ob also alle Waren, die vorhanden sind, einen Abnehmer finden oder nicht, dies hat mit dem Wesen des Ausverkaufs nichts zu tun. Auch im stehenden Geschäftsbetriebe, der nicht der Auflösung entgegengeführt werden soll, muss man sich ja doch erfahrungsgemäss gefallen lassen, dass von einer Saisonware Ueberreste zurückbleiben, die keinen Käufer gefunden haben, und die man voraussichtlich überhaupt nicht mehr wird absetzen können. Bald hat sich der herrschende Geschmack geändert, die Ware hat aufgehört modern zu sein, bald sind bessere, billigere oder praktischere oder schönere Waren derselben Art auf den Markt gekommen, denen sich die Kauflust ausschliesslich zuwendet, bald wiederum sind es andere Gründe, die eine Ware entwerten und ihrer Anziehungskraft auf das Publikum entkleiden. Welche Schicksale solche Restbestände erfahren, interessiert hier nicht, ob sie — wie der Ausdruck lautet — verramscht, ob sie verschenkt werden, ob sie ihr Eigentümer zu eigenem Bedarf verwendet oder dergl., jedenfalls verschwinden sie von dem Warenlager selbst, sie hören im eigentlichen Sinne des Wortes auf, Ware zu sein.

Muss sich nun der Inhaber eines stehenden Geschäfts, das regelmässig fortgeführt werden soll, mit solchen Vorkommnissen und mit den dadurch für ihn verbundenen Verlusten abfinden, so ist nicht recht ersichtlich, warum gerade der andere, der einen Ausverkauf veranstaltet, einen besonderen Anspruch darauf besitzen soll, auch die letzten Centimeter, auch die letzten Gramme seiner Ware loszuschlagen. Wenn man sich die Eigenart eines Ausverkaufs an einem Bilde veranschaulichen will, so wird man seinen Veranstalter etwa vergleichen können mit demjenigen, der aus einem gewundenen und verschlungenen Trinkgefäss irgend einen Labetrunk zu sich nehmen will. Er mag sich hierbei auch noch soviel Mühe geben, um das Gefäss völlig seines Inhaltes zu entleeren, in irgend einem Winkel wird immer noch der eine oder andere Tropfen zurückbleiben, der ihm trotz seiner Gier dennoch entgeht. Ganz so ist es mit dem Ausverkaufe. Ungeachtet aller Anstrengungen, mit dem Warenlager völlig zu räumen, wird es doch nicht vermieden werden können, dass hier und da ein Stückchen zurückbleibt, das keinen Liebhaber gefunden hat; zuletzt nämlich wird nicht selten der Mangel an Auswahl es sein, der die letzten Stücke unverkäuflich macht, obwohl sie an und für sich berechtigten Anforderungen genügen. Das Publikum wird in seiner Kauflust abgeschwächt, wenn ihm von Waren derselben Art nicht mehrere Stücke zur Auswahl vorgelegt werden. Diese Reste gleichen nun denjenigen Tropfen, die am Boden oder an den Seitenwänden des Trinkgefässes haften geblieben sind. Wie der, der jenes Glas an die Lippen gesetzt hat, sich sagen muss, dass er auf den Genuss dieses winzigen Restes verzichten müsse, so muss sich auch der Veranstalter eines Ausverkaufs von Anfang an darüber klar sein, dass dieses oder jenes Stück ihm zurückbleiben werde. Man sucht vergeblich nach einem Rechtfertigungsgrunde dafür, ihn von dieser misslichen Lage zu befreien, und keineswegs steht damit im Einklang die Freiheit, die ihm gewährt werden soll, nun noch immer neue und neue Waren herbeizuschaffen, bloss um diese winzigen Ueberbleibsel, verkäuflich zu machen. Dass dann am Ende wieder sich ein Rest ergeben wird, der die Kauflust des Publikums nicht zu erregen vermag, ist klar, und was das eine Mal gestattet war, darf im zweiten Falle nicht verboten sein, und so kommt man zu derselben Erscheinung, wie wenn man einen periodischen Dezimalbruch zu berechnen hat: so viel Nullen man auch anhängen mag, immer bleibt ein Rest, der nicht aufgehen will.

Es mag im allgemeinen kein beliebtes Mittel sein, in Fragen des Geschäftsverkehrs die Polizei zur Abhilfe herbeizurufen, wo aber ein anderer Ausweg nicht sogleich und nicht so leicht sich erschliesst, die Missstände aber, je länger sie bestehen, desto un-erträglicher werden, da ist nicht recht abzusehen, warum man

Nr. 20.
nicht
zur Bel
um ein
ausverkauf
müsse.
dort die
paratisehen
werden
einfach
für die Berec
einfach
wie
Ein Schritt
ausverkauf
wird
die entspre
schliesslich
das verspr
genen i
haben
unmöglich
erwählun
in Lebn.
in ebrlich

Die F

Lebte Ra
die Aufs
in der Opti
wissen der
bemerk
die zu no
huden Land
Insbese
geheteten
Einen Verg
nicht im
Horstell
in den bei
als diese
den Verliens
de näher ut
mieren.

Wer sich
die Centrale
diesem
den, dass ein
die Stüt
gekühnen
wird.
Fischdruck
tische Ino
er als die
Fabrik
Industri
Die Bezie
endet wu
wie
Kommi
als la
schritte
Aber n
Minu
Werkale
die oft
gri
lin