

wird, denn um so bereitwilliger ist dann jeder auch seinerseits, Kredit zu gewähren, und anstatt das bei uns jetzt schon so unheilvoll wuchernde Borgsystem zu bekämpfen, würde man es auf solche Weise nur noch begünstigen. Möge jeder Geschäftsmann, ob gross oder klein, lieber darauf halten, dass ihm von seiner Kundschaft Barzahlung geleistet werde, und möge er selbst ernstlich bestrebt sein, nur so viel Vorräte anzuschaffen, wie dem wirklichen Bedürfnisse entsprechen und zugleich auch seiner eigenen Kaufkraft, dann wird schon zu einem sehr grossen Teile, wenn nicht fast vollständig, die herrschende Kalamität überwunden werden, und es bedarf keiner solchen Radikalkuren, die nur allzu lebhaft an den seligen Doktor Eisenbart erinnern.

### Wann darf man die Veranstaltung eines Ausverkaufs ankündigen?

Von Dr. jur. Biberfeld. [Nachdruck verboten.]

**Z**u den Schmerzenskindern der Rechtsprechung gehört, seitdem wir ein Gesetz zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs haben, das Ausverkaufswesen. Kaum nach irgend einer andern Richtung hin zeigen sich Auswüchse im Geschäftsverkehr so häufig und so stark, wie gerade in der Ankündigung einer derartigen Veranstaltung, und nirgends auch — darüber kann man sich nicht im Unklaren befinden — leidet der anständige Geschäftsmann mehr durch das Gebahren seines weniger gewissenhaften Konkurrenten, als durch die reklamehafte Anzeige eines Ausverkaufs. Daraus ergibt sich nun eigentlich von selbst, als eine der wichtigsten Aufgaben, die die Praxis zu allererst in Angriff zu nehmen hätte, dass man genau feststellen müsste, was unter einem Ausverkaufe zu verstehen sei, wann jemand das Recht habe, von sich zu sagen, er nehme einen Ausverkauf vor, und wann wiederum die Konkurrenz in einem solchen Falle wegen unlauteren Wettbewerbs gegen ihn vorgehen könnte.

Der in diesen Worten enthaltene Vorwurf richtet sich aber keineswegs zuletzt gegen die höchste Instanz im Deutschen Reiche auf dem Gebiete der Rechtspflege, gegen das Reichsgericht; denn wie man weiss, ist es gerade diese Stelle gewesen, die durch eine sehr nachsichtige Auslegung der massgebenden Vorschriften erheblich dazu beigetragen hat, an Stelle der erstrebenswerten Klarheit noch grössere Verwirrung in die beteiligten Kreise zu tragen, und zwar vor allen Dingen dadurch, dass, wenngleich nur unter gewissen Vorbehalten, das sogen. **Nachschieben von Waren** bei einem Ausverkaufe für zulässig erklärt wurde. Man darf jedoch mit Befriedigung feststellen, dass sich unter dem Zwange der öffentlichen Meinung auch beim Reichsgericht ein Umschwung der Auffassungen wahrnehmen lässt, denn die in der neueren Zeit ergangenen Entscheidungen schränken jenen früheren Ausspruch erheblich ein und zeigen das Bestreben, sich von ihm allmählich loszusagen.

Indes hat man in der ganzen Welt doch schliesslich das Vertrauen darauf, dass die Rechtsprechung aus eigener Kraft zu annehmbaren Resultaten gelangen werde, verloren, und so erklärt sich denn auch das überall zu Tage tretende Verlangen, die Gesetzgebung solle sich mit ausdrücklichen und klaren Bestimmungen gegen die Ausschreitungen im Ausverkaufswesen wenden. Will man aber diese so verderblichen Auswüchse mit Erfolg bekämpfen, so muss man natürlich vorher sich darüber klar sein, was zum Wesen eines Ausverkaufs gehört, und was wiederum mit diesem unvereinbar sei. Mit dieser Frage auch will sich die vorliegende Erörterung beschäftigen.

An und für sich hat wohl jeder Geschäftsmann, wenigstens unter normalen Verhältnissen, das leicht erklärliche Bedürfnis, überhaupt fortwährend auszuverkaufen, d. h. er wünscht, dass der Absatz seiner Vorräte sich so schnell vollziehe, dass der Vorrat möglichst bald erschöpft ist. Allein trotzdem kann man hier von einem Ausverkaufe im eigentlichen Sinne des Wortes nicht reden; denn so rasch auch jeder seine Waren an den Mann bringen will, so hat er doch von vornherein schon die Absicht, die entstandenen Lücken wieder zu ergänzen, also neue Waren, und womöglich sogar in noch grösseren Mengen, anzuschaffen. Er

darf es auch gar nicht abwarten, bis das letzte Stück an den Mann gebracht sein wird, sondern er muss bei Zeiten auf Ersatz bedacht sein. Das Moment, das hier fehlt, so dass von einem Ausverkaufe nicht gesprochen werden kann, liegt in der Absicht der Fortführung des Geschäftsbetriebes. Wer einen wirklichen Ausverkauf vornehmen will, muss entschlossen sein, entweder sein Unternehmen ganz und gar aufzugeben, also ein Geschäft derselben Art nicht mehr weiter zu betreiben, oder doch gerade den Zweig fallen zu lassen, dem die zum Ausverkaufe gestellten Waren angehören.

Es kann beispielsweise ein Uhrmacher bisher auch stets goldene Ringe, Ketten und ähnliche Schmuckgegenstände geführt haben, die eigentlich in die Branche des Goldarbeiters und Juweliers gehören, er kann auch Brillen, Pinenez, Operngläser und andere Sachen feilgehalten haben, die man speziell beim Optiker zu suchen pflegt, und nunmehr aber sich entschlossen haben, von jetzt an lediglich mit Uhren zu handeln, bezw. sich mit der Herstellung und Reparatur von ihnen zu befassen. Er veranstaltet also einen Ausverkauf von allen seinen Schmuckgegenständen in Gold und Silber und von allen optischen Apparaten im weitern Sinne des Wortes. Diesen Geschäftszweig will er in Zukunft nicht mehr pflegen, und zur Verwirklichung dieser Absicht dient es eben, wenn er die einschlägigen Waren zum Ausverkaufe stellt.

Aber der Entschluss, Waren der betreffenden Art in Zukunft nicht mehr am Lager zu halten, und Aufträge, die hierher gehören, ferner nicht mehr anzunehmen, das reicht noch nicht für den Begriff eines Ausverkaufs hin, sondern es muss noch ein weiteres Moment hinzutreten. Wer ausverkauft, will nämlich überhaupt nicht nur mit seinem Vorrate räumen, sondern er will dieses Resultat möglichst schnell erzielen, vor allen Dingen also rascher, als es im gewöhnlichen Laufe der Dinge zu erwarten wäre. Warenmengen, die gross genug dazu wären, der regelmässigen Nachfrage des Publikums während der Dauer von zwei Jahren oder gar noch länger zu genügen, sollen nun innerhalb einer tunlichst kurzen Frist losgeschlagen werden, weil eben der Unternehmer sein Kapital, seine Arbeitskraft, seine Zeit und alles, was sonst damit zusammenhängt, entweder auf ein ganz anderes Ziel hinlenkt oder doch auf einen andern Wirkungskreis beschränken will. Er hat alle seine Kräfte bisher, wie er überzeugt ist, zu sehr zersplittert, indem er neben der Damenkonfektion auch noch Herren- und Kindergarderoben führte, und nachdem er zu der Erkenntnis gelangt ist, dass er bei einer Wandlung seine Vorteile besser wahrnehmen werde, ist es natürlich für ihn das wichtigste, den entsprechenden Zustand so schnell wie möglich herzustellen. Zum Wesen des Ausverkaufs gehört also die Absicht, nach Kräften den Absatz zu beschleunigen.

Dazu genügt aber nicht, dass man einfach das Publikum davon benachrichtige, man wolle Waren der betreffenden Art in Zukunft nicht mehr führen, denn das wird keinen veranlassen, gerade dort seinen Bedarf zu decken, und vor allen Dingen nicht für ihn schon jetzt zu sorgen, obwohl er sich erst zu einer spätern Zeit einstellen wird. Dem Publikum muss also, damit es die Ausverkaufsgelegenheit wahrnehme, die Ueberzeugung beigebracht werden, dass sich hier eine besonders günstige Einkaufsgelegenheit bietet, die anderwärts nicht vorhanden ist, und die man sofort benutzen muss, weil sie bald vorübergeht. Das wirksamste Mittel, um diese Vorstellung im Publikum wachzurufen, ist aber die Preisermässigung.

Ein Ausverkauf ist nicht denkbar, ohne dass eine Herabsetzung der Preise stattfindet, ohne dass dem Publikum die Ware billiger angeboten würde, als sie anderwärts im normalen Geschäftsverkehr zu haben ist. Nur um für die Ausführung seiner andern Pläne freie Hand zu gewinnen, hat sich unser Konfektionär dazu entschlossen, lieber auf einen Teil des Verkaufspreises, der ihm sonst zugestanden worden wäre, zu verzichten, ja sogar mit Schaden zu verkaufen, denn es drängt ihn dazu, seine Idee möglichst bald zu verwirklichen. Daraus ergibt sich aber, dass unberechtigterweise derjenige die Veranstaltung eines Ausverkaufs ankündigt, bei dem nicht auch angemessene Reduktion der Preise vorgenommen worden ist. Wie schon mit diesen Worten angedeutet worden ist, genügt es dabei aber nicht, wenn man mit den Preisen nur um eine winzige Kleinigkeit zurückgeht, denn das würde die