

Instrumente auch führt. Man wage es ruhig, 1 Dutzend dieser Schrittmesser zu kaufen, und lege 6 Stück in dem Schaufenster, 6 Stück in seinem Laden aus, nebst einem Plakat: „Welche Strecke legen Sie jeden Tag zurück?“ Man vergesse aber nicht, den Preis der Pedometer anzugeben. Die Leser dieses Plakates werden neugierig sein, zu erfahren, wie der kleine Apparat funktioniert; mancher wird sich danach erkundigen, und bei geschickter Erklärung dürfte es nicht schwer fallen, ihn zur Anschaffung zu bestimmen.

Man muss immer berücksichtigen, dass eine Ware sich leichter verkauft, wenn man von ihr 10 oder 20 Stück gleich-

zeitig ausstellt, als, wenn man nur ein Stück ganz bescheiden anbietet. Es ist dieses eine Tatsache, welche noch von vielen Geschäftsleuten sehr wenig berücksichtigt wird. Besonders, wenn man merkt, dass ein Artikel, von dem man ein ziemliches Lager hat, schlecht geht, soll man ihn in grosser Anzahl im Schaufenster ausstellen, aber nicht im Fenster verteilt, sondern 1 oder 2 Dutzend oder noch mehr zusammen und dann ein entsprechendes Schild dazu. Es braucht diese Reklame nicht marktschreierisch auszuarbeiten oder gar warenhausmässig und unfein zu wirken, eine geschmackvolle Dekoration, ein hinweisendes Schild und die Preisangabe werden schon manchen Vorübergehenden zum Kauf veranlassen.

Im Kampfe gegen das Warenhaussystem.

(Urteil des Reichsgerichts vom 16. Juni 1911.)

[Nachdruck verboten.]

er fast allerorts bestehende und besonders zur Weihnachtszeit stets von neuem entbrennende Kampf des mittelständischen Kleinhandels gegen die Warenhäuser hatte den Rabattsparverein zu Hannover, E. V., veranlasst, in der Nummer vom 9. Dezember 1909 des Hannoverschen Tageblattes unter der Spitzmarke „Treue um Treue“ eine Erklärung zu veröffentlichen, ein „Weihnachtswort an die Bevölkerung Hannovers“. Die Tendenz des Artikels ging zunächst dahin, nachzuweisen, dass ein leistungsfähiger Mittelstand ein volkswirtschaftliches und nationales Bedürfnis sei und deshalb nach Kräften unterstützt werden müsse. Wirklichen Vorteil findet der Käufer nur durch Kauf in Spezialgeschäften, die durch Reellität und Warenkenntnis der Inhaber insbesondere vor den Warenhäusern und ähnlichen Grossbetrieben den Vorzug verdienen. Des weiteren war in der Erklärung ausgeführt, die „Warenhäuser verkauften durchschnittlich zu viel höheren Preisen“, sie seien genötigt, mit „viel höheren Preisauflagen“ zu rechnen, wodurch sich auch höhere Preise ergäben. Ihre grössten Erfolge erzielten sie durch die „Trübung der Urteilsfähigkeit der Käufer“. In einem Kammergerichtsurteile sei mit Recht ausgesprochen, es sei gerichtsnotorisch, dass die Warenhäuser manche Lockmittel zu niedrigen Preisen verkauften, andere Waren aber dafür um so teurer. Der Kauf in Warenhäusern sei ebenso unsinnig und unvorteilhaft wie der in Wanderlagern und Ramschbazaren. Der Kaufmann Bormass, der Inhaber des einzigen und eigentlichen Warenhauses in Hannover, denn nur er allein wird zur Warenhaussteuer herangezogen, fühlte sich durch diese Erklärung des Rabattsparvereines in erster Linie betroffen. Er klagte deshalb vor dem Landgerichte Hannover, dem Rabattsparvereine Hannover bei einer Strafe von 1000 Mk. für jeden Fall der Zuwiderhandlung die Wiederholung der aufgestellten Behauptungen zu untersagen, eventuell die Aufstellung derartiger Behauptungen zu verbieten, sofern nicht gleichzeitig mitgeteilt sei, dass er, der Kläger, damit nicht getroffen werden solle. Auch der Verein zum Schutze für Handel und Gewerbe in Hannover, der die grosskapitalistischen Betriebe vertritt und dem der Kaufmann Bormass als Mitglied angehört, hatte dieselbe Erklärung im Hannoverschen Tageblatte seinerseits zum Gegenstand einer Unterlassungsklage gegen den Rabattsparverein gemacht. Beide Klagen wurden gestützt auf das neue Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, und zwar auf § 1, weil das Konkurrenzverfahren des Rabattsparvereines gegen die guten Sitten verstosse, auf § 3 desselben Gesetzes, weil die Erklärung des Vereins unrichtige Angaben über die Preisbemessung von Waren seiner eigenen Mitglieder enthalte, und auf § 14, weil in der Erklärung über das Warenhaus des Klägers Tatsachen behauptet worden seien, die nicht erweislich wahr seien. Die beiden Klagen sind jedoch, nachdem nun auch das Reichsgericht gesprochen hat, von allen drei Instanzen abgewiesen. In Uebereinstimmung mit dem Landgerichte Hannover hatte das Oberlandesgericht Celle zunächst ausgeführt, dass die Klagen nicht aus § 14 des Gesetzes begründet seien, weil es an der notwendigen Voraussetzung fehle, dass in der Erklärung des beklagten Rabattvereines „Tatsachen“ über das Erwerbsgeschäft eines bestimmten „Anderen“ behauptet worden seien. Der Kläger sei in dieser Erklärung nirgends benannt. Zwar könne

es mitunter genügen, dass eine bestimmte Person erkennbar sei, dies müsse aber klarer geschehen als im vorliegenden Streitfalle. Die Erklärung richtet sich nicht einmal nur gegen Warenhäuser, sondern überhaupt gegen grosskapitalistische Betriebe, Konsumvereine, Wanderlager, Beamtenverkaufsstellen u. a.; sie wolle nach ihrem Wortlaute und Sinne nur das System und das Institut grosskapitalistischer Betriebe als solches treffen. Eine klar erkennbare Beziehung dieser Erklärung auf das Warenhaus des Klägers Bormass könne auch nicht daraus gefolgert werden, dass dieses das einzige Warenhaus in Hannover und die Erklärung in einem Hannoverschen Blatte erschienen sei. Denn diese Erklärung des beklagten Vereins sei auch an auswärtige Leser gerichtet und von diesen gelesen worden. Selbst wenn man aber die Kläger als zur Klage legitimiert ansehen wolle, so fehle es doch zur Klagebegründung weiter an der vom Gesetz geforderten „Behauptung nicht erweislich wahrer Tatsachen“. Eine Tatsache sei höchstens insofern behauptet, als in der Erklärung ein Kammergerichtsurteil zitiert sei. Dieses sei aber tatsächlich wahr und im wesentlichen richtig angeführt. Die übrigen in der Erklärung enthaltenen Behauptungen seien lediglich subjektive Ansichten, keine Behauptungen von Tatsachen. Tatsache sei etwas, dessen objektive Richtigkeit oder Unrichtigkeit überhaupt feststellbar sei. Bezüglich der Behauptung des beklagten Vereins über die Warenhäuser sei eine solche Feststellung aber objektiv rein unmöglich. Auch gegen die guten Sitten verstosse, wie die Kläger behaupten wollten, das Verhalten des Vereines deshalb nicht, weil darin nur eine erlaubte und berechtigte Konkurrenzabwehr gefunden werden könne, deren Form zwar scharf, aber überall angemessen sei, zumal darin auch nur von objektiven Missständen die Rede sei, die der Beklagte mindestens für wahr gehalten habe. Unzutreffend sei schliesslich auch die Behauptung der Kläger, der Rabattsparverein habe dem Warenhaus des Klägers durch die Gleichstellung mit Wanderlagern, Ramschbazaren usw. den Vorwurf bewusster Ausnutzung des Publikums, also des Betruges, machen wollen. Die Revision der Kläger führte aus, wenn über Warenhäuser schlechthin geurteilt werde, so werde dadurch jeder Inhaber eines solchen getroffen. Unrichtig sei vor allem die Auffassung des Berufungsgerichtes, eine Tatsache sei nur etwas, dessen Richtigkeit objektiv feststellbar sei. Das Reichsgericht wies, wie schon oben erwähnt, beide Revisionen zurück. Es könne zunächst gar keinem Bedenken unterliegen, dass § 1 des Gesetzes (Verstoss gegen die guten Sitten) unanwendbar sei. Der einzige Zweifel könnte höchstens darüber entstehen, ob in der Behauptung, „die Warenhäuser verkauften durchschnittlich teurer“, die Behauptung einer Tatsache liege. Das Berufungsgericht habe aber ausdrücklich festgestellt, dass diese Behauptung lediglich in Bekämpfung des ganzen Warenhaussystems ausgesprochen sei und dass die Behauptung, in diesem Sinne genommen, nur ein Urteil enthalten könne, nicht aber die Behauptung einer Tatsache. Handle es sich aber um einen Angriff auf das System, dann entfalle auch die Möglichkeit, dass der Kläger Bormass sich persönlich getroffen fühle. Aus dem gleichen Grunde fehle es dann aber auch der Klage des Schutzvereines für Handel und Gewerbe zu Hannover an jeder Begründung.

(—ck, Leipzig, 16. Juni 1911, Aktenzeichen II, 576/77, 10.)