

Deutsche Uhrmacher-Zeitung



Bezugspreis

für Deutschland von der Geschäftsstelle bezogen bei portofreier Einsendung vierteljährlich 9.00 Mark. Für Österreich (unter Streifenband) vierteljährlich 16.00 Mark. Für das Ausland (unter Streifenband) vierteljährlich 18 Mark und Porto.

Die Deutsche Uhrmacher-Zeitung erscheint regelmäßig an jedem Donnerstag

Fernsprecher: Amt Moritzplatz 12396 bis 12399

Preise der Anzeigen

Die viergespaltene kleine Zelle oder deren Raum für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 2.40 Mk., für Stellen-Angebote und -Gesuche die Zelle 1.60 Mk. Die ganze Seite (400 Zeilen) wird mit 800 Mark berechnet; Ausland 100%, Zuschlag

Postscheck-Konto: 2581 Berlin

Bank-Konto: Disconto-Gesellschaft, Dep.-Kasse Berlin, Lindenstraße 3

Telegramm-Adresse: Uhrzeit Berlin

Organ des Deutschen Uhrmacher-Bundes

Uhren, Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

Herausgegeben von Wilhelm Schultz, Berlin SW 68, Neuenburger Straße 8

XLIV. Jahrgang

Berlin, 22. April 1920

Nummer 17

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten

Verkaufspflicht für Ladenbesitzer — Wer darf sich Uhrmacher nennen?

Über die beiden Fragen, inwieweit ein Ladenbesitzer verpflichtet ist, Ware zu verkaufen, und wer berechtigt ist, sich Uhrmacher zu nennen, sind in einer anderen Uhrmacherzeitung gutachtliche Äußerungen erschienen, die leicht zu Mißverständnissen Anlaß geben könnten und deshalb nicht unwidersprochen bleiben dürfen.

Über die erste Frage ist in dem erwähnten Gutachten ausgeführt, daß die Ausstellung von Waren im Schaufenster mit Preisauszeichnung ganz allgemein keine Verkaufsverpflichtung (Kontrahierungszwang) in sich birgt. Weiterhin wird die Verneinung einer solchen Verkaufsverpflichtung auch für alle übrigen Waren, gleichgültig ob sie sich im Schaufenster, Laden oder auf Lager befinden; ausgedehnt. Nur eine geringe Einschränkung auf Grund des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb wird angedeutet. Dem gegenüber muß festgestellt werden, daß die Verneinung des Verkaufszwangs in dieser Allgemeinheit auf jeden Fall unzutreffend ist; denn § 5 der Bekanntmachung über die Errichtung von Preisprüfungsstellen und die Versorgungsregelung vom 25. September 1915 bestimmt im ersten Absatz ausdrücklich, daß für bestimmte Gegenstände des notwendigen Lebensbedarfs ein Auszeichnungszwang für das Feilhalten im Kleinhandel durch die Preisprüfungsstellen eingeführt werden kann. Der zweite Absatz des gleichen Paragraphen bestimmt, daß die Abgabe der im Kleinverkauf üblichen Mengen der bezeichneten Waren an Verbraucher zu dem angekündigten Preise gegen Barzahlung nicht verweigert werden darf. Zahlreiche Preisprüfungsstellen haben von dieser Befugnis für eine große Anzahl von Gegenständen des täglichen Bedarfs Gebrauch gemacht; es besteht hierdurch also tatsächlich für eine ganze Anzahl von Waren ein Verkaufszwang. Bisher ist allerdings nicht bekannt geworden, daß Uhren oder die üblichen Uhrmacherartikel von derartigen Verordnungen betroffen seien. Mit der Möglichkeit der Einbeziehung von Uhren für den bürgerlichen Gebrauch muß jedoch gerechnet werden.

Ein Verkaufszwang entsteht aber auch für Uhrmacherartikel in gewissem Sinne durch § 1 Ziffer 3 der Verordnung gegen Preistreiberei vom 8. Mai 1918, welche lautet: „Wer Gegenstände des täglichen Bedarfs oder des Kriegsbedarfs, die von ihm zur Veräußerung erzeugt oder erworben sind, in der Absicht zurückhält,

durch ihre Veräußerung einen übermäßigen Gewinn zu erzielen, wird mit Gefängnis . . . bestraft.“

Eine weitere Einschränkung der Verkaufsfreiheit ist dadurch gegeben, daß wir verpflichtet sind, an die Besatzungstruppen und deren Angehörige, sowie an die zahlreichen Ententekommissionen und die mit ihnen in Verbindung stehenden Personen zu gleichen Preisen wie an Inländer zu verkaufen.

In all diesen Bestimmungen liegt jedoch keineswegs der Schwerpunkt der Einschränkung der Verkaufsfreiheit. Er ist vielmehr in den in dem genannten Gutachten minder beachteten Bestimmungen gegen den unlauteren Wettbewerb zu suchen. Diese Frage enthielt für uns und alle in Uhrmacherrechtsgeschäften erfahrenen Personen schon längst keine Unklarheit mehr. Trotzdem haben wir unseren Rechtsbeistand, Herrn Justizrat Henschel, um eine nochmalige Äußerung ersucht und erhielten folgende Mitteilung:

„In der Angelegenheit, betreffend die Verpflichtung eines Ladeninhabers, die Ware zu den im Schaufenster angegebenen Preisen zu verkaufen, erstatte ich folgendes Gutachten:

Die Frage, ob ein Ladenbesitzer verpflichtet ist, Ware, die er im Schaufenster mit Preisangabe auslegt, an jedermann zu verkaufen, ist wie folgt zu beantworten:

Die Auslage von Waren mit Preisangabe im Schaufenster ist ein Angebot, das dem Publikum gemacht wird ähnlich wie Offerten, die in Preislisten und Katalogen gemacht werden. Derartige Angebote sind im allgemeinen nicht dazu bestimmt, sofort angenommen zu werden; sie werden vielmehr als Aufforderung betrachtet, mit dem Ladenbesitzer wegen Ankaufs in Verhandlung zu treten. Diese Rechtsauffassung erleidet aber eine Einschränkung durch § 1 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb, welcher lautet: „Wer im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs Handlungen vornimmt, die gegen die guten Sitten verstoßen, kann auf Unterlassung und Schadenersatz in Anspruch genommen werden.“

Ausschlaggebend ist die Verkehrsauffassung für die Feststellung, ob die Weigerung des Ladenbesitzers, die im Schaufenster ausgestellten Waren zum ausgezeichneten Preise zu verkaufen, berechtigt ist. Hat der Ladeninhaber triftige Gründe, an bestimmte Personen nicht zu verkaufen, so wird kein Verstoß gegen die guten Sitten anzunehmen sein. Wer aber ohne ausreichende Gründe die