Die Uhrmacher-Woche

Verlag und Schriftleitung: Leipzig C 1, Talstraße 2. Fernruf: 22991 und 22993. Telegramm-Adresse: Uhrmacherwoche Diebener Leipzig. Postscheck-Konto: 4107. Bank-Konto: Allgemeine Deutsche Credit-Anstalt, Abteilung Becker & Co., Leipzig. Reichsbank-Girokonto.

Geschäftsstellen: Pforzheim, Simmlerstraße 4 Fernruf: Nr. 1621. — Berlin: Emil Rogge, Friedenau, Fröaufstraße 7. Fernruf: Rheingau 6631. — Amsterdam, N. Z. Voorburgwal Nr. 187—227.

Bezugspreis für Deutschland vierteljährlich 5,25 R.-M. (einschl. 0,54 R.-M. Überweisungsgebühr).

Anzeigenpreis: Raum von 1 mm Höhe und 47 mm Breite 0,24 R.-M., für Stellenmarkt 0,15 R.-M., die 1/1 Seite 225,— R.-M. Berechnung der Seitenteile entsprechend. Bei Wiederholung Rabatt. Platzvorschrift 50% Zuschlag. Erfüllungsort Leipzig.

Ausgabetag: Jeden Sonnabend. Annahmeschluß für kleine Anzeigen: Mittwoch früh, unverbindlich.

37. Jahrgang | Leipzig, 22. Februar 1930 | Nummer 9

Unbefugter Nachdruck aus dem gesamten Inhalt ist verboten

Ausverkäufe oder „Sonderveranstaltungen"?

Gesetzliche Bestimmungen

Wer jetzt durch die Geschäftsstraßen wandert, der sieht allerorten, daß seit Beginn des Jahres der Geist des Ausverkaufes wieder einmal umgeht. Große Plakate und Inserate in den Tageszeitungen kündigen „Inventurausverkäufe" an, die in § 9 des Wettbewerbsgesetzes und den dazu ergangenen Polizeiverordnungen geregelt sind. Sie sind von den Vorschriften über die allgemeinen Ausverkäufe ausgenommen, wenn sie im ordentlichen Geschäftsverkehr üblich sind. Dies ist beim Handel mit Uhren, Gold- und Silberwaren, wie wiederholt festgestellt wurde, aber nicht der Fall, so daß wir uns mit den sogenannten Saison- und Inventurausverkäufen hier nicht zu beschäftigen brauchen. Sie finden meist, z. B. in Sachsen, in der Zeit von Mitte Januar bis Mitte Februar bzw. Mitte Juli bis Mitte August statt.

Die übrigen Ausverkaufshandlungen unterliegen dem § 7 des Wettbewerbsgesetzes. Danach ist bekanntlich in der Ankündigung der Grund anzugeben, der zu dem Ausverkauf Anlaß gegeben hat. Meist verlangen die höheren Verwaltungsbehörden in ihren Verordnungen außerdem bei bestimmten Arten von Ausverkäufen, daß eine Anzeige über diesen Grund bei der Polizeibehörde erfolgt, der Zeitpunkt des Beginnes angegeben sowie ein Verzeichnis der auszuverkaufenden Waren zu jedermanns Einsicht eingereicht wird. Der angegebene Grund muß stichhaltig sein. Zulässig, aber anzeigepflichtig sind Ausverkäufe wegen Raumveränderung, d. h. Umbau, Neubau, Verlegung oder Verkleinerung der Geschäfts- oder Lagerräume, wegen Personenveränderung (Todesfall, Erbteilung in Verbindung mit teilweiser oder gänzlicher Aufgabe des Geschäfts), wegen Geschäftsaufgabe, auch nur einzelner Warengattungen, Ausverkäufe aus Liquidations-, Konkurs- und Nachlaßmassen, Ausverkäufe außerhalb der Geschäftsräume des Veranstalters sowie wegen Sachschadens und Gefahr des Verderbens von Waren. Damit ist die Reihe natürlich nicht erschöpft. Die Behörde hat zu prüfen und zu entscheiden, ob ein stichhaltiger Ausverkaufsgrund angegeben ist.

Diese Vorschriften, bei deren Einhaltung auch Ausverkäufe von Uhren, Gold- und Silberwaren usw. zulässig sind, erleiden keine Anwendung, wenn es sich nicht um eigentliche Ausverkäufe, sondern nur um sogenannte „Sonderveranstaltungen" handelt. Was sind Sonderveranstaltungen? Worin unterscheiden sich die freien Sonderveranstaltungen von Ausverkäufen? Das sind die Fragen, die uns zu den gegenwärtigen Ausführungen anregten.

In § 9 des Wettbewerbsgesetzes ist gesagt: Der Ankündigung eines Ausverkaufs steht jede sonstige Ankündigung gleich, welche den Verkauf von Waren wegen Beendigung des Geschäftsbetriebes, Aufgabe einer einzelnen Warengattung oder Räumung eines bestimmten Warenvorrates aus dem vorhandenen Bestande betrifft. Die obigen Vorschriften müssen hier eingehalten werden, nicht aber bei den „Sonderveranstaltungen". Die Grenze zwischen den letzteren und den Ausverkäufen ist flüssig, weshalb oft unter dem Schein einer zulässigen Sonderveranstaltung Ausverkäufe angekündigt werden. Der Gesetzgeber ist aber selbst der Meinung gewesen, daß auch der ehrbare Handel sogenannte Sonderveranstaltungen nicht entbehren kann und für sie die Beschränkungen für Ausverkäufe nicht in Frage kommen. Sonderveranstaltungen liegen vor, wo es sich nicht um einen Totalausverkauf oder um den Ausverkauf eines bestimmten Warenvorrates zum Zwecke der Abstoßung desselben, sondern um den Verkauf von Waren im laufenden Geschäft handelt, wobei allerdings auch Vorteile, ein billiger Preis, bequeme Auswahl usw. mit angepriesen werden können. Sogenannte „Billige Tage", „Herabgesetzte Preise", „Ausnahmetage" usw. sollen die Kauflust anregen, ohne aus dem sonst üblichen regelmäßigen Geschäftsbetrieb herauszufallen.

Der Unterschied läßt sich also kurz dahin feststellen: Ausverkäufe sind Abstoßungen von Waren außerhalb und Sonderveranstaltungen innerhalb des regelmäßigen Geschäftsbetriebes.

Man soll nun aber nicht denken, daß diese Sonderveranstaltungen eine unbeschränkte Freiheit genössen. Die allgemeinen Vorschriften des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (§ 3, 4) gelten auch für sie. Es ist nichts einzuwenden, wenn in der Ankündigung gesagt wird: „Solche Preise muß man suchen", „Jeder Preis ein Schlager" usw. Dagegen kann die Ankündigung „Konkurrenzlos billige Preise", „Haus der konkurrenzlos billigen Preise" zu unangenehmen Konsequenzen führen, wenn nachgewiesen werden kann, daß die Konkurrenz des betreffenden Geschäftes den gleichen oder gar einen noch billigeren Preis ansetzt. Wer sich also durch die Ankündigung eines Konkurrenten „Konkurrenzlos billige Preise" geschädigt fühlt und den Nachweis erbringen kann, daß die Ankündigung den Tatsachen nicht entspricht, kann bei dem zuständigen Amts-

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id31857313X-19300100/155